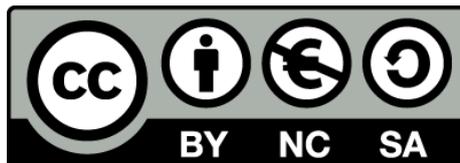


Análisis Histórico del Arte Correo en América Latina

Fabiane Pianowski



Aquesta tesi doctoral està subjecta a la llicència **Reconeixement- NoComercial – Compartir Igual 3.0. Espanya de Creative Commons.**

Esta tesis doctoral está sujeta a la licencia **Reconocimiento - NoComercial – Compartir Igual 3.0. España de Creative Commons.**

This doctoral thesis is licensed under the **Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0. Spain License.**



TESIS DOCTORAL | Análisis Histórico del Arte Correo en América Latina | Fabiane Pianowski

Tesis doctoral

Análisis Histórico del Arte Correo en América Latina

Fabiane Pianowski

**Directora
Lourdes Cirlot**



UNIVERSITAT DE BARCELONA



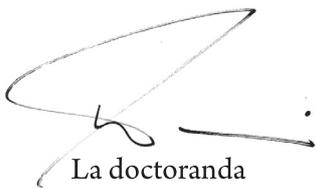
**Facultad de Geografía e Historia
Departamento de Historia del Arte**

Análisis Histórico del Arte Correo en América Latina

Tesis doctoral de
Fabiane Pianowski

Directora
Lourdes Cirlot

Barcelona 2013



La doctoranda

Fabiane Pianowski

Programa de doctorado en *Historia, Teoría y Crítica de las Artes: Arte Catalán y Conexiones Internacionales*

Departamento de Historia del Arte

Facultad de Geografía e Historia

Universidad de Barcelona

Bienio 2005-2007

Inscripción de Tesis

Programa de doctorat en *Historia del Arte*

Departamento de Historia del Arte

Facultad de Geografía e Historia

Universidad de Barcelona

*A Rudi y Araci
por el amor y apoyo incondicional*

*A mi familia y a todos los amigos
que me han apoyado en esta caminata,
a los grandes amigos de toda la vida de Brasil
y a los buenos amigos que felizmente he encontrado en España.*

A los artistas correo y a su deseo de comunicación.

Agradecimientos

El largo camino que me ha llevado a concluir esta tesis, también me ha permitido conocer a fondo otra cultura y hacer muy buenos amigos ...

Mi primer agradecimiento es a Rudi, que ha estado siempre a mi lado, compañero de descubiertas y desafíos. A mi madre, que con todo su amor no ha dejado que desistiera y me ha dado todo y más de lo que necesitaba. Y a mi familia más próxima... mi padre Ricardo, mis hermanos, Rick y Nane, tía Neile, madrinha Estela y Setuko que siempre me han apoyado e incentivado.

También agradezco especialmente a mis amigos, que para mí son como hermanos... a André por su lectura atenta e importantes aportaciones; a María José por la amistad incondicional; a Mariano por su cariño, por las interminables revisiones del castellano y las traducciones del italiano; a Susana por todas las risas y las también interminables revisiones; a Manu por abrirme su casa y por su lealtad; a Pere Sousa, por su generosidad; a Ivana por haberme iniciado en este camino y a todos por las largas charlas y copas de vino.

A mi familia catalana, especialmente a Nati y a Marga, que me han acogido y transformado Barcelona en un hogar para mí.

También no puedo dejar de mencionar a los amigos Roberto, Inara, Ronaldo, Rita, Gisela, Iara, Luís, Guigo y Leonchi que me han proporcionado momentos inolvidables en España.

Los amigos e investigadores del LMI también me han prestado una ayuda inestimable y he aprendido mucho con todos ellos, especialmente con Merca, Rosa y Mariona.

A Ina Blom que en tan poco tiempo me ha enseñado mucho, ayudándome a definir los rumbos de esta investigación.

A Lourdes CirLOT por las orientaciones. A Ricardo Iglesias por las sugerencias y a Pere Salabert, por las mejores clases que he tenido nunca.

A todos los artistas postales, sin los cuales esta investigación no existiría, especialmente a aquellos que se han dispuesto amablemente a contestar el cuestionario y a contribuir con este estudio.

A Barcelona, la "ciutat més guapa del món" y que ahora forma parte de mi vida.

*A arte postal é a campainha a tocar, um envelope ser entregue,
sua abertura e leitura ocorrer na intimidade do receptor, assim como o
preparo da resposta, ou a incorporação na mensagem recebida de dados
fornecidos pelo mesmo receptor, que se torna também agente,
com a devolução da mensagem pelo correio [...]
é certo ser essa uma forma criativa de comunicação apesar da distância [...]
a encher de novidades, fotos e brindes a nossa imaginação,
idealizando-se o interlocutor silencioso e distante.*

(Amaral, 1981, p. 395)

Resumen

Rompiendo con los circuitos oficiales de las galerías y museos, el arte correo enuncia una nueva forma de circulación del trabajo artístico, que enfatiza sobre todo lo colectivo. Esta alternativa es la manera de circulación de propuestas artísticas e ideas. Este modo alternativo de circulación de las proposiciones/ideas artísticas enunciaba la idea de red que, posteriormente, con el advenimiento de Internet, se haría una cuestión altamente relevante para la contemporaneidad. En los años 1960 y 1970, el uso de los Correos como un medio táctico en el ámbito del arte está relacionado con la apropiación de los medios de comunicación por parte de las manifestaciones artísticas del periodo –un periodo en que la creación de redes y la comunicación eran fundamentales. El arte correo es un conjunto de diferentes estéticas, que tienen en el sistema postal tradicional su canal de expresión, apropiándose de ese canal de modo subversivo para configurarlo en un canal cultural alternativo de intercambio de mensajes artísticos. En la década de los setenta, el arte correo era considerado por algunos críticos e historiadores de arte como uno de los grandes fenómenos de la vanguardia internacional. Su amplia actuación, posibilitaba para los nuevos lenguajes artísticos el desencadenamiento de nuevas situaciones comunicacionales y estructurales, como por ejemplo el anonimato. El objetivo del arte correo es romper con el flujo unidireccional emisor-receptor de los medios de comunicación de masa, a través de la participación activa del espectador en la obra, socializando la autoría y diluyendo las fronteras que separan artista y público. De esta forma el arte correo democratiza el arte. Infelizmente, existen pocos estudios académicos acerca del arte correo, probablemente porque es un campo de estudio complejo, en el cual la información es difícil de conseguir. Es difícil precisar hechos y fechas. Los documentos y producciones son efímeros. A pesar de esto, en esta investigación se han analizado en profundidad las publicaciones en arte correo y las declaraciones de los artistas para entender sus conexiones y estrategias de comunicación, especialmente en el ámbito latinoamericano.

Palabras-clave: arte correo, redes, comunicación, historia, Latinoamérica

Abstract

Breaking away from the official circuits of art galleries and museums, mail art heralds a new era for the circulation of artistic work, which focuses primarily on the collective. This alternative means of circulation for artistic proposals and ideas brings forward the concept of network that would later, with the birth of the Internet, become a highly significant issue for contemporaneity. The use of mail in the 1960s and 1970s as a tactical instrument in the field of art relates to the appropriation of the means of communication by the period's artistic manifestations – a period in which establishing networks and communicating were crucial cultural elements. Mail art is a collection of varied aesthetics, whose means of expression is through official mail. Mail art appropriates this means of expression in a subversive manner to configure an alternative cultural channel for the exchange of artistic messages. In the 1970s, some critics and art historians considered mail art as one of the great phenomena of the international avant-garde. In its broadest sense, its actions enabled the new artistic languages to trigger communicational and structural situations, such as for example the anonymity. The goal of the mail art community was to break away from media's one-way sender-receiver flow, through the spectators' active participation in the piece itself. That would socialize authorship and dilute the borders that divide the artist and the public. In so doing, mail art democratizes art. Unfortunately, there are few academic studies about mail art, probably because that field of study is obdurately complex, the information is difficult to obtain. It is difficult to accurate facts and datas. The documents and works were frequently intend as ephemera. In spite of that, in this study we analyse in depth mail artists' publications and interviews to understand their communicational connections and strategies, particularly in the field of Latin America.

Key words: mailart, networks, communication, history, Latin America.

Lista de Figuras

Figura	Página
1. Cildo Meireles, Inserções em circuitos ideológicos, <i>Proyecto "Coca-Cola"</i> , 1970, mensajes transferidos a botellas de Coca-Cola en circulación. (Fuente: Herkenhoff, 1999)	62
2. Cildo Meireles, Inserções em circuitos ideológicos, <i>Proyecto "Cédula"</i> , 1971, sello sobre billete en circulación. (Fuente: Herkenhoff, 1999)	62
3. Grupo de artistas de vanguardia/CGT, <i>Tucumán Arde</i> , 1968, detalle de la instalación, Rosario, Argentina. (Fuente: Osborne, 2006)	69
4. Mapa conceptual de las perspectivas teóricas de diversos autores acerca del arte conceptual y del conceptualismo en Latinoamérica. (©Fabiane Pianowski)	74
5. On Kawara, <i>I got up at (1968-1979)</i> , sello sobre postales comerciales. (Fuente: Osborne, 2006)	77
6. Robert Rehfelt, <i>Your ideas help my ideas</i> , East Germany, 1977, postcard. (Fuente: Crane & Stofflet, 1984)	83
7. Guillermo Deisler, sin título, Chile, 1977. (Fuente: Crane & Stofflet, 1984)	83
8. Vittore Baroni, esquema de la diferencia entre el mundo del arte y la red de arte correo, 1981. (Fuente: Baroni, 1997)	91
9. Diagrama cronológico sobre los efectos de Internet en el arte correo y sus implicaciones para los futuros estudios sobre el tema. (Fuente: Starbuck, 2003)	102
10. Tipos de redes según Baran (1964, citado por Galloway, 2010)	115
11. Red de tipología distribuida aplicada a la red de arte correo, las partes más oscuras representan los artistas con una mayor intensidad de comunicación y intercambio. (©Fabiane Pianowski)	117
12. Julien Blaine, revista <i>L'Echo de Doc(k)s</i> , n.1, dos trabajos publicados acerca del aprisionamiento de Clemente Padín y Jorge Caraballo. Izquierda: Romano Peli, sin título, Itália, 1978. Derecha: Jonier Marin, <i>Padín/Caraballo</i> , Colombia, 1978. (Fuente: Crane & Stofflet, 1984)	124
13. Vittore Baroni, <i>Networking tree</i> , 1982, Ilustración para <i>Arte Postale!</i> , n.63. (Fuente: Baroni, 1995a)	127
14. Primer sello postal del mundo, <i>Penny Black</i> , Inglaterra, 1840. (Fuente: http://www.esacademic.com/pictures/eswiki/80/Penny_black.jpg)	134
15. Segundo sello postal, <i>Olho-de-boi</i> , Brasil, 1843. (Fuente: http://3.bp.blogspot.com/_GbSkbLV2ekU/SbhFyPBk3yI/AAAAAAAAAZc/KFLM9jBKk1c/s400/olho_de_boi.jpg)	134
16. Ejemplo del modelo de la primera postal, <i>Correspondence-Karte</i> , Austria, 1869. (Fuente: http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/d/df/Correspondenz-Karte.jpg)	135
17. Stéphane Mallarmé, sobre con la dirección en forma de un cuarteto poético, 1893. (Fuente: Bernard, 2005)	136
18. Vicent Van Gogh, carta a Theo, <i>Etten</i> , mediado de septiembre de 1881. (Fuente: Jansen, 2006)	136

19. Giacomo Balla, dibujos sobre tarjetas postales del Movimiento futurista enviadas a F.T. Marinetti, n.d. (Fuente: http://www.internetculturale.it/)	139
20. Ivo Pannaggi, <i>Collage postal</i> , 1926 – direccionada a Katherine Dreier en 16/10/1926. (Fuente: Bernard, 2005)	140
21. Marcel Duchamp - <i>Rendez-vous dimanche 6 fevrier 1916 á 1h ¾ de 1'm après-midi</i> , 1916, texto mecanografiado sobre 4 tarjetas postales. (Fuente: Crane & Stofflet, 1984)	142
22. Marcel Duchamp, <i>L.H.O.O.Q.</i> , 1919, tarjeta postal con interferencias del artista. (Fuente: http://upload.wikimedia.org/wikipedia/en/6/6e/Marcel_Duchamp_Mona_Lisa_LHOOQ.jpg)	142
23. Kurt Schwitters, sin título, interferencias en tarjetas postales enviadas a Walter Dexel en 5/03/1921, 27/05/1921 e 4/11/ 1921, respectivamente. (Fuente: http://www.merzmail.net)	144
24. Kurt Schwitters, <i>Collage Merz 133</i> , 1922, collage realizada con tarjetas postales. (Fuente: http://pw.english.uwm.edu)	144
25. Kurt Schwitters, <i>Anna Blume</i> , 1922, Dibujo con marcas de sellos de goma. (Fuente: http://www.merzmail.net)	144
26. Max Ernst, <i>frottage</i> sobre telegrama direccionado a Ernst desde el Valle del Ötzn en 19/07/1921. Respectivamente anverso y reverso. (Fuente: http://www.merzmail.net)	146
27. Paul Eluard, <i>Les plus belles cartes postales</i> , publicadas en el numero 3-4 de la revista <i>Minotaure</i> , 1933.	147
28. Marcel Duchamp, <i>Ampolla conteniendo 50 cc del aire de París</i> , tarjeta postal nº. 1 de la primera serie <i>La Carte surréaliste</i> . (Almeida, 2007)	147
29. Joan Miró, Yves Tanguy, Man Ray, Max Morise, <i>Cadavre exquis</i> , tinta e lápiz de color sobre papel, 1927-28. (Fuente: http://azulurquesabitacoradeteresa.blogspot.com/2010/09/cadaver-exquisito.html)	148
30. André Breton, Jaqueline Lamba & Yves Tanguy, <i>Cadaver exquis</i> , collage, s.f. (Fuente: http://azulurquesabitacoradeteresa.blogspot.com/2010/09/cadaver-exquisito.html)	149
31. Armand, <i>Cachets</i> , 1955, marca de sellos de goma sobre papel. (Fuente: Weitemeier, 2004)	152
32. Yves Klein, <i>Estampilla azul</i> , 1957, estampilla sobre tarjeta postal. (Fuente: Weitemeier, 2004)	153
33. Edgardo Antonio Vigo, <i>Biopsia</i> , 1988, poema visual. (Fuente: http://mailartists.files.wordpress.com/2008/07/vigo_1988.jpg)	158
34. <i>Fluxus Post Kit 7</i> , 1968, edición Fluxus montada por George Maciunas. (Fuente: Hendricks, 2002)	165
35. New York Correspondence School Weekly Breeder (NYCSWB), volumen 3(3), 1972, Tim Mancusi, Fluxus West Collection. (Fuente: http://sdr.lib.uiowa.edu/atca/subjugated/exhibitlist2.html)	166
36. Ray Johnson, <i>Saul Steinberg</i> , collage/moticos, 1972. (Fuente: De Salvo, 1999)	168
37. Ray Johnson, “add to & return”, c. 1960, dibujo fotocopiado - Colección Guy Bleus. (Fuente: Siegmann, 2002)	170

38. Ray Johnson, <i>A brief history of correspondence art</i> , n.d., dibujo fotocopiado. (Fuente: Siegmann, 2002)	171
39. Ray Johnson, <i>You are invited to a spare New York Correspondence School Meeting</i> , 1968-70, Crane/Friedman Correspondence Art Collection. (Fuente: http://sdrclib.uiowa.edu/atca/subjugated/exhibitlist.htm)	172
40. Robert Filliou, <i>sin título</i> , c.1971, tarjeta postal. (Fuente: Crane & Stofflet, 1984)	175
41. Correspondencia entre Ray Johnson, Chuck Close, David Bourdon, Geoff Hendricks, Philip Glass, entre otros, s.f. (Fuente: De Salvo, 1999)	176
42. Poster del <i>Omaha Flow Systems</i> , 1973. (Fuente: http://sdrclib.uiowa.edu/atca/subjugated/five_14.htm)	178
43. <i>Omaha Flow Systems</i> , exhibición de las participaciones, 1973. (Fuente: http://sdrclib.uiowa.edu/atca/subjugated/five_14.htm)	178
44. Francesc Abad (España), envío a la XVI Bienal de São Paulo, 1981. (Bocchini & Plaza, 1981)	180
45. Portada de los libros " <i>Correspondence Art</i> " y " <i>Eternal Network</i> ".	183
46. <i>Networker Congress Statements</i> , 1992. (Fuente: http://www.artpool.hu/Network/images/network02.jpg)	184
47. Sello de la International Union of Mail Artists (IUOMA). (Fuente: http://www.iuoma.org)	185
48. Dick Higgins, <i>Thank you</i> , 1959, instrucciones, acción postal. (Fuente: Crane & Stofflet, 1984)	192
49. Ray Johnson, " <i>add to & return</i> ", c. 1960, dibujo fotocopiado (Fuente: Siegmann, 2002)	195
50. Ryosuke Cohen, <i>Brain cells #777</i> , 2010, distintas intervenciones sobre papel. (Fuente: http://heleendevaan.blogspot.com/2010/11/received-from-ryosuke-cohen-brain-cell.html)	196
51. George in Georgia, <i>More leather the walkin'kind</i> , s.f., suela de cuero sellado. (Fuente: http://sdrclib.uiowa.edu/atca/subjugated/exhibitlist.htm)	197
52. Tim Drage, <i>sin título</i> , disco de 45 rpm enviado con la dirección escrita sobre el vinilo y con el sello en la parte central, 2000. (Fuente: http://a1mailart.blogspot.com/2008/04/tim-drage-postcardobject.html)	198
53. Pier Van Dijk, <i>Is there any post?</i> , Países Bajos, 1983. (Fuente: Baroni, 2006)	199
54. Robert Watts, <i>Yamflug</i> , 1963, sellos de artista. (Fuente: http://www.artpool.hu/lehetetlen/real-kiall/nevek/watts_yamflug.html)	200
55. Selección de sellos de Art and Marginal Communications exhibition. Ecart Publications, Suiza, 1974. (Fuente: Crane & Stofflet, 1984)	201
56. Unhandejijara Lisboa, <i>Karimbada</i> , 1979, sobre-portada de la publicación. (Fuente: http://sdrclib.uiowa.edu/atca/subjugated/exhibitlist.htm)	202
57. Guy Bleus, <i>Correspondance indirecte</i> , sobre, 1979. (Fuente: Siegmann, 2002)	203

58. Paulo Bruscky, <i>sem destino</i> , acción postal, Inglaterra, 1982. (Fuente: Freire, 2006c)	204
59. Paulo Bruscky, <i>postAÇÃO</i> , fotocopia y collage, 1975. (Fuente: Freire, 2006c)	206
60. Selección portadas de zines de arte correo.	209
61. Comunidad IUOMA en línea (septiembre/2013). (Fuente: http://iuoma-network.ning.com/profiles/members/)	217

Lista de Tablas

Tabla	Página
1. Parámetros de análisis para el Grupo-1	49
2. Parámetros de análisis para el Grupo-2	50
3. Resumen de los resultados de informaciones personales: perfil de los artistas correo entrevistados por Crane & Stofflet (1984)	86
4. Síntesis del análisis de los libros publicados	97
5. Síntesis del análisis de las investigaciones académicas	107
6. Relación de países participantes de la comunidad IUOMA (Grupo-1)	218
7. Cuantitativo de género de la comunidad IUOMA (Grupo-1) distribuido por las fases del arte correo	223
8. Relación de países participantes de la comunidad IUOMA (Grupo-1) en la Etapa I	225
9. Número y porcentaje de hombres y mujeres de la comunidad IUOMA (Grupo-1) según las regiones para la Etapa I	228
10. Número y porcentaje de hombres y mujeres de la comunidad IUOMA (Grupo-1) según las regiones para la Etapa II	230
11. Categorías y subcategorías de motivación	232
12. Estructura del cuestionario aplicado en línea para esta investigación	263
13. Relación de países de procedencia de los entrevistados (Grupo-2)	265
14. Cuantitativo de género del Grupo-2 distribuido por las fases del arte correo	267
15. Relación de países latinoamericanos de procedencia de los entrevistados (Grupo-2)	287
16. Procedencia, contexto político y actitud/intención de los artistas correo latino-americanos entrevistados (Grupo-2)	305
17. Actitud/intención y temática recurrente de los artistas correo latino-americanos entrevistados (Grupo-2)	306
18. Fases del arte correo y dispositivos más utilizados por los entrevistados (Grupo-2)	307
19. Fases del arte correo y dispositivos más utilizados por los entrevistados (Grupo-2)	308
20. Metadatos para la catalogación de los dispositivos de arte correo	310
21. Metadatos para la catalogación de los documentos de arte correo	311

Lista de Gráficos

Gráfico	Página
1. Distribución de los miembros de IUOMA (Grupo-1) por países de procedencia.	221
2. Distribución de los miembros de IUOMA (Grupo-1) por regiones de origen.	222
3. Participación femenina y masculina en IUOMA (Grupo-1)	222
4. Distribución de los participantes IUOMA (Grupo-1) según las fases del arte correo.	224
5. Porcentaje de la participación femenina y masculina en IUOMA (Grupo-1) en la Etapa I	225
6. Distribución de los miembros de IUOMA (Grupo-1) países de procedencia en la Etapa I	227
7. Distribución de los miembros de IUOMA (Grupo-1) por regiones de origen en la Etapa I	228
8. Participación femenina y masculina en IUOMA (Grupo-1) en la Etapa II	229
9. Distribución de los miembros de IUOMA (Grupo-1) por regiones de origen en la Etapa II	230
10. Ocurrencias de las subcategorías de Actividad Profesional para la comunidad IOUMA (Grupo-1)	234
11. Categoría Actividad Profesional según las regiones de origen de los miembros de IUOMA (Grupo-1)	234
12. Categoría Actividad Profesional según las etapas de participación de los miembros de IUOMA (Grupo-1)	235
13. Ocurrencias de las subcategorías de Expresión Utópica para la comunidad IOUMA (Grupo-1)	236
14. Categoría Expresión Utópica según las regiones de origen de los miembros de IUOMA (Grupo-1)	237
15. Categoría Expresión Utópica según las etapas de participación de los miembros de IUOMA (Grupo-1)	238
16. Ocurrencias de las subcategorías de Interés Ocasional para la comunidad IOUMA (Grupo-1)	239
17. Categoría Interés Ocasional según las regiones de origen de los miembros de IUOMA (Grupo-1)	240
18. Categoría Interés Ocasional según las etapas de participación de los miembros de IUOMA (Grupo-1)	240
19. Ocurrencias de las subcategorías de Network para la comunidad IOUMA (Grupo-1)	242
20. Categoría Network según las regiones de origen de los miembros de IUOMA (Grupo-1)	242
21. Categoría Network según las etapas de participación de los miembros de IUOMA (Grupo-1)	243
22. Ocurrencias de las subcategorías de Placer para la comunidad IOUMA (Grupo-1)	244

23. Categoría Placer según las regiones de origen de los miembros de IUOMA (Grupo-1)	245
24. Categoría Placer según las etapas de participación de los miembros de IUOMA (Grupo-1)	245
25. Ocurrencias de las subcategorías de Producción Artística para la comunidad IOUMA (Grupo-1)	246
26. Categoría Producción Artística según las regiones de origen de los miembros de IUOMA (Grupo-1)	247
27. Categoría Producción Artística según las etapas de participación de los miembros de IUOMA (Grupo-1)	247
28. Ocurrencias de las subcategorías de Sistema Postal para la comunidad IOUMA (Grupo-1)	248
29. Categoría Sistema Postal según las regiones de origen de los miembros de IUOMA (Grupo-1)	249
30. Categoría Sistema Postal según las etapas de participación de los miembros de IUOMA (Grupo-1)	249
31. Distribución general de las categorías de motivación de los miembros IUOMA (Grupo -1)	250
32. Distribución general de las categorías de motivación de los miembros IUOMA (Grupo -1) en Norteamérica.	252
33. Distribución general de las categorías de motivación de los miembros IUOMA (Grupo -1) en Europa.	253
34. Distribución general de las categorías de motivación de los miembros IUOMA (Grupo -1) en Latinoamérica	254
35. Distribución general de las categorías de motivación de los miembros IUOMA (Grupo -1) en Asia	255
36. Distribución general de las categorías de motivación de los miembros IUOMA (Grupo -1) en Oceanía	255
37. Distribución general de las categorías de motivación de los miembros IUOMA (Grupo -1) en África	256
38. Ocurrencias de las categorías de motivación de los miembros IUOMA (Grupo-1) en Norteamérica, Europa y Latinoamérica	257
39. Ocurrencias de las categorías de motivación de los miembros IUOMA (Grupo-1) en la Etapa I	258
40. Ocurrencias de las categorías de motivación de los miembros IUOMA (Grupo-1) en la Etapa II	259
41. Ocurrencias de las categorías de motivación de los miembros IUOMA (Grupo-1) en las Etapas I y II.	260

42. Ocurrencias de las categorías de motivación de los miembros IUOMA (Grupo-1) para el género femenino	261
43. Ocurrencias de las categorías de motivación de los miembros IUOMA (Grupo-1) para el género masculino	261
44. Ocurrencias de las categorías de motivación de los miembros IUOMA (Grupo-1) para los géneros femenino y masculino	262
45. Distribución de los entrevistados (Grupo-2) por regiones de origen	266
46. Participación femenina y masculina en el Grupo-2	266
47. Distribución de entrevistados (Grupo-2) según las fases del arte correo	267
48. Distribución de los entrevistados (Grupo-2) en las etapas del arte correo	268
49. Ocurrencias de las categorías de motivación en el Grupo-2	268
50. Ocurrencias de las categorías de motivación en el Grupo-2 en las Etapas I y II	269
51. Ocurrencias de las categorías de motivación de los entrevistados (Grupo-2) en Europa, Latinoamérica y Norteamérica	270
52. Intención/actitud de los artistas correo entrevistados (Grupo-2)	272
53. Intención/actitud según el género de los entrevistados (Grupo-2)	275
54. Intención/actitud según las etapas del arte correo (Grupo-2)	275
55. Intención/actitud de los entrevistados (Grupo-2) en Europa, Latinoamérica y Norteamérica	276
56. Temáticas más recurrentes en las producciones de los entrevistados (Grupo-2)	277
57. Temáticas más recurrentes en las producciones de los entrevistados (Grupo-2) para los géneros masculino y femenino	278
58. Temáticas más recurrentes en las producciones de los entrevistados (Grupo-2) en las Etapas I y II	279
59. Temáticas más recurrentes en las producciones de los entrevistados (Grupo-2) en Europa, Latinoamérica y Norteamérica	280
60. Dispositivos más utilizados por los entrevistados (Grupo-2) en sus envíos	281
61. Dispositivos más utilizados por los entrevistados (Grupo-2) en sus envíos para los géneros masculino y femenino	282
62. Dispositivos más utilizados por los entrevistados (Grupo-2) en sus envíos en las Etapas I y II	283
63. Dispositivos más utilizados por los entrevistados (Grupo-2) en Europa, Latinoamérica y Norteamérica	284
64. Actividades artísticas paralelas señaladas por los entrevistados (Grupo-2)	285
65. Participación femenina y masculina de los entrevistados (Grupo-2) latinoamericanos	288

Sumario

Introducción	29
 Parte 1 - Marco Contextual: Presentación y metodología	
1. Presentación de la investigación	33
1.1 Definición del problema y objetivos.....	33
1.2 Hipótesis	35
1.3 Objetivos.....	35
1.4 Estructura y organización	36
1.5 Relevancia	37
1.6 Limitaciones	38
2. Reflexiones metodológicas.....	41
2.1 Investigación bibliográfica	44
2.2 Investigación prosopográfica.....	46
2.3 Soportes de análisis: softwares File Maker y Atlas.ti	51

Parte 2 - Marco Teórico: Conexiones

3. Conexión contextual: arte conceptual y conceptualismo	57
4. Conexión referencial: arte correo (estado del arte)	77
4.1 Libros publicados	79
4.2 Investigaciones académicas	98
5. Conexión teórica: la red de arte correo	109
5.1 Conceptuando el arte correo: red sin inicio, ni fin.....	109
5.2 Táctica colectiva.....	118
5.3 Terminología	126

Parte 3 - Marco Histórico: Antecedentes, orígenes, fases y dispositivos

6. Arte correo en la historia	133
6.1 El medio es el mensaje: el correo	133
6.2 Vanguardias históricas y arte correo	137
6.3 Neovanguardias y arte correo	149
7. Historia del arte correo	161
7.1 Giro postal: cómo, cuándo y por qué la correspondencia entre artistas se convierte en arte correo	161
7.2 Cada cosa a su tiempo: las diferentes fases del arte correo	176
8. Práctica múltiple: lo que circula en la red	187
8.1 Ideología utópica	188
8.2 Dialéctica de los medios.....	190

Parte 4 - Marco Analítico: Prosopografía y sistematización

9. International Union of Mail-Artists	217
9.1 Los participantes IUOMA.....	218
9.2 Participantes IUOMA y la red analógica de arte correo.....	225
9.3 Participantes IUOMA y la red analógico-digital de arte correo.....	228
9.4 Las motivaciones de los artistas correo de IUOMA	230
10. Cuestionarios en línea (Grupo-2)	263
10.1 Quiénes son los entrevistados	265
10.2 Etapas de participación en la red.....	267
10.3 Motivación.....	268
10.4 Actividad en la red.....	270
10.5 Intención/Actitud como artista correo	272
10.6 Temática.....	276
10.7 Dispositivos de envío	280
10.8 Actividades artísticas paralelas	284
11. Quiénes son los artistas correo latinoamericanos entrevistados.....	287
11.1 Conociendo mejor a los entrevistados latinoamericanos	288
11.2 Taxonomías	304
12. Metadatos de sistematización	309
Conclusiones	313
Bibliografía	317

Introducción

Descubrir el arte correo me ha permitido ampliar mi visión acerca del arte y de los artistas. Hace tiempo de esto, todavía hacía mi carrera en Bellas Artes... Ha sido a través del arte correo, más que en las clases de la universidad, que realmente he podido entender lo que buscaban los artistas de las vanguardias: un arte libre, asequible, factible...

La investigación acerca del tema ha empezado en aquel entonces y como trabajo de fin de carrera redacté un breve relato del histórico y funcionamiento del arte correo, intentando verificar cual fue la importancia de las vanguardias artísticas en su surgimiento, así como situar el porqué de la contundencia de la misma en América Latina, enfocando rápidamente a algunos de sus productores.

Sin embargo, mis inquietudes acerca del tema no estaban calmadas y he decidido seguir la investigación que ha resultado en esta tesis de doctorado. Este camino no ha sido fácil, mucho menos corto, pero creo que ahora y con orgullo puedo entender y defender esta práctica artística. Digo defender porque tanto en el ámbito académico como el en artístico, el arte postal es visto por muchos investigadores, teóricos y críticos como algo simple y que no requiere estudios profundizados. Pienso que con esta investigación, sumada a las que felizmente ya existen en el ámbito académico, se puede mostrar no sólo la complejidad del arte correo sino que también cómo el concepto de red que la configura es importante para comprender nuestra propia actualidad que está pautaada por Internet y sus infinitas redes sociales.

1 MARCO CONTEXTUAL: Presentación y metodología

1. Presentación de la investigación.....	33
1.1 Definición del problema y objetivos	33
1.2 Hipótesis	35
1.3 Objetivos	35
1.4 Estructura y organización	36
1.5 Relevancia	37
1.6 Limitaciones	38
2. Reflexiones metodológicas.....	41
2.1 Investigación bibliográfica	44
2.2 Investigación prosopográfica	46
2.3 Soportes de análisis: softwares File Maker y Atlas.ti	51



1. Presentación de la investigación

En líneas generales, el arte correo es una red de intercambio de ideas y de propuestas artísticas que funciona principalmente a través del sistema postal tradicional. La historia del arte correo es, por lo tanto, un mosaico compuesto por tantas piezas como los participantes de su red. No obstante, hay de destacar como fundamental el hecho de que no existe una única historia del arte correo, sino muchas y la que se muestra a través de esta investigación es solamente una de estas innumerables posibilidades que se pudieran presentar.

Pese a que tiene muchas posibilidades narrativas, tanto en el ámbito académico como en el ámbito “oficial” del mundo del arte, es un tema que apenas ha sido considerado por la academia. Así que es la carencia de investigaciones acerca del tema junto a una enorme admiración y curiosidad lo que han motivado la realización de este estudio.

En esta investigación lo que se intenta es comprender cuál es la estructura de la red de arte correo, su historia y fundamentos así como cuál es el perfil del artista correo y sus motivaciones. Además, se pretende reflexionar acerca del papel del arte correo latinoamericano dentro del contexto internacional de la red y también contribuir con la sistematización del conocimiento acerca de esta temática.

1.1 Definición del problema y objetivos

La historia del arte correo así como su análisis y funcionamiento son objeto de escasos estudios académicos que parten de diferentes planteamientos. Estas referencias serán analizadas más detenidamente en el marco teórico (segunda parte) de esta investigación, sin embargo, es importante subrayar las principales características de las mismas en este apartado a fin de facilitar la comprensión del problema y de los objetivos de esta investigación.

Uno de los estudios analizados se centra en la producción del arte correo, específicamente la producción perteneciente a un archivo en particular, el perteneciente al grupo Atelier Bonanova (Payero Barbero, 1993). Otros dos enfocan más detenidamente el papel comunicativo de la red (Starbuck, 2003; Röder, 2006). Mientras que hay tres investigaciones especialmente interesantes para el planteamiento aquí propuesto, dado que



reflexionan acerca de la importancia del artista correo, en las que se considera que la figura del artista es más importante para la comprensión del arte correo que sus producciones (Lumb, 1997; Nunes, 2004; Gutierrez Marx, 2007).

Cabe destacar como un importante antecedente el estudio “*Arte Postal Arte*”, realizado como trabajo de fin de carrera del curso de Licenciatura en Bellas Artes (Pianowski, 2003), puesto que ha sido a partir del mismo que he empezado a interesarme por la temática. El objetivo principal de aquella investigación fue elaborar un pequeño apunte histórico del arte correo para comprender el funcionamiento de la red a través de conexiones con otros movimientos artísticos del siglo XX. Además, en el trabajo citado, se esbozó la manifestación del arte correo en Brasil, Uruguay y Argentina, destacando eventos y artistas, del mismo modo que se hizo un breve análisis teórico-crítico de su situación en aquél momento. En dicho estudio, pese al uso de imágenes, las mismas sólo fueron utilizadas a título de ilustración no llevándose a cabo ningún tipo de análisis específico acerca de las mismas. Tampoco ha habido ningún tipo de interacción con los artistas tratados y todos sus datos fueron recogidos en publicaciones, la gran mayoría disponibles en Internet. No obstante, este estudio muestra la necesidad de una profundización en los estudios acerca de esta temática tanto por la carencia de referencias bibliográficas de ámbito académico como de diferentes análisis teóricos –en especial en relación al papel y perfil de los artistas– de la participación latinoamericana, asimismo debido a la necesidad del establecimiento de parámetros para la sistematización de las producciones y publicaciones que todavía circulan en la red o que pertenecen a los archivos de los artistas.

A partir de estas investigaciones se elaboraron algunas preguntas clave para el desarrollo de este estudio:

- ¿Quiénes son los artistas correo?
- ¿Qué motivaciones llevan a la participación en la red de arte correo?
- ¿Se puede afirmar que el arte correo latinoamericano es un arte caracterizado por la protesta y la denuncia?
- ¿El estudio del arte correo posibilita la reflexión acerca de la influencia de la represión dictatorial en la producción artística latinoamericana?
- ¿Cómo sistematizar la producción y documentación de arte correo?

Estos planteamientos resultaron en tres ejes principales de la investigación: el análisis histórico, el establecimiento del perfil del artista correo y la creación de parámetros para la sistematización de la información.

1.2 Hipótesis

En gran parte de la bibliografía que trata de la historia del arte correo a partir de un enfoque internacional se indica que el arte correo latinoamericano tiene un carácter particular en relación a los demás por presentarse como una práctica artística políticamente comprometida. En cierta medida este enfoque corrobora la teoría del conceptualismo ideológico de Marchán Fiz (1972). Sin embargo, todavía no se ha realizado ninguna investigación específica acerca de esta problemática. Este cuestionamiento ha sido un generador de esta investigación y a partir de él se ha planteado la hipótesis de que **la repercusión del sistema político dictatorial ha influido tanto en el arte y la cultura hasta el punto de que se pueda considerar que el arte correo latinoamericano se ha distinguido del resto del mundo.**

La hipótesis planteada sólo puede ser comprobada si se realiza un estudio comparativo que evalúe el arte correo de Latinoamérica en relación con las demás regiones geoculturales. La decisión ha sido dar prioridad al artista-autor de arte correo; en este sentido se optó por la realización de una investigación bibliográfica y prosopográfica, a fin de determinar cuál es la figura del artista correo y por qué motivos participa en la red. Otra opción sería haber elegido el análisis de la producción, sin embargo, este estudio optó por basarse en el lugar preponderante que el artista ocupa en todo el proceso creativo-comunicativo de la red de arte correo.

1.3 Objetivos

A fin de verificar la hipótesis planteada, el objetivo central de esta tesis es **realizar un análisis histórico del arte correo pautado en la investigación bibliográfica y prosopográfica a fin de verificar si es posible determinar particularidades geoculturales en esta práctica artística.** Como apoyo a este propósito se programan los siguientes objetivos complementarios:



- Conocer quiénes son los artistas y cuáles son las motivaciones de su participación en la red de arte correo.
- Demostrar si el arte correo latinoamericano puede realmente ser caracterizado como un arte comprometido con la protesta y la denuncia.
- Reflexionar acerca de la influencia de la represión dictatorial en la producción artística latinoamericana.
- Establecer parámetros que faciliten la sistematización de la información acerca de la producción, autoría y documentación en los archivos de arte correo.

1.4 Estructura y organización

A partir de la definición del problema ha sido posible determinar tres ejes que sostienen la investigación: el análisis histórico del arte correo, el establecimiento del perfil del artista correo y la sistematización de la información acerca del tema. Estos ejes se complementan y serán enfocados en los diferentes estudios realizados en esta investigación. Al respecto del eje del análisis histórico se han elaborado dos estudios: marco teórico y marco histórico, mientras que para los ejes del perfil del artista y sistematización y difusión de la información se ha elaborado el marco experimental.

En los dos primeros estudios de la investigación la metodología empleada ha sido la investigación bibliográfica, a partir de la cual se ha realizado un análisis profundo de textos de referencia en arte correo así como de una bibliografía dedicada a temas más específicos como el arte conceptual y conceptualismo, las vanguardias artísticas y la teoría de redes. Estos estudios han posibilitado una profundización teórica e histórica del arte correo y han servido de apoyo para la realización del estudio posterior.

El **marco teórico** tiene un enfoque más conceptual que pretende ser una aportación relevante que presente con claridad y de forma detallada los principios en que se basa el arte correo. Está compuesto por las siguientes partes:

- Relaciones entre el arte correo, el arte conceptual y el conceptualismo.
- Recopilación bibliográfica del arte correo, tanto en ámbito académico como histórico-crítico.
- Las teorías que permiten comprender y conceptualizar la práctica del arte correo.
- La terminología empleada.

En el **marco histórico** el enfoque está en la historia de esta práctica, describiendo sus orígenes y antecedentes, así como sus diferentes fases y su logística. Su estructura es:

- Relaciones entre el arte correo y otras prácticas artísticas del siglo XX.
- Recopilación histórica del arte correo desde sus orígenes hasta sus diferentes fases.
- Descripción de los dispositivos que circulan en la red de arte correo.

Es importante destacar que estos dos marcos no se limitan a ser una revisión de la bibliografía existente en el ámbito del arte correo, sino una aportación no sólo al desarrollo del marco experimental como también al desarrollo de investigaciones posteriores dedicadas al tema.

En el último estudio, el **marco analítico**, se investiga el perfil de los artistas correo haciéndose uso de la metodología prosopográfica. También se busca conocer los parámetros de sistematización de los datos referentes al arte correo relativos a los artistas, a las producciones y publicaciones. Consta de las siguientes partes:

- Conocimiento del perfil y de la motivación de los artistas correo.
- Conocimiento del perfil y de la motivación de los artistas correo latinoamericanos.
- Establecimiento de metadatos de sistematización del arte correo.

Además está este primer marco, el **marco contextual**, que precede los estudios referidos a fin de presentar la investigación y su metodología.

La lógica de la escritura y lectura es facilitada si organizamos las ideas por partes, por este motivo se ha decidido estructurar la tesis en tres estudios: teórico, histórico y experimental. Sin embargo hay que subrayar que, pese a que se muestren como partes diferenciadas que en cierta medida proporcionan lecturas independientes, son esencialmente complementarios.

1.5 Relevancia

La presente investigación estudia el arte correo a partir del perfil de sus participantes, con la intención de verificar la existencia o no de particularidades geoculturales en esta



práctica artística. A diferencia de las investigaciones anteriores del mismo ámbito que estudian la historia y el funcionamiento del arte correo, esta investigación se diferencia porque se centra en sus participantes, no de manera individual sino colectiva, en la tentativa de cartografiar los hilos invisibles de la red que los conecta.

La investigación académica de prácticas artísticas alternativas, periféricas o activistas es algo relativamente reciente y se configura, por lo tanto, como un campo de estudio todavía rico en posibilidades de exploración. La actual valorización de los archivos personales y de las subjetividades ha proporcionado una ampliación de enfoque en las investigaciones en el ámbito de la historia del arte, que ya no puede estar centrada en la figura extraordinaria de los grandes genios y de las obras maestras, sino que se vuelca en el estudio de sujetos y producciones que no encajan en los cánones, pero que sin embargo son reconocidas como fundamentales para el entendimiento artístico-cultural de las sociedades. Esa es la perspectiva en la que se basa la presente investigación que pretende estudiar, valorar y difundir una práctica artística de gran importancia cultural todavía poco conocida, principalmente en el medio académico.

1.6 Limitaciones

Como toda investigación de ámbito cualitativo este estudio también presenta algunas limitaciones que no interfieren en su posible éxito, pero que deben ser consideradas a fin de obtenerse una mejor comprensión de su propuesta.

El investigador para empezar su proyecto debe tomar diferentes decisiones, principalmente para delimitar el campo de estudio y así poder enfocar su análisis:

- En primer lugar, se ha optado por una investigación bibliográfica como base del estudio porque se trata de una práctica artística en la que la producción bibliográfica es en su mayoría realizada por los propios participantes, de manera que asume un papel teórico-documental importante.
- En segundo lugar, se ha optado por la biografía colectiva (prosopografía) como método de estudio para entender quién es el artista correo y cuáles son sus motivaciones para participar de la red, a sabiendas de que esta elección es una

generalización y que como en todas las generalizaciones su fiabilidad es limitada, sin embargo, los parámetros utilizados permiten la extrapolación de conclusiones.

- En tercer lugar, se ha restringido la investigación a los miembros de la red social IUOMA y a los artistas correo que han contestado el cuestionario en línea, de manera que el uso de Internet ha sido un factor delimitador de la muestra y, por lo tanto, el perfil de los artistas "analógicos" (por definirlos de alguna manera) no está analizado. Además, el número de los participantes de la red de arte correo es seguramente mucho mayor del que se analiza, no obstante, es justamente su amplitud lo que determina un recorte en la población, visto que sería imposible analizarla en su totalidad.

Cabe destacar también que la investigadora que realiza la tesis, pese a que haya participado en algunas convocatorias de arte correo de manera muy puntual, no es una artista correo. Este dato es importante porque las investigaciones académicas llevadas a cabo acerca del tema fueron mayoritariamente realizadas por artistas correo bastante activos en la red. Por lo tanto, a la vez que esta "no participación" promueve un distanciamiento crítico altamente recomendable a las investigaciones académicas, también puede dar como resultado interpretaciones divergentes o distanciadas de la opinión de los participantes de la red de arte correo. Es la admiración por el arte correo, entendido como una práctica artística colectiva y democrática, el principal motivo que ha llevado a la investigadora a realizar un estudio acerca del tema.

2. Reflexiones Metodológicas

La historia así como las colecciones seleccionan arbitrariamente tanto lo que debe estar presente como lo que debe ser excluido u olvidado. Esta selección –dictada por diversos factores como el mercado, la ideología, el momento político, el ambiente cultural, la moda etc.,– tiene consecuencias negativas para las proposiciones conceptuales, especialmente para aquellas consideradas periféricas o marginales como es el caso del arte correo, puesto que dificulta que el proceso de escritura de una historia del arte sea realmente abarcadora y efectiva. Se suma a esta dificultad la comprensión del “arte” como algo más que un mero objeto, una vez que estos artistas operan con proyectos, documentos, acciones, performances, circuitos, archivos, redes etc., lo que muchas veces rompe con la lógica tradicionalmente asumida de obra de arte, de modo que la única evidencia que queda de lo efímero para la memoria/historia (cuando queda) es el registro escrito o foto/videográfico. Freire (2005) llama la atención sobre esa frecuente ambigüedad y ausencia de diferencias entre documento y obra, en la cual existe cierta intención de permanencia de algo que definitivamente se escapa. Ese arte “presente-ausente” en vez de enfocar la materialidad sensible del objeto de arte, enfatiza los modos de funcionamiento de sus proposiciones, las concepciones/percepciones del artista y el contexto socio-histórico en que estaba insertada, elementos que se hacen fundamentales para su comprensión. En el arte conceptual, el carácter “artístico” es ante todo el proceso y el análisis de la naturaleza misma de la información (Freire, 1999).

Bajo esa perspectiva, el análisis de la materialidad sensible de la obra como exclusivo parámetro de estudio queda obsoleto, haciéndose necesaria la creación de otros parámetros para el acompañamiento histórico-crítico de la producción artística realizada a partir de la instauración del arte conceptual. Puesto que el arte conceptual altera radicalmente la definición de artista, de los modos de producción, recepción y circulación del arte, agotando la crítica formalista y planteando una revisión de la narrativa dominante de la historia del arte y de sus prácticas institucionales (Freire, 2006b).

Las propuestas artísticas que surgen bajo el conceptualismo instauran un nuevo paradigma artístico y requieren un estudio que, sobrepasando el análisis del objeto artístico de forma aislada, reconsidere el papel del artista, del público y de las instituciones. Un estudio que reconstituya la intrincada red simbólica que envuelve las efímeras proposiciones conceptuales. Esta red comprende el contexto polícticultural y social, el repertorio individual del artista, así como las condiciones de su exhibición. De este modo, el contexto



para la creación artística debe ser pensado sobre una base tanto artística, incluyendo conceptos, ideas, valores y representaciones que se extiende más allá de los límites de la percepción visual, como sociológica, en que el significado de la obra es entendido a partir de un determinado sistema de valores y representaciones del cual participa (Freire, 1999).

Los asertos de la historiadora y crítica de arte Cristina Freire plantean la necesidad del uso de una metodología de investigación en arte que articule, de manera eficaz, al artista y sus poéticas con el sistema de valores y de representación en que estaban incluidos y en que están siendo estudiados. Cabe destacar el carácter interdisciplinario de esta metodología, que rompe con las fronteras de las disciplinas aisladas y articula los diferentes conocimientos provenientes de áreas como historia, antropología, sociología, psicoanálisis, filosofía etc. Está en la interdisciplinariedad el punto clave del conceptualismo, puesto que mismo en sus apariciones más “convencionales” se presenta abierto a disciplinas tan variadas como la lingüística, la teoría de sistemas, la filosofía, la sociología, la ética, la lógica, las ciencias políticas, la música, el teatro, la religión oriental y la poesía (Camnitzer, Farver y Weiss, 1999).

Bajo esta perspectiva interdisciplinaria, el arte correo, por su aproximación al arte conceptual, se muestra como una importante fuente de investigación en la que, a través de un estudio mediante el cual se articulen los conceptos de sus productores y el contexto histórico-social del periodo, se puedan descubrir los meandros de esta red y extraer conclusiones con más seguridad y justicia acerca de esta producción artística, hasta ahora bastante excluida de la historia “oficial” del arte. Como afirma Michael Crane:

Para entender los efectos y propósitos del arte correo, es útil tener conocimiento de la historia y de la transformación del arte. Tales conocimientos pueden clarificar el papel del arte correo en un campo más amplio y disipar los mitos y percepciones erróneas que a veces rodean la red y sus actividades. En términos de arte correo, es útil saber quién hizo qué y cuándo, las características generales de las producciones, los comportamientos y las actitudes estéticas que condicionaron tales producciones, las modas y las tendencias en los últimos años. Estas informaciones colocarán el arte por correspondencia en un plano más amplio donde las fronteras, direcciones y significados pueden ser percibidos en su totalidad en vez de parcialmente.¹ (1984b, p. 36)

.....
1 Original en inglés: To understand the effects and purposes of mail art, it is helpful to have knowledge of the history and transformation of art. Such knowledge can clarify the role of mail art in the larger field and dispel the myths and misperceptions that sometimes surround the network and its activities. In terms of mail art, it is useful to know who did what and when, general characteristics of productions, the behavioural and aesthetic attitudes that condition such productions, and trends and tendencies over the years. Such information will place correspondence art on a much wider plane where boundaries, direction, and meaning may be perceived wholly instead of piecemeal.

Según Freire (2006b), surge, desde el punto de vista institucional de la memoria del arte contemporáneo, una especie de retorno de lo reprimido. Esto probablemente se debe a la reciente apertura de los archivos constituidos por la represión durante las dictaduras militares de los países de América Latina, lo que posibilita la rectificación de la historia oficial. En el contexto de la investigación artística post 60, no sólo los archivos públicos son el centro de interés –una vez que la mayor parte de las obras de los años 70 están fuera de los acervos públicos y, por lo tanto, ausentes de la historia oficial (Freire, 2005)– como también los archivos privados que fueron constituidos durante varios años por los propios artistas. Estos archivos guardan, de manera bastante particular, los registros estéticos de historias aún no contadas, a la espera de nuevas significaciones.

En este contexto la voz de los artistas que participaron activamente del periodo también es una rica fuente de información. Esto se intensifica por el hecho de que el arte conceptual trae consigo al artista como crítico, o sea, que el artista participa intelectualmente del trabajo artístico –reivindicando esta posición– en todas las etapas: producción, circulación y crítica. En el arte conceptual el discurso participa de la obra, cuando no es él mismo la obra (Freire, 1999). De la misma forma, el artista correo participa activamente en todas las etapas que envuelven el hacer artístico, no sólo como productor y receptor del arte sino también como responsable de la circulación, exhibición y crítica de la producción, de manera que tanto sus archivos como sus escritos son valiosas fuentes de investigación.

Con la llegada del siglo XXI, han surgido propuestas del rastreamiento descentralizado del conceptualismo, como ha sido el caso en España del proyecto *Vivid Radical Memory* (2006-2008), coordinado por Antoni Mercader, que se ha centrado en “las prácticas conceptuales de cariz social y político de los años sesenta y setenta del Sur y del Este, a ambos lados del océano” (Mercader, 2007). En este proyecto, a través del trabajo en red se han conectado distintas instituciones y movilizado investigadores de diferentes países que en trabajo conjunto han iniciado la recuperación activa de la historia del conceptualismo en sus respectivas localidades. Como uno de los resultados de este proyecto se ha creado una Web (www.vividradicalmemory.org) donde hay una base de datos en la cual las informaciones acerca de las autorías, producciones y documentos del conceptualismo del Este y del Sur pueden ser encontradas.

La preocupación no sólo en sistematizar la información como también de dejarla disponible a partir del libre acceso demuestra el compromiso con la recuperación activa



del patrimonio artístico. En este sentido, existe el encaminamiento de la creación de una página Web como la continuidad de esta investigación en nivel post-doctoral. De modo que está prevista la creación de una base de datos en la cual se pueda encontrar información acerca de los artistas y de los documentos que conforman la red de arte correo así como de una página wiki, en la cual se espera que la información sea constantemente editada y actualizada por los propios artistas de manera altruísta y anónima. Estas acciones intentarán demostrar que la historia del arte correo debe ser entendida como una historia colectiva, multifacética y dinámica como lo es la propia red.

Cabe destacar que las metodologías utilizadas se apoyan mutuamente en la construcción de esta investigación, no existiendo la intención de utilizar una fórmula preestablecida, de manera que la metodología aquí descrita ha sido orientadora una vez se ha ido estructurando en la propia construcción de la tesis. Como afirma Carlo Ginzburg (1989, p. 179), nadie aprende el oficio de conocedor o diagnosticador limitándose a poner en práctica reglas preexistentes. En este tipo de conocimiento (cualitativo) están en juego elementos imponderables: olfato, golpe de vista, intuición.

2.1 Investigación Bibliográfica

La investigación bibliográfica es una herramienta frecuente en los estudios exploratorios o descriptivos, especialmente cuando el objeto de estudio no ha sido muy estudiado, lo que suele dificultar la formulación de hipótesis precisas y operativas. La aproximación al objeto de estudio a través de la bibliografía como fuente de investigación es, por lo tanto, fundamental en determinadas investigaciones, toda vez que es la principal fuente de información y la que mejor posibilita una estructuración teórica del objeto de investigación. Lima & Miotto (2007, p. 8) destacan que la investigación bibliográfica difiere de la revisión bibliográfica, una vez que traspasa la simple observación de datos contenidos en las fuentes investigadas, puesto que imprime sobre estos datos la teoría, la comprensión crítica de su significado.

Pese a la libertad metodológica de toda investigación bibliográfica y la flexibilidad de cambios que el propio recorrido del estudio posibilita, hay una secuencia de procedimientos que, según Salvador (1986), es imprescindible en la aplicación de este método. Estos procedimientos corresponden a cuatro fases sucesivas de un proceso continuo:

a) Elaboración del proyecto de investigación: consiste en la elección del tema, formulación del problema y planeamiento de la investigación.

b) Estudio de las soluciones: esta fase está comprometida con la recogida de información y se establece primero a partir del levantamiento bibliográfico y luego a través del análisis de las informaciones contenidas en la bibliografía escogida.

c) Análisis explicativo de las soluciones: es la etapa del análisis crítico de la información seleccionada.

d) Síntesis integradora: es el producto final de la investigación bibliográfica, que es el resultado del análisis crítica de los documentos. Esta etapa consiste en la conjunción del material estudiado con el problema de la investigación para la elaboración del informe.

Además Salvador (1986) destaca que es la lectura la principal técnica de este procedimiento metodológico y facilita algunas orientaciones en este sentido, indicando diferentes y sucesivos tipos de lecturas que deben ocurrir durante el proceso de investigación:

a) Lectura de reconocimiento del material: lectura rápida dirigida a seleccionar el material concerniente a la investigación.

b) Lectura exploratoria: del mismo modo que la anterior también es una lectura rápida que intenta verificar la validez de la información elegida.

c) Lectura selectiva: define el material relevante que está relacionado directamente con el objetivo del estudio.

d) Lectura reflexiva o crítica: es la fase de análisis y categorización del material definido en la fase anterior.

e) Lectura interpretativa: es la principal etapa del procedimiento una vez que es el momento de relacionar las ideas recogidas con el problema de la



investigación. Esta fase implica la interpolación de las opiniones de los autores estudiados con las proposiciones del investigador.

Por lo tanto, la investigación bibliográfica se realiza con el propósito de fundamentar teóricamente el objeto de estudio, contribuyendo con los análisis y reflexiones acerca de la temática elegida. Pese a su flexibilidad en la obtención de datos, es una metodología que exige del investigador un procedimiento atento y disciplinado, puesto que se basa en un movimiento incansable de aprehensión de los objetivos, de observación de las etapas, de lectura, de cuestionamientos y diálogos críticos (Lima & Mito, 2007, p. 8).

A partir de lo expuesto es posible constatar que el arte correo es un tema que adecúa al uso de esta metodología, una vez que es un tema todavía poco estudiado y que está prácticamente ausente en las publicaciones de referencia en historia del arte. Cabe destacar, además, que el hecho de que la bibliografía encontrada acerca del tema sea mayoritariamente producto de reflexiones de los propios artistas correo potencia esta elección.

2.2 Investigación Prosopográfica

La historia del arte correo es una historia colectiva, en la cual el aspecto social y cooperador, es decir, su funcionamiento y proceso es más importante que las producciones que de él resultan. El arte correo se destaca por funcionar como una red social en la que los propios participantes y sus conexiones son más relevantes que sus producciones artísticas, por lo tanto son sus actores creativos, es decir, los artistas correo los que definen y concretan esta práctica. De manera que los artistas que participan de la red asumen más importancia y fuerza cuando son pensados en su conjunto, sin entretanto olvidarnos de sus individualidades. De manera que en el estudio del arte correo se hace necesario una nueva manera de enfocar la investigación histórica a través del uso de herramientas metodológicas novedosas para la historia del arte. En este sentido, se ha optado por la utilización de la metodología de la prosopografía como método historiográfico para el análisis histórico del arte correo.

Esta metodología, también conocida como “biografía colectiva”, es el estudio biográfico de un grupo determinado puesto que lo que “interesa no son las singularidades de la vida de los distintos individuos del pequeño grupo analizado, sino por el contrario, los

elementos compartidos y comunes por todos ellos” (Aguirre Rojas, 2000, p. 26), además es una metodología que permite situar los acontecimientos cotidianos y fenómenos en un contexto significativo y distinguir entre lo que es aislado y excepcional de lo que es común. De manera que la prosopografía puede definir patrones así como revelar conexiones, relaciones y estructuras de un grupo específico, mostrándose como una útil herramienta para la investigación histórica de los mismos.

La prosopografía es una técnica para la escrita de biografías colectivas que ha sido recuperada en la década de los setenta por Laurence Stone (1971). Según Marcela Ferrari:

esta aproximación microanalítica parte de la delimitación de un *corpus* de individuos que integran un actor colectivo (político, social, económico); luego, a cada miembro del conjunto, se lo somete a un cuestionario común referido a sus características (v.g. edad, nacionalidad) y atributos (nivel educativo, título, ocupación, patrimonio, entre otros). Se siguen además las trayectorias de los individuos en el campo específico a analizar ... Una vez procesada esa información es posible describir los perfiles emergentes del conjunto y analizar las relaciones entre los individuos del mismo o de diferentes campos, o entre los individuos y otros actores colectivos para, finalmente, contribuir a explicar al actor colectivo como una configuración social siempre cambiante y de fronteras lábiles, que actúa dentro de una sociedad en un tiempo determinado. (2010, p. 530)

Este método lo que se busca es recuperar las características comunes de un grupo de individuos. Ha sido reelaborado por Christophe Charle (2006), que ha desplazado la atención de los grupos a los actores, que pasan a constituir el centro del análisis. Como afirma Ferrari, “a través de la reconstrucción de biografías individuales –y después colectivas– Charle muestra la lógica de las estructuras sociales y el modo en que éstas evolucionan” (2010, p. 532).

Según Verboven, Carlier & Dumolyn (2007), la prosopografía no está interesada en lo único sino en el promedio, en lo general y en lo que es “común” en las historias de vida de los grupos sociales. Lo individual y lo excepcional son importantes pero sólo en la medida en que proporcionan información sobre lo colectivo y lo “normal”. Para un prosopógrafo, las personas extraordinarias (como Marcel Duchamp, por ejemplo) resultan menos atractivas y hasta cierto punto incluso perturbadoras porque “están fuera del común” y pueden oscurecer el objeto de estudio.

El método prosopográfico, por consiguiente, posibilita describir las características de un grupo relativamente homogéneo a través de la recopilación de datos que permitan describir un individuo, quedando excluidos los individuos extraordinarios, que asumen el papel de personalidades. En este detalle reside la mayor diferencia entre la prosopografía



y la biografía, lo que sin embargo no significa que ambas no puedan complementarse mutuamente. Por ejemplo, en determinados estudios biográficos la prosopografía puede crear un trasfondo ideal, permitiendo definir hasta que punto un individuo es representativo de determinado grupo y cuáles son las diferencias de este en relación a los demás.

En definitiva, la prosopografía es un método de análisis social cuyo propósito final es recopilar datos que trascienden las vidas particulares, centrándose en los aspectos comunes que comparten determinado grupo social.

La elección del método prosopográfico se justifica porque puede facilitar un entendimiento más profundo de grupo social elegido, sin embargo no nos sirve como una primera aproximación. Así que es necesario que el tema de estudio esté apropiadamente contextualizado para que este método sea fructífero, de manera que las investigaciones previas así como la literatura existente son elementos fundamentales para la comprensión del funcionamiento y composición del objeto de estudio. Conviene subrayar además que el uso de este método en la presente investigación es parcial, puesto que no todos los objetivos del estudio encajan en su propuesta, de manera que ha sido necesario diversificar las estrategias de investigación a fin de integrar distintas metodologías.

Para iniciar un estudio prosopográfico es necesario, en primer lugar, elegir y delimitar un grupo en el que sus miembros compartan de un factor general. Las características comunes son el criterio más importante para delimitar el grupo. En el caso de la presente investigación esto ha sido relativamente fácil una vez que el criterio ha sido la participación en la red de arte correo. En cuanto a la delimitación geográfica los criterios de origen del grupo no han sido determinados *a priori* porque la procedencia es uno de los parámetros que se ha de estudiar. No obstante, para la delimitación cronológica el análisis se ha estructurado a partir de las fases del arte correo definidas en el marco histórico de la presente investigación relacionadas con el período de inicio de participación en la red.

La aproximación prosopográfica a la red de arte correo ha sido realizada a partir de la elección de dos grupos: Grupo-1, los miembros de International Union of Mail Artists (IUOMA), aproximadamente dos mil miembros que participan de una red social virtual de artistas correo a través de la plataforma Ning² y Grupo-2, el centenar de artistas correo

.....
² La red social de International Union of Mail-Artists se encuentra alojada en <http://iuoma-network.ning.com/>.

que ha contestado al cuestionario en línea diseñado para la presente investigación. Una vez elegido el grupo es necesario establecer los parámetros que se van estudiar así como crear una base de datos para organizar la información.

Los parámetros son las características que se pueden medir y calificar. En la investigación prosopográfica intervienen un gran número de parámetros, de manera que se han elegido los que interesan directamente para cumplir los objetivos de la investigación.

Para el Grupo-1 los parámetros elegidos fueron: sexo, procedencia, región, etapa de entrada en la red y motivación de participación, como puede ser visto en la tabla a seguir (tabla 1):

Tabla 1 - Parámetros de análisis para el Grupo-1	
Parámetros	Lista de valores
Sexo	Femenino Masculino
Procedencia	País
Región	Norteamérica Latinoamérica Europa Asia África Oceanía
Etapas de entrada en la red	Etapa I Fase I (1950-1962) Fase II (1963-1975) Fase III (1975-1985) Fase IV (1985-1994) Etapa II Fase V (1995-2011)
Motivación de participación	Actividad Profesional Expresión Utópica Interés Ocasional Network Placer Producción Artística Sistema Postal

Para el Grupo-2, como ha sido elaborado un cuestionario más específico siendo posible definir otros parámetros de investigación. En este sentido, más allá de los parámetros para el Grupo-1 –mencionados arriba– se han añadido los siguientes: contexto político,



actitud/intencionalidad, lenguajes y temáticas utilizadas y actuación artística paralela (tabla 2).

Tabla 2 - Parámetros de análisis para el Grupo-2		
Parámetros	Lista de valores	
Contexto político	Había sido censurado Produjo durante exilio Produjo bajo estado comunista Produjo bajo estado capitalista Produjo bajo el régimen dictatorial Produjo en estado democrático	
Actitud/Intencionalidad	Activista Artística Comunicativa	
Lenguajes/soportes utilizados	Acción postal Arte xerox Collage Convocatorias Estampillas de artista Libros de artista Pintura	Poesía visual Proyectos Ready-made Sellos de artista Tarjetas postales Zine
Temáticas recurrentes	Artística Auto-promoción Auto-referente Autoría Colectiva Conmemorativa Crítica	Erótica Histórica Ideológica Sensorial Solidaria Tecnológica
Actividad artística paralela	Collage Arte Xerox Danza Dibujo Diseño gráfico Escultura Fotografía Instalación	Literatura Música Performance Pintura Poesía Visual Teatro Videoarte

Finalmente, los resultados de la investigación serán presentados a través de tablas y gráficos. Como los parámetros son de tipo cuantitativo les será asignado un valor numérico. No obstante, como destacan Verboven, Carlier & Dumolyn (2007, p. 59), es

importante comprender que la base de datos prosopográfica no puede considerarse la etapa definitiva de una investigación histórica, una vez que la base de datos no habla por sí misma. La intención de la investigación, por lo tanto, es responder a cuestiones que trascienden las respuestas del cuestionario, de manera que la interpretación –empresa en la que debe confiarse a la intuición y a las valoraciones subjetivas– asume un importante papel en la investigación prosopográfica. Definitivamente, la prosopografía es un método típicamente inductivo, que parte de unos datos particulares con el objetivo de comprender los fenómenos generales, y como tal tiene que enfrentarse al problema de la fiabilidad de las generalizaciones.

2.3 Soporte del análisis: softwares File Maker y Atlas.ti

Los programas conocidos como CAQDAS (*Computer Assisted Qualitative Data Analysis Software*) tienen la función de facilitar el análisis de la gran cantidad de material textual generadas en las investigaciones de carácter cualitativo. Sin embargo, cabe destacar que pese a que se reconozcan las ventajas de la utilización de software específicos para el análisis de datos, “los ordenadores no harán nunca el trabajo intuitivo y creativo que es parte esencial del análisis cualitativo. Como máximo, ellos apoyarán el proceso y ofrecerán una representación del resultado del análisis” (Gaskell, 2002, p. 88).

Para el análisis de los datos de esta investigación fue elegido el software Atlas.ti, programa desarrollado para analizar y gestionar distintos tipos de documentos o instrumentos de recolección de datos, sean ellos textuales, iconográficos o videográficos. A través de Atlas.ti es posible no solo realizar una categorización fiable de los datos como también relacionar y cruzar la información categorizada a fin de profundizar en su análisis.

El funcionamiento del programa Atlas.ti ocurre a través de la creación de una “unidad hermenéutica” (HU) en la que se concentran los documentos primarios (P-Docs), las citas (Quotes), los códigos (Codes) y las notas (Memos). Estos elementos originan las redes de análisis que ilustran las relaciones establecidas por el investigador.

Para el análisis de los documentos se han cumplido cuatro etapas:

1. organización de los datos;
2. categorización de la información;



3. creación de redes relacionales y

4. estructuración de los hallazgos.

En la primera etapa, los datos de ambos grupos estudiados fueron organizados a través del programa File Maker, aplicación multiplataforma de creación de base de datos relacional. La base de datos ha sido utilizada para organizar los datos y preparar la información para la fase de categorización. La etapa de organización ha sido muy importante porque fue el primer contacto con los datos y ha posibilitado que ya se formularan algunas ideas a respecto de los códigos de la fase siguiente. Cabe destacar que los datos estaban disponibles en diferentes idiomas, principalmente en inglés, español y portugués.

La categorización sirve para clasificar conceptualmente conjuntos de información que comparten significado y ha sido la etapa más laboriosa porque para llegar a las categorías finales los datos fueron revisados varias veces. La realización de esta etapa a través del software Atlas.ti consiste en seleccionar las citas de los documentos primarios (declaraciones y cuestionarios) y asignar a estas códigos que identifiquen la información. Los códigos fueron establecidos tanto a partir de algunas de las preguntas clave de la investigación como de la propia calidad de la información. De acuerdo con Taylor y Bogdan (1986) el número de categorías que se adopten dependerá de la cantidad de datos recogidos y de la complejidad de nuestro esquema analítico. Por lo tanto, la cantidad de códigos creados demuestra, por un lado, la complejidad de las cuestiones que la presente investigación se propone a contestar y, por otro, la riqueza de detalles de los datos.

Después de la creación de los códigos (subcategorías), se ha optado por crear familias de códigos (categorías). A partir del establecimiento de las categorías y subcategorías se han relacionado los datos y se ha cruzado la información para finalmente estructurar los hallazgos. Todas estas informaciones están detalladas en el **marco analítico**.

2 MARCO TEÓRICO: Conexiones

3. Conexión contextual: arte conceptual y conceptualismo.....	57
4. Conexión referencial: arte correo (estado del arte).....	77
4.1 Libros publicados	79
4.2 Investigaciones académicas	98
5. Conexión teórica: la red de arte correo.....	109
5.1 Conceptuando el arte correo: red sin inicio, ni fin	109
5.2 Táctica colectiva	118
5.3 Terminología	126



Arte correo es la puesta en circulación, a través del sistema postal, de las más diferentes propuestas estéticas. Funciona a través de una red de artistas en la cual el principal objetivo no es tanto la exhibición de la producción artística sino la comunicación y el intercambio de ideas. De manera que el enfoque del arte correo no está centrado en el objeto artístico sino en el proceso, es decir, en las relaciones que se establecen en esta red.

El arte correo se conecta con diferentes manifestaciones artísticas de la historia del arte, tanto por el uso del correo como por la práctica colectiva: las primeras vanguardias del siglo XX, los nuevos realistas, los artistas Fluxus y el arte conceptual, por citar las más sobresalientes. Sin embargo, los expertos —que apenas se preocupan con el tema, probablemente por tratarse de un tema marginal al canon— suelen considerar la práctica del arte correo como una de las innumerables propuestas del fenómeno artístico denominado conceptualismo, cuyo énfasis se encuentra en la idea, en el proceso, en la desmaterialización y en lo efímero del arte.

Por lo tanto, entender el *modus operandi* de las proposiciones artísticas producidas bajo el amparo conceptual es fundamental para comprender el papel del arte correo en este ámbito. En este sentido se ha hecho necesaria la realización de una revisión crítica, no sólo de lo que se publicó específicamente sobre el arte correo, sino también de la bibliografía relativa al conceptualismo y al arte conceptual.

En este apartado se establece el marco teórico de la presente investigación. En la primera parte, “Conexión contextual: arte conceptual y conceptualismo”, la bibliografía relativa al arte conceptual y al conceptualismo ha sido revisada con el fin de verificar las diferentes perspectivas teóricas acerca del tema y sus conexiones con el estudio del arte correo en América Latina. En la segunda parte, “Conexión referencial: arte correo (estado del arte)”, se presenta una revisión de la bibliografía publicada y de las investigaciones realizadas acerca del tema. En la tercera y última parte, “Conexión teórica: la red de arte correo”, se presentan las perspectivas teóricas que embasan el presente estudio, así como se describen las expresiones más utilizadas para referirse al arte correo, definiéndose los términos que serán utilizados en esta investigación.

3. Conexión contextual: arte conceptual y conceptualismo

El arte conceptual no es tanto un movimiento u orientación artística como una postura o visión del mundo, un punto de convergencia de la actividad.
(Ken Friedman, 1971)

Destacar la diferencia terminológica existente entre “arte conceptual” y “conceptualismo” es primordial para la comprensión de esta revisión. Mientras el primer término tiene en general una connotación relacionada con la oposición al arte minimal, el segundo se presenta con una significación más amplia, puesto que no sólo rompe con la preocupación centrada exclusivamente en la apariencia y materialidad del arte, sino que se plantea como una expresión que abarca un amplio abanico de prácticas artísticas que surgen del encuentro del arte con la realidad social, política y económica en sus múltiples (re)significaciones (Camnitzer, Farver & Weiss, 1999).

Teniendo en cuenta esta diferenciación terminológica, la cita de Friedman, que abre este capítulo, pese a mencionar en su enunciado el arte conceptual, sirve mejor a la comprensión del término conceptualismo, puesto que le define como un posicionamiento ante la vida, un modo de actuar e interactuar en la sociedad a través de proposiciones artísticas, marcadamente más colectivas que individuales.

Ambos términos se encuentran en la literatura relacionada al tema, pero no se pueden considerar sinónimos. Mientras “arte conceptual” es el término elegido por los autores para analizar este fenómeno artístico a partir del “centro”, es decir, América del Norte y Europa y que normalmente está vinculado a dicho arte conceptual “puro” (lingüístico) y por lo tanto es más restrictivo en relación a las propuestas artísticas que abarca, el “conceptualismo” asume una connotación de tendencia, se inscribe en la historia de los “ismos” y abarca una mayor gama de proposiciones.

El término conceptualismo, pese a no limitarse estrictamente a ninguna región o planteamiento estético determinado, equivocadamente se asocia a las proposiciones artísticas “periféricas”, como es el caso de América Latina o Este Europeo, o a las producciones que presentan un marcado acento político-ideológico y/o se relacionan más directamente con la esfera social. Verificar y comprender las diferentes perspectivas teóricas



acerca del arte conceptual y del conceptualismo, tanto en el ámbito internacional como más específicamente en el ámbito latinoamericano, es el objeto de la presente revisión.

El planteamiento sobre las nuevas tendencias artísticas realizado en 1972-1974 por el filósofo español Simón Marchán Fiz (1994), bajo el título *Del arte objetual al arte de concepto* (1960-1974), es una referencia fundamental para la comprensión del conceptualismo, especialmente en cuanto a su carácter ideológico. Marchán Fiz agrupa las obras que poseen semejanzas técnico-expresivas, formales y significativas en tendencias y construye su estudio bajo la perspectiva de las poéticas, abordando la teoría y la praxis de cada tendencia y considerando siempre el conocimiento histórico determinado de las obras estudiadas, para evitar hipótesis y abstracciones genéricas. De este modo, en el arte de concepto:

[...] prevalece la teoría sobre el objeto. Ya no se basta la obra, sino que debe enmarcarse en las teorías que la fundamentan. Cada obra documenta el estado de reflexión estética de su autor o de una tendencia en una concepción dinámica del arte. [...] Importan más los procesos formativos y artísticos de la constitución que la obra realizada. En ello se acusa la transición de la estética de la obra como objeto a la estética procesual y conceptual. (Marchán Fiz, 1994, pp. 12-13)

Esta forma de ver el conceptualismo es consecuencia de la influencia de las investigaciones de la semiótica sobre sus reflexiones. Por lo tanto, Marchán Fiz considera que:

La obra artística, como un signo, es un sistema comunicativo en el contexto sociocultural y un fenómeno histórico social. Posee un léxico —los repertorios materiales—, modelos de orden entre sus elementos —sintaxis—, es portadora de significaciones y valores informativos y sociales —semántica— y ejerce influencia, tiene consecuencias en un contexto social determinado —pragmática—. Es, pues, un subsistema social de acción. (p. 13)

Bajo esta óptica, el autor construye su análisis del “arte de concepto” dividiéndola en: 1) arte conceptual lingüístico (arte conceptual “puro”); 2) arte conceptual empírico-medial y 3) conceptualismo ideológico.

En la primera categoría prioriza de manera casi absoluta la idea sobre la realización, centrándose en la eliminación del objeto. Sus principales referencias son Joseph Kosuth y el colectivo *Art & Language*, que emplean el lenguaje de modo analítico y tautológico, dotando al arte de un carácter autónomo. Para el autor, el abuso lingüístico de muchas propuestas de esta categoría es un obstáculo a su apreciación. Por otro lado, plantea que algunos artistas, bajo un aspecto más crítico del uso del lenguaje, realizan apropiaciones literarias, asociativas, evocativas o descriptivas del lenguaje para crear vínculos referenciales

de la obra con el exterior. Como estas obras se presentan de manera crítica y pueden acarrear implicaciones sociales, indudablemente son para el autor mucho más productivas.

La segunda categoría para él es aún más prometedora, pues no se limita solamente a las especulaciones tautológicas o filosóficas del arte, ya que “reivindican la relevancia alcanzada por la imagen, como factor de la inteligencia simbólica individual y colectiva, y de la percepción como forma de conocimiento y de apropiación de lo real” (Marchán Fiz, 1994, p. 260). En el conceptualismo empírico-medial el aspecto formal sigue siendo accidental y secundario, entendiéndose como una simple documentación, como la apropiación de diversos fragmentos de la realidad y el uso de diversos materiales y medios, no renunciando ni a la materialidad ni a la referencialidad con respecto al mundo circundante. Sin embargo, tampoco insta “una autorreflexión crítica en las propias condiciones de producción, no sólo en su sentido específico sino en el general más amplio” (p. 267). No obstante posibilitan una reflexión pluridimensional de la percepción visual en los diferentes sistemas de la producción icónica, apoyada en los estudios interdisciplinarios de la psicología perceptiva y en los análisis iconológicos o semióticos.

Mientras tanto, la efectiva profundización crítica y auto-reflexiva ocurrirá para Marchán Fiz en la tercera y última categoría, clasificada por él como “conceptualismo ideológico”. Ésta es de particular interés en el contexto de la presente investigación por orientarse enfáticamente hacia las proposiciones conceptuales latinoamericanas. Aquí se acentúan el carácter procesual, comunicativo y documental como elementos que impulsan el “proceso productivo de la recepción-creación”, en el cual el receptor protagoniza las operaciones propuestas por la obra. Bajo esta perspectiva, Marchán Fiz (1994), cree que esas prácticas:

Están en condiciones de realizar análisis con implicaciones para las diversas dimensiones perceptivas y semióticas y convertirse en órgano funcional para la apropiación de la complejidad de lo real, sobre todo a través de la discusión de los modelos de comunicación social. Está en condiciones de realizar síntesis interdisciplinarias que desborden las tautologías y se inserten más decididamente en el sistema relacional más amplio. (p. 268)

Los países sometidos a tensiones políticas, como fue el caso de los latinoamericanos, que en las décadas de los sesenta y setenta quedaron bajo el poder de gobiernos dictatoriales, se caracterizaron por la necesidad de la inserción social del arte de un modo más prominente. El objetivo de muchas de las propuestas artísticas resultantes de esta apropiación práctica de la realidad era la transformación de la realidad a partir de una



actitud participativa de la sociedad. El resultado esperado era que el tradicional receptor pasivo fuera sustituido por un receptor activo que promoviese “respuestas auténticas”:

Estas respuestas operan como un intercambio que originaría una lectura dinámica y estimulante de la atención, la participación, los cambios, la reflexión y la gama de actos subjetivos. A través de la práctica artística se trataría de sintonizar con una instancia antropológica de la praxis experimental como base para una teoría emancipatoria enfrentada a los comportamientos configurados por la actual práctica social. [...] se trata en primer término de movilización en el proceso de apropiación de la realidad. Frente a los comportamientos conformistas se impone y opone una estrategia de comportamiento perceptivo-cognoscitivo y creativo, a nivel individual y social, de y sobre la realidad. (Marchán Fiz, 1994, p. 270)

Marchán Fiz, cita artistas como Carlos Ginzburg, Luis Pazos, Horacio Zabala, Juan Carlos Romero, Edgardo Antonio Vigo y el colectivo argentino Grupo de Arte de Vanguardia (GAV)¹ como referencias latinoamericanas del conceptualismo ideológico. Cabe destacar que la mayoría de estos artistas tuvo una intensa participación en la red del arte correo y, por lo tanto, las aportaciones de Marchán Fiz reafirman la idea corriente de que el arte correo latinoamericano tuvo un carácter político-ideológico más acentuado si se compara con la producción de los demás países en dicho período.

Las diferencias existentes entre la producción conceptual latinoamericana y norteamericana apuntadas por Marchán Fiz fueron sintetizadas de una forma bastante clara por Mari Carmen Ramírez (1993)²:

Latinoamericana	Norteamericana
contextualización	auto-reflexión
referencialidad	tautología
activismo	pasividad

Luiz Camnitzer escribe, a través de un enfoque genealógico, otro texto clave para comprender el arte conceptual latinoamericano (1997; 2009). En ese texto, el autor señala sus referencias en el continente aunque sin atenerse a la linealidad histórica. Bajo esta óptica, Camnitzer propone una genealogía destacando nombres y momentos artísticos relevantes que marcaron la inclinación socio-política como una característica particular

.....
1 Los artistas miembros del GAV que participaron de la muestra “Tucumán Arde” (1968) fueron: Roberto Jacoby, León Ferrari y Pablo Suárez, de Buenos Aires y Eduardo Favario, Osvaldo Boglione, Aldo Bortolotti, Graciela Carnevale, Noemi Escandell, Rodolfo Elizalde, Fernández Binina, Carlos Gatti, Emilio Ghilioni, Marta Greiner, Lia Maisonnave, Rubén Naranjo, Robberto Puzzolo, Juan Pablo Renzi y Jaime Rippa, de Rosario.

2 Antoni Mercader, en comunicación personal, destaca que el alcance de la síntesis hecha por Ramírez puede ser ampliada respectivamente a la producción conceptual sureuropea y anglosajona/norteamericana.

del arte latinoamericano. Así, por ejemplo, atribuye a los textos escritos en el siglo XIX por Simón Rodríguez —que incorporan el arte y la política en una expresión integrada—; al muralismo mexicano —que prioriza la comunicación política en detrimento de la autonomía del arte—; y al ideario antropofágico brasileño —que subversivamente convierte todo en apropiación— un papel determinante para el establecimiento del conceptualismo ideológico en el continente. De este modo, Camnitzer trata el enfoque político-social del arte conceptual latinoamericano como una cuestión histórico-cultural de raíces profundas, no asociando este enfoque únicamente al contexto político represor de las dictaduras militares, como lo hace Marchán Fiz.

Otra aportación importante en las reflexiones de Camnitzer son sus planteamientos sobre la historia del arte oficial, denominada por él como historia del arte “*mainstream*”,³ que según su opinión desconsidera las particularidades de las culturas periféricas, no sólo porque no se corresponden a las generalizaciones establecidas por la cultura hegemónica sino también porque la cuestionan.

El canon occidental, responsable por determinar lo que debe o no entrar para la historia del arte *mainstream*, pese a ser subvertido por muchos artistas y cuestionado por algunos críticos y historiadores, todavía persiste en gran medida en nuestra cultura. Este canon, extremadamente eurocentrista, conservador y regido por las leyes del mercado dicta lo culto y por lo tanto lo que puede ser reconocido como Arte (en mayúsculas y que conlleva el entendimiento del artista como genio). Los museos de arte, los tratados sobre el tema así como la propia arte educación muchas veces se condicionan a este concepto elitista de lo que es el arte y acaban por impedir que prácticas artísticas que no coinciden o no pueden ser encuadradas a este concepto sean ignoradas o tratadas siempre como algo de menor importancia.

Las cuestiones planteadas por Camnitzer en relación a la historia del arte *mainstream* se muestran, por lo tanto, relevantes a la comprensión del porqué de la escasa importancia que esta misma historia ha dado al arte correo.

.....
3 Para Camnitzer, *mainstream* significa “círculo principal del arte; corrientes que obtienen el mayor reconocimiento. [...] presume la existencia de un reducido grupo de gestores culturales y representa a un selecto núcleo de naciones.” (1997, p. 221).



En relación al arte desmaterializado y politizado producido en el ámbito latinoamericano, Camnitzer afirma que:

Este arte ha sido ignorado por el *mainstream* no sólo porque no se ajusta a las normas de exotismo asignadas a las importaciones latinoamericanas, sino también porque la política adoptada por el conceptualismo latinoamericano ha desafiado invariablemente a la supremacía cultural del “centro”. (1997, p. 182)

El autor también destaca que el establecimiento del enfoque conceptual por la desmaterialización del objeto artístico, enunciada en los *ready-mades* de Duchamp y entendida no como la simple desaparición del objeto artístico sino como una resignificación del mismo, proporcionó al arte latinoamericano la apertura necesaria para el tratamiento de temas sociales y políticos. Este enfoque ha permitido la conexión de la obra con su contexto, aproximando arte y vida, del mismo modo que ha modificado el carácter elitista del arte como mercancía al volverse no-coleccionable. Además,



Figura 1
Cildo Meireles
Inserções em circuitos ideológicos, proyecto “Coca-Cola” (1970), mensajes transferidos a botellas de Coca-Cola en circulación.

desmaterializada a través de la conceptualización, la obra de arte ahora podía circular como cualquier idea y, lo que era más importante, crear situaciones para que las ideas pudieran circular. Este aspecto se volvió particularmente importante bajo las condiciones de represión política que prevalecían en la mayor parte de América Latina en ese momento. (Camnitzer, 1997, p. 190)

El ejemplo clásico de este aspecto alternativo y subversivo de circulación de ideas artísticas es “*Inserções em circuitos ideológicos*” del artista brasileño Cildo Meireles. La operación consistía en retirar objetos de un sistema de circulación, interferir sobre ellos e insertarlos nuevamente en el sistema, rehaciendo así el concepto de *ready-made*. De acuerdo con el artista: “Inserciones... no es el objeto industrial puesto en el lugar del arte, pero sí el objeto de arte actuando como objeto industrial” (citado en Herkenhoff, 1999, p. 50).



Figura 2
Cildo Meireles
Inserções em circuitos ideológicos, proyecto “Cédula” (1971), sello sobre billete en circulación.

En el proyecto “*Coca-Cola*” (figura 1), Meireles retira temporalmente del mercado botellas de Coca-Cola para imprimir sobre ellas mensajes como “*Yankees, go home*” y ponerlas nuevamente en circulación.

En el proyecto “*Cédulas*” (figura 2), el artista timbra en billetes brasileños (cédulas monetárias) la frase “*Quem matou*

Herzog?”, refiriéndose a la muerte del periodista Wladimir Herzog que, aunque anunciada oficialmente como suicidio, se produjo a consecuencia de la tortura. “La pregunta, tan incómoda para el régimen como amenazadora para una población amedrentada, circulaba libremente en billetes, porque nadie guardaría o destruiría ese dinero para esconder la duda” (Herkenhoff, 1999, p. 50).

Estos dos proyectos se configuraban como acciones tácticas clandestinas tanto de resistencia política como de denuncia de un sistema opresor. Muchas de las proposiciones del arte por correspondencia —arte correo, fax-arte, arte por teléfono etc.— comparten estos esquemas tácticos, insertándose subversiva y clandestinamente en el sistema, desafiando al poder establecido a través de la intervención ideológica. Sin embargo, lo que las diferencia es el espíritu y la intención de una red de participación, o el objetivo de la comunicación y el diálogo, elementos que en las demás prácticas del conceptualismo pueden existir pero no son fundamentales, de manera que el arte conceptual y el arte correo no son mutuamente inclusivas (Crane, 1984a).

En el arte correo la participación del receptor es tan importante como la del remitente, una vez que la plenitud de una propuesta está siempre en la respuesta, es decir, en la continuidad de la red, en la dinámica de las conexiones. En el arte correo, productores y receptores son alternadamente las mismas personas, de tal manera que se borra el límite que tradicionalmente separa y jerarquiza a productores y consumidores de arte. De esta manera, el arte correo alcanzaría el objetivo último del arte de concepto que, para Marchán Fiz, sería “la desaparición de los polos creador-espectador, del emisor-receptor, abogando por la socialización de la creación no sólo en el sentido de una reversibilidad sino de una reciprocidad” (Marchán Fiz, 1994, p. 268).

En su libro *Conceptual art*, Peter Osborne (2006), aprovechándose del distanciamiento temporal, realiza un análisis profundo del arte conceptual, estableciendo categorías de sistematización para la mejor comprensión del mismo. Como bases para una nueva historia crítica del arte conceptual —que no se centra exclusivamente en las obras, sino también en las ideas— las categorías creadas por el autor reúnen en seis enunciados aquello a lo que los artistas recurrieron para impugnar la definición estética de la obra de arte, subrayando el papel que las ideas desempeñaban en la producción del significado a partir de las formas visuales.



Para Osborne, el arte conceptual fue sobre todo una respuesta a la modernidad formalista de Clemente Greenberg, que analizaba la pintura moderna a través de cuatro puntos principales: objetividad material, especificidad de medios, visualidad y autonomía. Los artistas conceptuales negaron cada uno de esos elementos de definición formalista de modo particular, generando estrategias o recursos específicos esquematizados por Osborne (2006, pp. 18-19):

1. La negación de la objetividad material como elemento de la identidad de la obra mediante la provisionalidad que confiere la realización de actos y eventos “intermedia”. Propició un arte conceptual vinculado a la historia de la performance en la música y la danza.
2. La negación del medio mediante una concepción genérica de la “objetualidad” compuesta por sistemas ideales de relaciones. Esta negación generó un tipo de arte conceptual estrechamente relacionado con la historia del minimalismo.
3. La negación del significado intrínseco de la forma visual a través de la semiótica o, más restringidamente, del contenido conceptual con base lingüística. Produjo un arte conectado con la filosofía académica y la historia del *ready-made*.
4. La negación de modos establecidos de autonomía de la obra de arte mediante diversas formas de activismo cultural y crítica social. Esta negación generó toda una gama de formas de arte conceptual asociadas con el legado de las vanguardias históricas de los años veinte en la política de los años sesenta, y con el constructivismo y productivismo en particular. Este último tipo de obras puede subdividirse en tres categorías:
 - i) obras que utilizan a modo de medio primario la intervención en formas culturales existentes de publicidad (“medios”) y modifican su funcionamiento con el fin de transfigurar y ayudar a transformar las estructuras de la vida cotidiana;
 - ii) obras que se concentran explícitamente en conflictos políticos e ideológicos y promueven la conciencia de posturas ideológicas subalternas o alternativas concretas;
 - iii) obras que dirigen su atención a las relaciones de poder en juego en el seno de las propias instituciones de arte.

Este esquema ha tenido como resultado el establecimiento de las seis categorías que sostienen su análisis: 1) Instrucción, performance, documentación, 2) Proceso, sistema, serie, 3) Palabra y signo —que se caracterizan por el interés formal y crítico en la definición artística— y, 4) Apropiación, intervención, cotidianidad, 5) Política e ideología, 6) Crítica institucional, que presentan distintas intervenciones político-culturales.

Osborne destaca la extensión espacio-temporal de su categorización, que no se restringe únicamente al “arte conceptual puro” de Joseph Kosuth,⁴ también conocido como arte “conceptual analítico”, aunque tampoco resulta tan amplia como para abarcar toda la producción pautada en el cambio de actitud en relación al arte objetual, generalizada en el término “conceptualismo” (definido anteriormente).

Como advierte el autor: “el esquema es a un tiempo crítico e histórico: resume las principales bases artísticas o formas de inteligibilidad de las obras, presentándolas dentro de una narrativa crítica y ampliamente cronológica” (p. 19). De esta forma, su análisis incluye producciones artísticas anteriores al establecimiento del término “arte conceptual”, como, por ejemplo, las realizadas por algunos artistas Fluxus y se extiende hasta el final de la década de los setenta, cuando la unidad del arte conceptual en torno al polémico rechazo a lo visual fue sustituida por el uso estratégico de formas artísticas tradicionales y de las formas visuales de los medios de comunicación. Estas nuevas prácticas, según el autor, pertenecen al postconceptualismo o neoconceptualismo y a pesar de su carga conceptual “entablan una relación mucho menos crítica y atribulada con el objeto de percepción visual” (p. 18).

El mayor número de obras analizadas por Osborne correspondió principalmente a artistas norteamericanos, europeos y japoneses, aunque también incluyó algunas obras de latinoamericanos, a saber: los brasileños Hélio Oiticica, Lygia Clark y Cildo Meireles, el chileno Alfredo Jarr, el cubano Félix González-Torres y el colectivo argentino Grupo de Artista de Vanguardia.

En el análisis realizado por el autor, la producción de esos artistas está vinculada exclusivamente a las categorías relacionadas con las intervenciones político-culturales, estando presente especialmente en la de “Política e ideología”. Bajo esa perspectiva, Osborne destaca la cuestión del papel político y de la conciencia ideológica que domina la producción conceptual latinoamericana como respuesta al uso autoritario del poder estatal a través del establecimiento de dictaduras militares en países como Brasil, Argentina, Uruguay y Chile en las décadas de los sesenta y setenta. En concordancia con el conceptualismo ideológico defendido por Marchán Fiz (1994), Osborne (2006) afirma:

.....
⁴ Joseph Kosuth defiende que el “arte conceptual puro” es tautológico, autónomo y sin preocupaciones con la materialidad. Para él el arte “puramente” conceptual es bastante restringido. Los ejemplos son la obra de Terry Atkinson y Michael Baldwin y la suya misma. (Kosuth, 1969).



“Contenido ideológico” es el término clave del arte conceptual latinoamericano. A diferencia de las preocupaciones ideales más formales de gran parte del arte conceptual estadounidense y europeo (acto/evento, series matemáticas, proposiciones lingüísticas o estructuras de formas culturales), este era un arte para el cual la ideología en sí misma era la “identidad material” fundamental de la proposición conceptual. (p. 37)

En el estudio presentado por Osborne, cada una de las obras analizadas fue encuadrada en una única categoría. Cabe destacar que, conforme al enfoque de análisis, algunas obras pueden ser incluidas en más de una categoría simultáneamente. Osborne no hace uso de esa posibilidad de análisis multidimensional de las obras en *Conceptual art*, a pesar de enunciarla:

La obra de todos los artistas puede extenderse a diversas categorías; algunas obras concretas podrían llegar a incluirse en varias de ellas, dependiendo de qué aspecto de esas obras se estime más importante en un contexto interpretativo dado. La mayoría de las obras son pues multidimensionales. (p. 19)

Cabe destacar que el arte correo asume ese carácter multidimensional debido a:

1. emplear un medio de distribución alternativo como los correos, de modo que adquiere un aspecto tanto documental, por la correspondencia recibida, como de archivo, por la acumulación de los intercambios artísticos;
2. presentarse bajo la forma de poesía visual o de apropiaciones de elementos de uso cotidiano;
3. hacer crítica a las galerías y museos e intervenir tanto política como ideológicamente en el ámbito artístico, en especial en el contexto particular de los gobiernos totalitarios.

El esquema presentado por Osborne —a pesar de que el autor sólo cita el *mail art* una única vez en su libro— es una útil referencia para un análisis de la producción en el arte correo. Este arte, a la vez que forma parte del amplio contexto del conceptualismo, situándose como uno de sus modos de actuación, se presenta también como una tendencia artística autónoma que posee características particulares susceptibles de análisis dentro de su propio universo. Por lo tanto, algunas de las categorías establecidas por Osborne para el estudio específico del arte conceptual se adaptan al arte correo, sosteniendo la escritura de su propia historia.

Paul Wood (2002) es otro autor que, como Osborne, se propone publicar un análisis del arte conceptual. Ambos comparten la amplitud del enfoque, incluyendo obras

anteriores a 1967, o sea, antes del establecimiento del término “arte conceptual” por Sol LeWit, pues para él el Fluxus también es un elemento fundamental de comprensión de las proposiciones artísticas denominadas conceptuales. Su análisis se da bajo dos enunciados. En el primero, “Arte como idea”, engloba las proposiciones que utilizan el lenguaje de modo contundente: la desmaterialización, la repetición, el análisis y/o la documentación. En el segundo, “Política y representación”, trata específicamente de la creciente politización del arte conceptual a finales de la década de los sesenta. Este enunciado es particularmente interesante para el presente estudio, una vez que el autor formula su análisis en relación al modo en que las cuestiones políticas fueron tratadas en los diferentes contextos socio-culturales de Europa, Estados Unidos y América Latina.

Para Wood, en Europa, la politización del arte estuvo bastante vinculada a la crítica institucional, puesto que los artistas cuestionaron las funciones del arte y su relación con las instituciones que le sostienen, principalmente el mercado y los museos (2002, p. 57). Sus planteamientos tenían como referencia la noción de “aparato ideológico del Estado” del filósofo marxista francés Louis Althusser, que se proponía entender cómo las instituciones formales e informales contribuían a la reproducción de las relaciones de producción vigentes, así como las ideas desarrolladas por Michel Foucault acerca de las relaciones de conocimiento y poder en la sociedad.

El autor, destaca al Reino Unido en el contexto europeo como el lugar en que el arte conceptual asumió su politización por la perspectiva de la semiótica de Roland Barthes. Los artistas británicos apostaron “por una conciencia no sólo del arte, sino de un registro más amplio y general de lo ‘visual’ como un espacio céntrico de la producción y reproducción social del sentido” (Wood, 2002, p. 65). Bajo esta perspectiva, plantearon el funcionamiento ideológico de la imagen visual a través de la producción de obras vinculadas a los recursos de persuasión de la propaganda.

En Estados Unidos, los artistas conceptuales se posicionaron políticamente frente al conjunto de causas radicales como la Guerra de Vietnam y, en una segunda fase, a las cuestiones emergentes que estaban presentes en el discurso de las minorías (mujeres, homosexuales y negros). La producción conceptual norteamericana politizada, pautada en la tentativa de entender la identidad de género, ética o sexual como forma de conquista de la libertad, se apropió del cuerpo como un *locus* privilegiado donde lo social, lo político y lo subjetivo se configuran en sus múltiples sentidos y direcciones (Freire, 2006b).



En América Latina, la vanguardia artística se erigió como un fórum de las intervenciones político-culturales a consecuencia de la restricción del debate político en la sociedad (Wood, 2002). El momento histórico de represión por el establecimiento de dictaduras militares severas en diversos países de la región en las décadas de los sesenta y setenta, resultó en la politización del arte conceptual latinoamericano más orientado a la esfera pública que a la institución de arte (moderna), diferenciándose, por lo tanto, del arte conceptual norteamericano y europeo.

La crítica brasileña Aracy Amaral (1985), al analizar los aspectos del no-objetualismo en Brasil, también relaciona el carácter político-ideológico de las producciones conceptualistas de América Latina con el momento histórico-político. Para esta autora, lo que singulariza el no-objetualismo latinoamericano es la connotación política explícita y el compromiso de sus autores con el contexto que vivían. Por otro lado, Amaral también destaca la existencia de artistas de influencia más internacional que intentan integrarse en las corrientes artísticas contemporáneas, aspirando a una identificación con las mismas, aunque manteniendo el carácter político-ideológico en muchas de ellas. Bajo este aspecto destaca como producciones internacionales las obras de alto grado de comunicabilidad que buscan una efectiva participación del espectador como es el caso, por ejemplo, del arte correo.

El término arte conceptual sólo será utilizado en el contexto latinoamericano a partir de los años setenta. No obstante, varias proposiciones artísticas realizadas en la década anterior son eminentemente conceptuales, aunque hagan uso de otra nomenclatura para definir las.

En Brasil, el mismo año en el que Sol LeWitt lanza sus *Párrafos sobre arte conceptual* se celebra la exposición *Nova Objetividade Brasileira* (MAM, Rio de Janeiro, 1967), inaugurando una propuesta de arte en la que la idea es más importante que la propia producción artística y en la cual el público es el motor de la obra y asume con su oposición a la pasividad una posición crítica en las dimensiones ética y política (Freire, 2006b).

Los puntos que orientan el estado del arte vanguardista brasileño son establecidos por Hélio Oiticica en su *Esquema geral da nova objetividade*, como sigue: “1) voluntad constructiva general; 2) tendencia al rechazo del objeto y superación de la pintura de caballete; 3) participación del espectador; 4) acercarse y posicionarse en relación a las cuestiones políticas, sociales y éticas; 5) tendencia a las propuestas del arte colectivo; 6)

el resurgimiento de la cuestión del antiarte” (Oiticica, 1967, p. 154-168, traducido del original en portugués).

Estos puntos demuestran la afinidad de las ideas de Oiticica con el panorama propositivo general del conceptualismo, al mismo tiempo que reafirman el carácter político-ideológico del conceptualismo latinoamericano, volviéndose una referencia teórica del mismo.

En Argentina, es *Tucumán arde* el ejemplo representativo del tema en cuestión (figura 3). En 1968, el Grupo de Artistas de Vanguardia y la Confederación General del Trabajo (CGT) se unieron para realizar el proyecto de investigar y hacer públicas las condiciones precarias en que vivían las personas de la provincia de Tucumán, resultantes de las políticas económicas del gobierno que ocasionaron un alto índice de desempleo y miseria. La censura de informaciones en la prensa y la represión política exacerbaban estas condiciones. El proyecto derivó en una exposición multimedia de información que incluía textos —en la forma de eslóganes, panfletos y pósters— películas y fotografías. La muestra en Rosario duró una semana, mientras que en Buenos Aires fue clausurada por la policía el mismo día de la inauguración.



Figura 3
Grupo de artistas de vanguardia/
CGT, *Tucumán Arde* (1968),
detalle de la instalación,
Rosario, Argentina.

Pese a su breve duración, el colectivo *Tucumán arde* es un ejemplo destacado del conceptualismo latinoamericano por su intenso radicalismo político. En esta propuesta que es a la vez arte y organización social, se rompió con el contenido convencional de exhibición, y se produjo una mezcla explosiva de arte, participación y denuncia.

Daniel Marzona (2005) es otro estudioso de arte que se propone escribir sobre el arte conceptual. Trazando un panorama histórico de esta tendencia artística desde sus antecedentes, de igual manera que Osborne (2006), analiza las obras a partir de categorías. Sin embargo, su estudio es menos amplio tanto espacial como temporalmente, a la vez que en algunos aspectos es también más superficial. En éste Marzona establece como categorías: 1) Análisis y juegos lingüísticos, 2) Sistemas seriales y 3) Performance, intervención y crítica institucional.



En la primera son encuadradas las obras que presentan una renuncia estética vinculada al objeto y a la percepción visual, dando prioridad a la forma lingüística; en la segunda el autor enfatiza las obras que abordan las series, las abstracciones matemáticas y el fenómeno del tiempo; y en la tercera y última coloca las obras de fondo político, de intervención institucional y aquellas que utilizan el cuerpo como soporte. Como es visible, esa categorización es demasiado sencilla si se compara con las anteriores, puesto que no da cuenta de la amplitud de materiales y medios ni de la multiplicidad de propuestas que caracterizan el conceptualismo. Por otro lado tiene planteamientos interesantes que en cierta medida se oponen a los estudios mencionados anteriormente.

Para Marzona, el surgimiento del arte conceptual en la década de los sesenta es resultado del clima socio-político utópico de la posguerra que trajo cambios profundos en la cultura y en la sociedad. Este contexto permitió que las ideas transgresoras contra el esteticismo moderno de movimientos como el dadaísmo, el constructivismo ruso y el surrealismo emergieran tanto en una Europa reprimida por la guerra, como en Estados Unidos, hasta entonces estancado artísticamente en el formalismo de Greenberg.

El autor plantea que la politización del arte forzado por los situacionistas y miembros del grupo COBRA en Europa y por los artistas del movimiento internacional Fluxus en Estados Unidos, también contribuyó al establecimiento del conceptualismo como paradigma artístico en ambos continentes. Por lo tanto, bajo la perspectiva de Marzona, las proposiciones conceptuales de modo general tenían motivaciones políticas, no destacando ese aspecto como algo particularmente desarrollado en el contexto latinoamericano:

No fue sólo en Brasil y en Argentina donde los artistas de ambos sexos se enfrentaron a la opresiva realidad vital de regímenes dictatoriales y concibieron su obra con frecuencia como parte de un amplio movimiento de liberación y protesta. En su intento de recuperar una opinión pública reprimida, muchos creadores desarrollaron modelos participativos en los que un elevado número de personas podía encontrarse en formaciones colectivas. Otros proyectos se incluyeron en los sistemas de distribución existentes para hacer pública la protesta. (Marzona, 2005, p. 24)

Lucy Lippard, en 1973, escribe *Seis años: La desmaterialización del objeto artístico de 1966 a 1972* y pese a reconocer el marcado acento político de algunas propuestas conceptuales latinoamericanas tampoco enmarca esto como una particularidad regional. En su visión más internacionalista, Lippard afirma:

No obstante, más que su contenido, era normalmente la forma del arte conceptual lo que comportaba un mensaje político. El marco estaba allí para romperse. El fervor *anti-establishment* en

los años setenta se centraba en la desmitificación y la desmercantilización del arte, en la necesidad de un arte independiente (o “alternativo”) que no pudiera comprarse y venderse por el ávido sector que poseía todo lo que explotaba al mundo y promovía la guerra de Vietnam. (2004, p. 17)

Se observa, por lo tanto, que Lippard y Marzona divergen de los autores que defienden el aspecto político-ideológico como elemento destacado de la producción conceptual latinoamericana, una vez que no la particularizan en el ámbito de la historia del conceptualismo.

Según Cristina Freire (2006b), el conceptualismo cuestiona la concepción clásica de arte. Trabaja con ideas y conceptos, enfatizando el proceso y no el producto, permaneciendo activo en el panorama artístico actual a través de propuestas de diversos artistas contemporáneos que hacen de su producción una crítica directa al arte objetual y al sistema del arte (artista, tutor, crítico, coleccionista, galerías y museos).

A pesar de la inmensa gama de proposiciones conceptuales que emplean los más variados medios y técnicas, algunas de sus características son comunes, una vez que las estrategias adoptadas para enfatizar la idea se hacen por: la transitoriedad de los medios, la precariedad de los materiales utilizados, la actitud crítica frente a las instituciones, la reproducibilidad, el cuantitativismo, la mezcla aparentemente indisoluble entre documento y obra así como la utilización de formas alternativas de circulación de las proposiciones artísticas. En ese contexto, se encuentra, entre diversas propuestas, el arte correo.

Freire (2006b) destaca, de igual manera que otros autores analizados, que en la producción conceptual brasileña e hispanoamericana hay un marcado acento político que la distingue de la auto-referencialidad europea o norteamericana. La autora también enfatiza que la historia del arte, especialmente al tratar del conceptualismo, debe ser revisada, una vez que generaliza el conocimiento al tomar como base la producción hegemónica, europea y norteamericana, y no tiene en cuenta las particularidades que asume en los países latinoamericanos y del este europeo.

Cabe destacar que, muy probablemente, el sistema abierto y amplio de circulación de informaciones artísticas del conceptualismo fue el principal responsable de la participación de aquellos artistas que se encontraban en los países localizados fuera del eje artístico hegemónico en las décadas de los sesenta y setenta (Freire, 1999), países en los que las propuestas conceptuales alcanzaron su punto culminante justo en el momento en



que estuvieron bajo el gobierno de regímenes dictatoriales. Esto, lógicamente, constituyó el fundamento para que la producción artística de los mismos se orientase de manera enfática hacia cuestiones de cuño socio-político.

Sin embargo, es interesante resaltar que esta relación de causa y efecto no siempre es verdadera. En Europa occidental, por ejemplo, sólo en los tres últimos años de los largos treinta y seis años de la España franquista (1939-1975) —y sólo en ese breve período— a través de la propuesta del Grup de Treball⁵ es que se constataría la apropiación de las herramientas conceptuales para combatir/cuestionar directamente la dictadura. Esa observación corrobora la tesis de Camnitzer de que no sólo el momento político de Latinoamérica fue el responsable de la producción considerada ideológica pero sí de toda la coyuntura de su formación histórico-cultural.

El propio Marchán Fiz al ser entrevistado casi veinte años después de la publicación de su libro, replantea la relación entre el conceptualismo y el contexto histórico-cultural de forma más directa, afirmando que la vertiente ideológica del conceptualismo “se trataba de una problemática muy propia de los países más ideologizados, de los países latinos o de Alemania y tenía mucho que ver con las consecuencias que se desprendían para el proceso de la apropiación artística y su capacidad de configuración transformadora del mundo” (en entrevista a Aliaga & Cortés, 1990).

En las últimas décadas está teniendo lugar un gran interés por rescatar y profundizar en los estudios sobre las proposiciones del conceptualismo y sus particularidades en los diferentes contextos geopolíticos, llamando la atención hacia lo local sin perder de vista lo global. En este rescate existe un evidente interés por romper la jerarquía entre “centro” y “periferia” en la búsqueda de una visión más global del conceptualismo. El primer ejemplo de esta perspectiva es la exposición “*Global conceptualism: points of origin, 1950-80* (New

.....
⁵ Entre los artistas, escritores, o críticos que integraron Grup de Treball figuran Francesc Abad, Jordi Benito, Antoni Mercader, Antoni Muntadas, Carles Santos, Carles Hac Mor, Francesc Torres, entre otros, si bien cambiaban en cada propuesta, en función de la disponibilidad de sus miembros.

York, Queens Museum, 1999),⁶ cuyos comisarios defendieron en sus propuestas la existencia de los múltiples puntos de origen para el conceptualismo en ámbito mundial.

Global Conceptualism ha sido, por lo tanto, un marco para la historización del conceptualismo, porque ha planteado objetivamente que, pese a la amplitud de su ideario, no se pueden generalizar las prácticas conceptuales ni respecto al aspecto estético ni tampoco al político, de modo que hay que preocuparse con las particularidades socio-históricas y geopolíticas a fin de descentralizar la historia. En la visión planteada por *Global Conceptualism* el conceptualismo fue considerado:

en igual medida un proyecto estético y político, y no una unión o combinación de ambos;

en igual medida una consecuencia de la evolución de las lógicas artísticas y de las condiciones de la crisis sociocultural y política;

en igual medida en tanto que una estrategia autóctona, localizada, y un fenómeno global con capacidad para tratar problemas específicos de lugares y legados particulares e intereses ampliamente compartidos (Weiss, 2007, p. 152, grifos de la autora).

En la mayoría de los textos revisados los autores diferencian el conceptualismo latinoamericano de los sesenta y setenta por su carácter político-ideológico, que es vinculando directamente a su contexto político (Camnitzer, 1997, 2009;⁷ Freire, 1999, 2006b; Marchán Fiz, 1994; Osborne, 2002 y Wood, 2002). Esta categorización conlleva a una visión nacionalista del conceptualismo —distinta de la visión más internacionalista planteada por Lippard (2004) y Marzona (2005)— en la que la etiqueta “ideológica” o “política” acaba por asociarse estrictamente a determinados contextos.

Llamando la atención sobre los riesgos de reafirmar los estereotipos por el uso de la etiqueta “conceptualismo ideológico”, Zanna Gilbert (2009) defiende que los aspectos político-ideológicos del conceptualismo, al ser restringido hasta finales de

.....
6 Esta exposición merece una atención especial en el presente estudio por haber destacado —de manos del comisario húngaro Laszlo Beke (sección del conceptualismo del Este Europeo)— el *mail art*, *stamp art* y *rubberstamp art*, entre otras, como prácticas artísticas importantes en la región. Es interesante saber que en su texto para el catálogo de la exposición el autor, Laszlo Beke (1999), un destacado artista correo húngaro, cita trece veces la palabra “*mail art*” en un artículo de diez páginas, lo cual es sorprendente toda vez que es muy raro que el término sea mencionado tantas veces en publicaciones que no traten específicamente del tema, sobre todo tratándose de una exposición de esta envergadura. Sin embargo, en los demás textos, incluyendo el referente a Latinoamérica, el término “*mail art*” está ausente.

7 Cabe señalar que Camnitzer no asocia el carácter político-ideológico **exclusivamente** al contexto histórico que vivía Latinoamérica en los setenta como los demás autores, puesto que señala que la formación histórico-cultural del continente ha sido determinante para esta categorización.



los setenta a Latinoamérica, pueden caer en una lectura limitada y con prejuicios de esa producción artística. Esa categorización, para la investigadora, puede establecer una visión de Latinoamérica como “melancólica, violenta e inestable”, es decir un perfecto “otro” en oposición a la “democrática y estable” Norteamérica y Europa, reafirmando estereotipos. Al mismo tiempo, Gilbert señala como un problema del uso de la etiqueta “conceptualismo ideológico” el riesgo de restringir el contenido ideológico a una iconografía directa, en la que se sobrestima el contenido en detrimento de la forma, anulando la posible ambigüedad entre forma e idea de muchas producciones, cayendo en simplificaciones de lectura.

Al transponer las perspectivas teóricas acerca del arte conceptual y del conceptualismo latinoamericano en un mapa conceptual que resume la presente revisión (figura 4), no sólo es posible verificar la tendencia general a nacionalizar y definir como político-ideológicas estas manifestaciones artísticas, sino que también demuestra como los planteamientos de *Global Conceptualism* fueron a la vez esclarecedores y sintetizadores, sin caer en la estereotipación de las etiquetas deterministas y generalizantes.

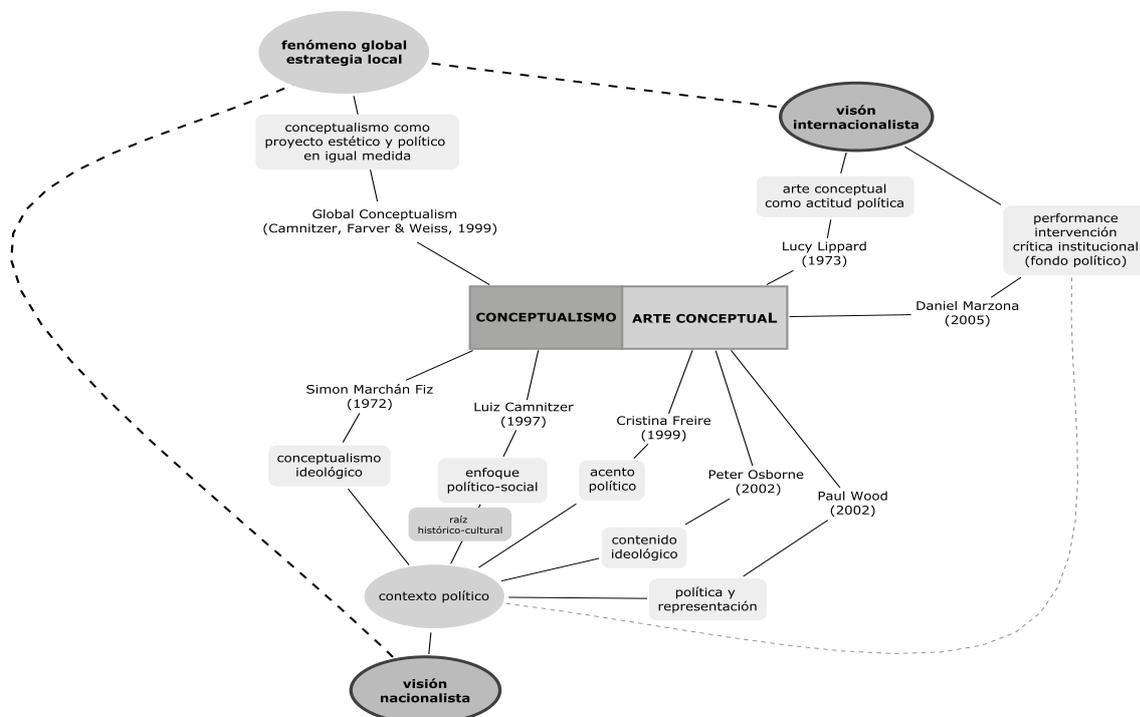


Figura 4 - Mapa conceptual de las perspectivas teóricas de diversos autores acerca del arte conceptual y del conceptualismo en Latinoamérica.

En lo que se refiere al arte correo, este tuvo un papel extremadamente relevante en el contexto de los estados totalitarios, una vez que la emisión y la recepción de mensajes artísticos dejan de estar vinculados a los espacios privilegiados de las instituciones oficiales —como galerías y museos— pasando a ocupar artísticamente los intersticios de la trama social a través de la utilización de los servicios de correos, de espacios alternativos y del ambiente doméstico y privado. La actuación en redes de intercambio alternativas confiere a las operaciones del arte correo un estatus de colectividad, que funcionaban en aquel momento subversivamente como una guerrilla subterránea y rizomática de ideas y conceptos ético-estéticos. La red postal se convertía entonces en un lugar de asociaciones temporales donde el arte y la política se encontraban. Pero, ¿es posible afirmar que el arte correo latinoamericano tiene un acento político-ideológico marcado que lo diferencia de los demás sin caer en una estereotipación? Y más, ¿es posible escribir una historia descentralizada del arte correo en que se borre la dicotomía centro-periferia?

Analizar la historia del arte correo latinoamericano, bajo una perspectiva descentralizada que vaya de lo local hacia lo global y viceversa, destacando sus particularidades y enmarcando sus conexiones con el movimiento internacional del arte correo es el principal desafío planteado por esta investigación.

4. Conexión referencial: arte correo (estado del arte)

*Arte correio é como a história
 da história não escrita.*
 (Paulo Bruscky, 1976)

Como hemos visto en el análisis de la bibliografía relativa al arte conceptual, el arte correo aún es una laguna en la historia del llamado arte “oficial”, puesto que apenas es mencionado en los libros de autores europeos y norteamericanos que tratan del arte conceptual, del conceptualismo o incluso cuando el tema es Fluxus. Esto se hace notar, por ejemplo, cuando los autores analizan el proyecto *I got up at* de On Kawara (figura 5).

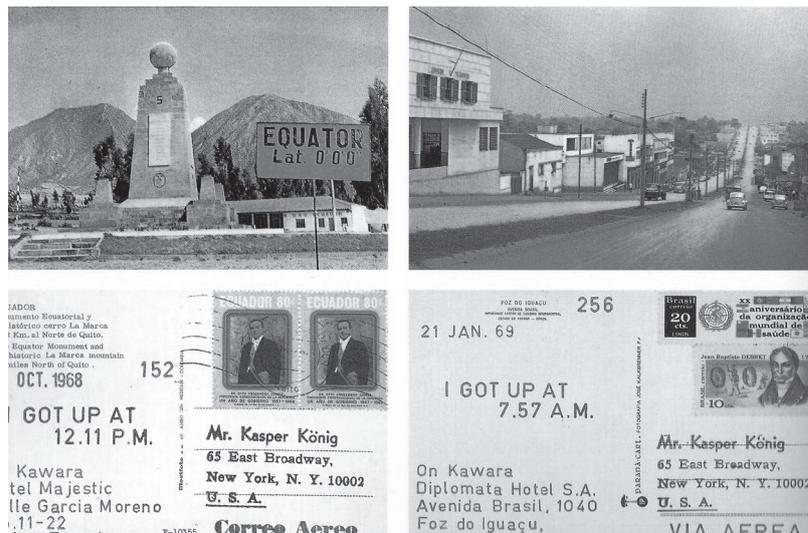


Figura 5 - On Kawara, proyecto *I got up at* (1968-1979), sello sobre postales comerciales. 8

En este proyecto el artista se propone enviar diariamente a través del correo, de 1968 a 1979, tarjetas-postales con la indicación de la hora y lugar exactos del momento en que se levantó. La obra sólo se concreta cuando llega al destinatario. Es en el tráfico del mensaje entre emisor y receptor, o sea, en la comunicación entre ambos, que se encuentra

8 Cabe destacar que el proyecto *I got up at* es la **única** proposición artística mencionada en los libros de arte conceptual escritos por Peter Osborne (2006) y Daniel Marzona (2005) que utiliza los correos como medio de distribución. Sin embargo, Lucy Lippard (2004, p. 35) pese a mencionar el *mail art*, omite intencionalmente de su revisión las “manifestaciones tan impresionantemente excéntricas como el empleo del correo por parte de Ray Johnson”, justificando esta opción por la dificultad de categorización que representa.



su énfasis. Sin embargo, los historiadores y críticos cuando mencionan el proyecto de On Kawara no tienen en cuenta su relación con el arte correo, considerando que este uso de los correos en el ámbito artístico es un hecho aislado.

Ken Friedman (1995a) defiende una idea interesante para reflexionar sobre la casi ausencia de mención del arte correo en las publicaciones o exposiciones vinculadas a la “institución arte”. Según él, el tipo de producción que hace invisible la frontera entre lo que es y lo que no es arte, que prácticamente elimina la importancia de la autoría, crea simultáneamente una “invisibilidad” acerca de sí mismo. Esta “invisibilidad” al mismo tiempo en que desafía la creatividad y la habilidad de los artistas, también les da una gran libertad para hacer lo que les apetece quebrantando continuamente fronteras y reglas. De modo que se presentan nuevos paradigmas estéticos que al no encajarse en la visión hegemónica pasan a ser ignorados.

Por lo tanto, la producción bibliográfica relativa al arte correo es mayoritariamente fruto de reflexiones de los propios artistas implicados en la red. Esta particularidad en relación a la bibliografía también ha sido destacada en una de las primeras (sino la primera) tesis doctorales realizadas acerca del tema. En los casi veinte años que separan aquella investigación de ésta poco ha cambiado en este sentido, pues según Antonia Payero (1993):

La historia del Mail-Art no es todavía oficial. Al menos, aún no se incluye en los libros de texto. Es una historia autogestionaria. Quiero decir que son los propios operadores mailartistas, esto es, sus protagonistas o hacedores, quienes la relatan, dejando constancia de los hitos fundamentales a través de multitud de documentos, vertiendo reflexiones personales y aportando una amplia gama de matices y niveles de profundidad analítica. Estos documentos se elaboran, frecuentemente, con ocasión de convocatorias, enriqueciendo el corpus del catálogo. Otras veces, responden a iniciativas que parten desde la plataforma de una revista o de minúsculas hojas informativas. Los mailartistas intercambian material. Algunos, los más activos y significados, observan cómo se les amontona, y, en consecuencia, proceden a ordenarlo, clasificándolo conforme a criterios personales. De este modo, con paciente diligencia, se constituyen archivos dispersos donde, junto a obras de variopinta condición, reposan textos y más textos en los que, con más o menos enjundia, se sientan las bases teóricas del arte comunicativo del último tercio del siglo XX, el Mail-Art. (p. IV)

De modo que, en el exhaustivo estudio bibliográfico realizado se pudo constatar que son innumerables los textos editados (artículos, revistas o libros) por los propios artistas, mientras que los comisarios, críticos o investigadores apenas se han dedicado a este tema. De todas formas, también es posible encontrar aportaciones teóricas importantes en

algunos ensayos y en críticas presentes tanto en revistas como en catálogos de exposiciones específicamente dirigidos o indirectamente relacionados con el tema.

En cuanto a las investigaciones académicas, es posible encontrar algunos artículos publicados en revistas o anales. Sin embargo, todavía son pocos los trabajos de investigación a nivel de master o doctorado que fueron desarrollados específicamente sobre el tema. A partir de este estudio, algunos libros dedicados exclusivamente al tema y considerados referentes en el ámbito del arte correo, así como las más importantes investigaciones académicas realizadas, son el objeto de cuidadoso análisis de este apartado.

4.1 Libros publicados

En este apartado han sido analizadas nueve publicaciones: *Mail Art: communication a distance concept* de Jean-Marc Poinot (Francia, 1971); *Correspondence Art: Source Book for the Network of Internacional Postal Art Activity* editado por Michael Crane & Mary Stofflet (EUA, 1984); *Mail Art: An Annotated Bibliography* de John Held Jr. (Inglaterra/EUA, 1991a); *Eternal Network: A Mail Art Anthology* editado por Chuck Welch (Canadá, 1995); *Arte Postale* editado por Vittore Baroni (Italia, 1997); *Mail Art* de Renaud Siegmann (Francia, 2002); *Arte Correo en Argentina* editado por Fernando Delgado & Juan Romero (Argentina, 2005), *Mail-interviews* editado por Ruud Janssen (Países Bajos, 2008a) y *Mail art: la red eterna* editado por Pere Sousa (España, 2010).

4.1.1 Mail Art: communication a distance concept

Pese a su nacimiento en los Estados Unidos, la primera investigación académica publicada acerca del arte correo ha sido realizada en el Centre de Recherches d'Art Contemporain de la Faculté de Lettres de Nanterre por el francés Jean-Marc Poinot que, en 1971, publica *Mail art: communication a distance concept* y, en el mismo año, es el comisario de la sección "Envois" de la Bienal de París.

En su investigación, Poinot estudia a los artistas, principalmente europeos y norteamericanos, que utilizan el sistema postal con fines estéticos. Entre ellos se encuentran: Marcel Duchamp, Joseph Beuys, Ben Vautier, Yves Klein, Arman, Robert Filliou, On Kawara, George Maciunas, Ken Friedman, Klaus Groh, Dick Higgins, Ray



Johnson, Nam June Paik, Gina Pane y Robert Watts. Por este listado es posible verificar que el autor reúne bajo el término “*mail art*” a conceptualistas, nuevos realistas, artistas Fluxus y artistas correo sin hacer ningún tipo de distinción entre sus procedencias, considerando solamente el uso que hacen de los correos.⁹ Para el autor la expresión *mail art*:

pone en relieve el uso de material postal, pero sin olvidar las características específicas de la institución. Se designa envío, por lo que se entiende como el envío de un simple objeto o documento a través del sistema postal, así como el sistema de intercambio y la forma particular a través de la cual se expresa el mensaje. (1971, p. 18)¹⁰

Por lo tanto, se comprueba que para Poinot el arte correo estaba centrado únicamente en el uso del correo y en su efecto comunicativo como eje común de las propuestas artísticas, sin embargo, no toma en consideración el establecimiento de una red de artistas como un aspecto que define esta manifestación. Es curioso que Poinot se abstenga de mencionar el arte correo como una red de artistas, una vez que el concepto de “*Eternal Network*”, acuñado en abril de 1968 por Robert Filliou y George Brecht, estaba en aquel entonces en su apogeo en la emergente y geográficamente dispersa comunidad de artistas correo, que pasa a referirse al propio arte correo como la “Red Eterna” (Perkins, 1999).

Sin embargo, pese a ignorar el concepto de red y todo lo que esto conlleva, Poinot plantea cuestiones altamente relevantes para el entendimiento del arte correo. Primero, reconoce el crecimiento de esta actividad artística y su valor artístico, así como defiende la necesidad de estudio de este fenómeno y denuncia el silencio de los comisarios y de la crítica de arte. Destaca lo efímero de los envíos, tanto por su naturaleza como por su modo de distribución, como un factor que limita las investigaciones acerca del tema. Además, advierte que una acción postal cuando está aislada de su contexto y sin referencia a la manifestación, exhibición o destinatario puede volverse incomprensible, porque está en la comunicación, es decir, en la secuencia lógica de salida y llegada del envío, el aspecto central de esta actividad artística.

.....
9 Pese a centrarse en el uso de los correos y reunir artistas diversos, los artistas futuristas como Giacomo Balla o Ivo Pannagi, que también han utilizado el sistema postal en algunas de sus propuestas, están ausentes en el libro de Poinot.

10 Original en inglés: Mail art - This expression underscores the use of postal material, while not neglecting the specific characteristics of the institution. It designate mailing, by which we mean sending a simple object or document through the postal system, as well as the system of exchange and the particular form through which the message is expressed.

De acuerdo con Poinot, la sociedad moderna no puede sobrevivir sin el servicio postal ni las telecomunicaciones y la intensidad de su uso es un condicionante de nuestro status social. También afirma que en esta sociedad son los múltiples intermediarios — sean objetos, personas o instituciones— los que dominan los mecanismos simbólicos de intercambio. De modo que para el autor, ha sido el rechazo al papel de intermediario desempeñado por los museos y galerías uno de los motivos de que los artistas asumieran por sí mismos la difusión de sus propuestas e ideas. Por otro lado, el autor señala que los envíos también son condicionados por las reglas y límites del propio sistema postal, incluso cuando los artistas lo cuestionan o ridiculizan. Por lo tanto, será aceptando la contradicción entre tomar el poder de la información sin intermediarios y el deseo de rechazar la forma misma del medio empleado que estos artistas producirán sus envíos.

Finalmente, Poinot también evidencia la no comercialización de los envíos como un aspecto notable de esta práctica, puesto que en una sociedad capitalista enmarcada por las relaciones de mercado, este carácter se plantea como una alternativa al sistema dominante, una vez que “este tipo de producción artística demuestra como incluso en un nivel simbólico, la actividad estética puede dedicarse a los problemas económicos y políticos, sin caer en la ideología y la creación de programas revolucionarios” (p. 17).¹¹

4.1.2 Correspondence art: source book for the network of international postal art activity

La segunda publicación de gran importancia acerca del arte correo sólo aparecería trece años después, en Estados Unidos, bajo el título *Correspondence art: source book for the network of international postal art activity*, editado por los investigadores y críticos de arte Michael Crane y Mary Stofflet (1984). El libro está compuesto por una recopilación de ensayos de diversos autores, algunos inéditos, que han sido organizados en cuatro partes: 1) definición, 2) origen, 3) diseminación y 4) exhibición y publicación. Para cada una de ellas Crane ha hecho un texto introductorio. Además de los capítulos, el libro también presenta un apéndice, en el cual se encuentran un listado de exhibiciones, los resultados

.....
¹¹ Original en inglés: *This type of artistic production demonstrates how even on a symbolic level, aesthetic activity can be engaged in economic and political problems without going into ideology and setting up revolutionary programmes.*



de una encuesta realizada por Crane y un listado de los nombres que componían la red en aquel momento. Hasta entonces ninguna otra publicación había reunido tantos textos e imágenes acerca del arte correo y, sobre todo por la calidad y importancia de sus textos, esta publicación se ha convertido en un libro de referencia, confirmando lo que ya anunciaban los editores en su título: “*source book*”.

En el texto que introduce la primera parte, “*A definition of correspondence art*”, Crane señala la importancia del concepto de una red de comunicación para el entendimiento del arte correo. Pese a utilizar indiscriminadamente los términos arte por correspondencia (*correspondence art*) o *mail art* en los textos, Crane aclara que la elección del primer término para el título del libro fue condicionada por la acentuada connotación que el mismo posee con la comunicación interpersonal. De hecho, el libro está dedicado al “*Eternal Network*”, lo que demuestra el compromiso teórico de sus editores con esta cuestión.

El autor destaca la multiplicidad de artistas y, consecuentemente, de ideas y producciones que circulan en la red, lo que impide el entendimiento del arte correo como un “-ismo” y, por lo tanto, dificulta su clasificación y estudio.

Debido a esa pluralidad, sumada al deseo de intercambio (figura 6), Crane igualmente apunta la red como un valioso fórum de circulación de mensajes de orientación política, que ha sido aprovechado como un medio de denuncia por los artistas que se encontraban bajo situaciones políticas inestables como los de Latinoamérica (figura 7) o del Este europeo. Sin embargo, reconoce y subraya que la participación en la red reconocida de por sí como una actitud que demuestra la visión sociopolítica de sus participantes:

Tres ideas políticas que aparecen en el arte correo son la democratización, la constante búsqueda de sistemas alternativos, y el rechazo hacia la economía capitalista. La red personifica un sistema que es abierto, inclusivo, fuera de los canales de operación del mundo del arte, y aparentemente libre de las limitaciones económicas impuestas por el mercado capitalista. Muchos artistas correo creen que el carácter democrático de la red implica cambios y reestructuración en la comunidad que tienen en común. Para muchos, el arte correo es más una alternativa que una protesta contra el viejo orden.(p. 12)¹²

.....
12 Original en inglés: Three political ideas which appear in mail art are democratization, a constant search for alternative systems, and a rejection of capitalist economics. The network epitomizes a system that is open-ended, inclusive, outside the channels of art world operation, and seemingly free from economic constraints imposed by the capitalist marketplace. Many mail artist believe that the democratic nature of the mail network implies changes and restructuring for the community which artists have in common. For many, mail art is a genuine alternative rather than a protest against the old order.

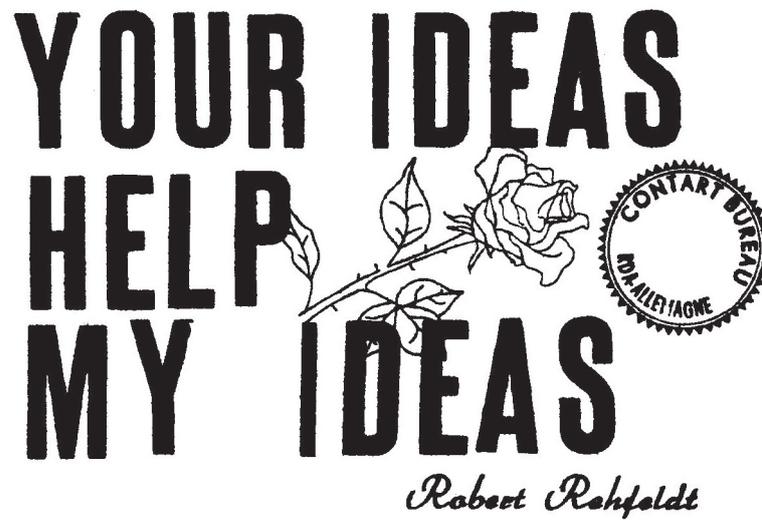


Figura 6 - Robert Rehfeldt, *Your ideas help my ideas*, East Germany, 1977, postcard.



Figura 7 - Guillermo Deisler, *sin título*, Chile, 1977.

En este texto Crane también enuncia la relación del arte correo con otras manifestaciones artísticas, como por ejemplo el dadaísmo o el arte conceptual. Además, describe el funcionamiento de la red enmarcando los diferentes dispositivos utilizados por los artistas en sus envíos.

En el segundo capítulo, “*The origins of correspondence art*”, el autor establece a Ray Johnson, la *New York Correspondence School* (NYCS) y al grupo Fluxus como los puntos de origen del arte correo, a la vez que profundiza su análisis acerca de la correlación entre el arte correo y las demás manifestaciones artísticas del siglo XX, enunciadas en el capítulo anterior, dedicando especial atención a las influencias del nuevo realismo y del arte conceptual.



Las dos últimas partes del libro, respectivamente “*The spread of correspondence art*” y “*Exhibitions and publications*”, están destinadas a un estudio crono-geográfico del arte correo. En el tercero capítulo, Crane rastrea las actividades realizadas en el período comprendido entre 1958 y 1976, presenta a los artistas correo más activos de cada país y analiza los principales textos publicados acerca del tema. En el cuarto y último capítulo, se dedica a enumerar las principales exhibiciones y publicaciones de la década de los setenta. Asimismo, analiza brevemente los sellos y estampillas de artista, haciendo una búsqueda de artistas, exhibiciones y publicaciones relacionadas directamente con estos dispositivos.

Los demás textos que componen los cuatro capítulos, muchos de ellos republicaciones de textos considerados referentes en el arte correo, profundizan y aclaran los tópicos expuestos por Crane en sus respectivas introducciones. De modo que el conjunto de la obra se configura como una referencia primordial a las investigaciones acerca del tema.

Una importante aportación de la investigación de Crane ha sido la encuesta realizada a través de un cuestionario enviado por correo a doscientos cincuenta artistas, de los cuales sesenta y cinco han respondido. La encuesta estaba dividida en cinco partes: personas, exhibiciones, publicaciones, ensayos y críticas, así como información personal. Este sondeo ha sido de gran utilidad para los editores una vez que las respuestas ayudaron en la elaboración del propio libro.

Mientras que algunos datos no establecieron un patrón que pudiera ser concluyente, como ha sido el caso de las respuestas relacionadas con las exhibiciones y publicaciones en que los resultados fueron demasiado dispersos, otros sí fueron esclarecedores de la situación del arte correo en aquel entonces.

La sección dedicada a las personas que contestaron al cuestionario ha aclarado algunas hipótesis en lo que se refiere a la ordenación, clasificación y establecimiento de generaciones y contribuciones significativas. Los diez primeros nombres elegidos fueron Fluxus (grupo), Ray Johnson, Ken Friedman, Dick Higgins, Klaus Groh, George Bretch, Diter Rot, Robert Filliou, Ben Vautier y Image Bank (grupo). A partir de este resultado, Crane llama la atención para el hecho de que, pese al indiscutible papel pionero que Ray Johnson y NYCS hayan tenido en la red, será el Fluxus (tanto el grupo en su totalidad, como los artistas nombrados individualmente) el que aparecería como la referencia más influyente.

Otro resultado sugestivo estaba relacionado con los ensayos y críticas. En esta parte de la encuesta había una decena de títulos sobre los cuales los entrevistados debían opinar. El índice de respuestas fue bastante bajo, lo que demuestra el poco conocimiento que los artistas tenían acerca de los títulos indicados. Para Crane la justificación era o que los textos todavía no estaban bien distribuidos en la red o que no interesaban a los artistas.

Sin embargo, son las informaciones personales lo más interesante de la encuesta, una vez que revelan datos más concretos que definen el perfil de los artistas correo (tabla 3).

De los sesenta y cinco entrevistados sólo el 12,3% eran mujeres y la franja de edad ha sido muy amplia, con artistas de diecinueve hasta cincuenta y cuatro años con una media de edad de treinta y un años. Las zonas de mayor actividad correspondieron a América del Norte (55%) y Europa (38%). En cuanto a la escolarización, la mayoría habían ido a la universidad (90,8%), principalmente a Bellas Artes o Humanidades. De los que cursaron estudios universitarios, el 72,3% obtuvieron la licenciatura y de éstos el 62,3% se han postgraduado. Los datos relativos a la ocupación demuestran que sólo el 17% sobreviven como artistas, mientras que la mayoría (42,4%) trabaja como profesor, escritor, crítico, editor, consultor o diseñador gráfico. En relación a las actividades artísticas desarrolladas paralelamente al arte correo, los entrevistados demostraron un amplio recorrido por los más diferentes lenguajes.



**Tabla 3 - Resumen de los resultados de informaciones personales
- perfil de los artistas correo entrevistados -**

Total entrevistados	65 artistas correo
Regiones de origen	55% - América del Norte 38% - Europa 3% - Australia / Nueva Zelanda / Japón 3% - América del Sur 1% - otros
Sexo	87,7% - hombres 12,3 % - mujeres
Edad	intervalo - 19 a 54 años media - 31 años
Escolarización	90,8% fueron a universidad (66% en Bellas Artes o Humanidades) 72,3% se han licenciado 63,3% postgraduados (42,5% master y 21,3% doctorado)
Ocupación	42,4% - educación, diseño gráfico, área editorial 30,6% - otras áreas 17% - artista 5% - estudiante 5% - desempleado
Actividades artísticas paralelas mencionadas	poesía (sonora, visual, concreta y tradicional), intermedia, pintura, dibujo, escultura, grabado, vídeo, performance, cine, libro de artista, fotografía, arte conceptual, arquitectura, danza, moda, música, decoración, <i>body art</i> , <i>assemblage</i> , redacción

Fuente: Tabla organizada a partir de los datos disponibles en Crane & Stofflet (1984, pp. 471-472)
© Pianowski, 2011

4.1.3 Mail art: an annotated bibliography

Como se ha mencionado anteriormente, los propios artistas son los responsables tanto de la escritura de la historia del arte correo, como de sus propias biografías, lo que resulta en un sinfín de relatos y puntos de vista sin que ninguno sea más verdadero o importante que el otro. Esto conforma una bio-bibliografía colectiva que hace que la red de arte correo como un todo pueda ser entendida como una “mitología colectiva”, productora de su propia historia y mito. Bajo esta perspectiva, Guy Bleus escribe el prólogo del libro *Mail art: an annotated bibliography*, de John Held Jr. (1991a).

En este libro Held realiza la catalogación de 2.199 publicaciones de más de ochocientos autores de treinta y siete países distintos. El objetivo del libro ha sido organizar y sistematizar una información hasta entonces extremadamente dispersa. Pese a ser una compilación dirigida al arte correo, también se pueden encontrar referencias a sus áreas afines, como los sellos y estampillas de artista, Ray Johnson y la *New York Correspondance School*, los innumerables artistas que han participado en la red, Fluxus, entre otras. Además, hay tres ensayos de Held en los que presenta una revisión histórica de las cinco décadas del arte correo, citando cronológicamente artistas, eventos, proyectos, exhibiciones y publicaciones.

Mail art: an annotated bibliography es, por lo tanto, la mayor y única compilación bibliográfica del arte correo realizada hasta el día de hoy. Ha sido elaborada cuando la tecnología y la informática todavía no eran tan avanzados y asequibles como lo son actualmente. Sin embargo, las limitadas condiciones de la época agregan valor al trabajo, puesto que mucho del material descrito por Held ha sido obtenido directamente de los diferentes miembros de la red a través de la correspondencia postal. Actualmente, en que las condiciones tecnológicas e informáticas son bastante más avanzadas, es interesante que este trabajo sea revisado y que su contenido esté disponible en la Web.

4.1.4 *Eternal Network: a mail art anthology*

En 1995, se publicó una antología de ensayos bajo el título *Eternal Network: a mail art anthology*, editada por Chuck Welch. Esta publicación, resultado de cuatro años de intenso trabajo, también ha sido fruto de un esfuerzo colectivo, puesto que su editor ha recibido la colaboración tanto intelectual como financiera de cuarenta y dos ensayistas de diferentes partes del mundo. La pluralidad de voces que componen este volumen ofrece, por lo tanto, una vasta gama de percepciones y opiniones, de manera que aporta una visión amplia y diversificada del arte correo, que una vez más es resultado del empeño de los propios artistas.

Esta publicación está dividida en seis partes, además de la introducción y de los apéndices, en la cual los temas centrales son la red, el arte correo y la red eterna. El origen histórico y terminológico de estos temas es el objeto de los ocho ensayos que componen la primera parte, “*Networking*”.



En la segunda parte, “*Open aesthetics*”, las tácticas y dispositivos estéticos utilizados por el arte correo son el tema común de los cinco ensayos que la componen. En ella se contraponen las perspectivas norteamericana y de la Europa del Este, señalándose los procedimientos utilizados por los artistas correo polacos y rusos para burlar la represiva ideología a la que estaban sometidos.

“*New directions*” es el título de la tercera parte de la antología, que presenta nueve ensayos prospectivos del arte correo en los años noventa. En estos textos los autores discurren acerca de la llegada del fax, Internet y otras tecnologías y las consecuencias que pueden tener en la red. En los noventa los artistas están bastante entusiasmados con la expansión y apertura de la red a nivel mundial, de manera que la relación con los nuevos medios es repetidamente apuntada como positiva, porque defienden que éstos amplían sus posibilidades de comunicación. Para ilustrar esta relación y los esfuerzos globales por trabajar en red son descritos tres proyectos de la época:

1. “*Art Strike*” (1990-1993), dirigido por Stewart Home. Pese a no ser concebido como un proyecto de arte correo ha recibido un fuerte apoyo por los artistas de la red. Este proyecto planteaba una huelga de arte de tres años, durante los cuales los artistas deberían dejar de producir, distribuir, vender, exhibir o discutir su trabajo, con la finalidad de animar el debate acerca del concepto de arte, cuestionando sobre todo el proceso de legitimación del arte sometido a las leyes del mercado.
2. “*Decentralized World-Wide Networker Congress*”(NC92), coordinado por H.R.Fricker y W. Kaufmann en 1992, proponía un encuentro para que los artistas, que trabajaban en red y en total autonomía e independencia de la institución de arte y cultura, pudieran discutir entre ellos y con la sociedad sus planteamientos e ideas.
3. “*Telenetlink project*” (1991-1995), su conductor Chuck Welch defendía el arte-comunicación como un concepto intermedia, abierto a las nuevas tecnologías, y proponía una conexión telemática entre los artistas correo (e-mailart o correspondencE-mail) a través de la creación de una comunidad en línea.

La cuarta parte del libro, “*Interconnection of worlds*”, es una continuación de los planteamientos del apartado anterior a partir de una visión más internacional, que se

centra en experiencias locales de los artistas. En este sentido, los seis autores, de distintas nacionalidades, describen proyectos alternativos y de colaboración para crear, expandir y animar la interconexión en una red global.

“*Communication issues*”, la quinta parte, también está compuesta por seis ensayos. En ellos los autores hablan de los aspectos ético-estéticos del arte correo. En este sentido, señalan cuestiones como la estética de la comunicación, la relación entre calidad y cantidad que está presente en una red de estas proporciones, el éxito comunicativo que puede o no haber entre personas de culturas tan distintas y el papel de la mujer en la red de arte correo. Igualmente se exponen ideas de como el medio y el mensaje pueden ser críticos, sirviendo para la transmisión de mensajes políticamente comprometidos, como ha sido el caso de los artistas latinoamericanos que se encontraban bajo dictaduras. Por lo tanto, será en esta parte de la antología que encontraremos los dos únicos textos de autoría latinoamericana, firmados por Clemente Padín y Graciela Gutierrez Marx, en los cuales defienden el carácter ideológico del arte correo y la necesidad de la implicación por parte de los artistas en las cuestiones políticas.

En la sexta y última parte, “*Ethereal realms*”, encontramos textos poéticos, en los cuales los artistas presentan sus utópicas visiones acerca de como el arte correo puede contribuir en la humanización de la cultura global.

4.1.5 Arte Postale: guida al network della corrispondenza creativa

En el año de 1997, el artista postal italiano Vittore Baroni publica *Arte Postale: guida al network della corrispondenza creativa*, escrito en primera persona. Al optar por este estilo narrativo, Baroni subraya que ha sido un personaje activo de la historia que nos cuenta. De hecho, la práctica de los artistas correo en usar la primera persona en sus artículos es bastante común.

Esta publicación no está organizada por partes o capítulos, de modo que los temas son dispuestos sin jerarquías y entremezclados con pequeñas biografías de algunos artistas, con los cuales el autor ha tenido una intensa correspondencia desde su entrada en la red en 1977. Sin embargo, es posible comprobar una cierta ordenación temática en los contenidos que componen el libro. De esta forma en su inicio, el autor presenta los orígenes, influencias, definiciones, distribución geográfica y un breve análisis del fenómeno desde



los años sesenta hasta los noventa. Luego dedica la mayor parte del libro a los diferentes dispositivos y modalidades operativas que circulan en la red: estampillas, sellos, tarjetas, sobres, adhesivos, objetos, collages, fotocopia, poesía, narrativa, audio, cadena de artistas, juegos, exhibiciones, proyectos, revistas, *assemblage*, acciones, archivos etc. Y, finalmente, la última parte está dedicada a una prospección del arte correo.

En la introducción Baroni advierte al lector acerca de las limitaciones, no sólo de su publicación, sino que de cualquier investigación dedicada al tema:

El libro que tiene en sus manos no puede y no quiere ser una verdadera “historia” de un fenómeno que por naturaleza es evasivo, difícilísimo de estudiar de manera científica y exhaustiva: el arte correo no es propiamente un “movimiento” formado por un puñado de artistas, sino más bien una práctica que implica literalmente a miles de agentes, con ramificaciones de tal calibre que es imposible saber todo lo que está sucediendo en un momento dado del circuito. Al mismo tiempo, tampoco es un estudio teórico sobre el papel innovador de la “cultura de red”, una tarea que requiere una metodología mucho más sofisticada. (1997, p. 5)¹³

Con esto deja explícito que la obra no es ni una investigación científica ni tampoco pretende ser un tratado sobre el tema. En verdad, según el autor, se trata de una guía dirigida especialmente al público todavía no familiarizado con la práctica del arte correo.

No obstante, Baroni llama la atención sobre aspectos importantes del arte correo que merecen ser mencionados. Por ejemplo, cuando trata de los antecedentes del arte correo destaca como bastante significativa la actividad postal de los futuristas y dadaístas, a diferencia de otros autores que se centran más en la figura de Duchamp. Aún acerca de esta trama de relaciones, el autor afirma que Fluxus ha desarrollado una mayor relación con el arte correo que cualquier otra tendencia contemporánea.

En este libro Baroni también nos presenta un interesante esquema comparativo entre el mundo del arte y la red de arte correo (figura 8).

.....
13 Original en italiano: Il libro che avete in mano non può e non vuole essere una vera “storia” di un fenomeno per sua natura elusivo, difficilissimo da studiare in maniera scientifica ed esaustiva: l’arte postale non è un comune “movimiento” formato da una manciata di artisti bensì una pratica che coinvolge letteralmente migliaia di operatori, con tali e tante ramificazioni da rendere impossibile conoscere tutto quello che accade in ogni dato momento del circuito. Al tempo stesso, questo non è neppure un intervento teorico sul ruolo innovativo della “cultura di rete”, compito che richiederebbe strumenti d’ingine ben più sofisticati. (Traducido por Mariano Solivellas)

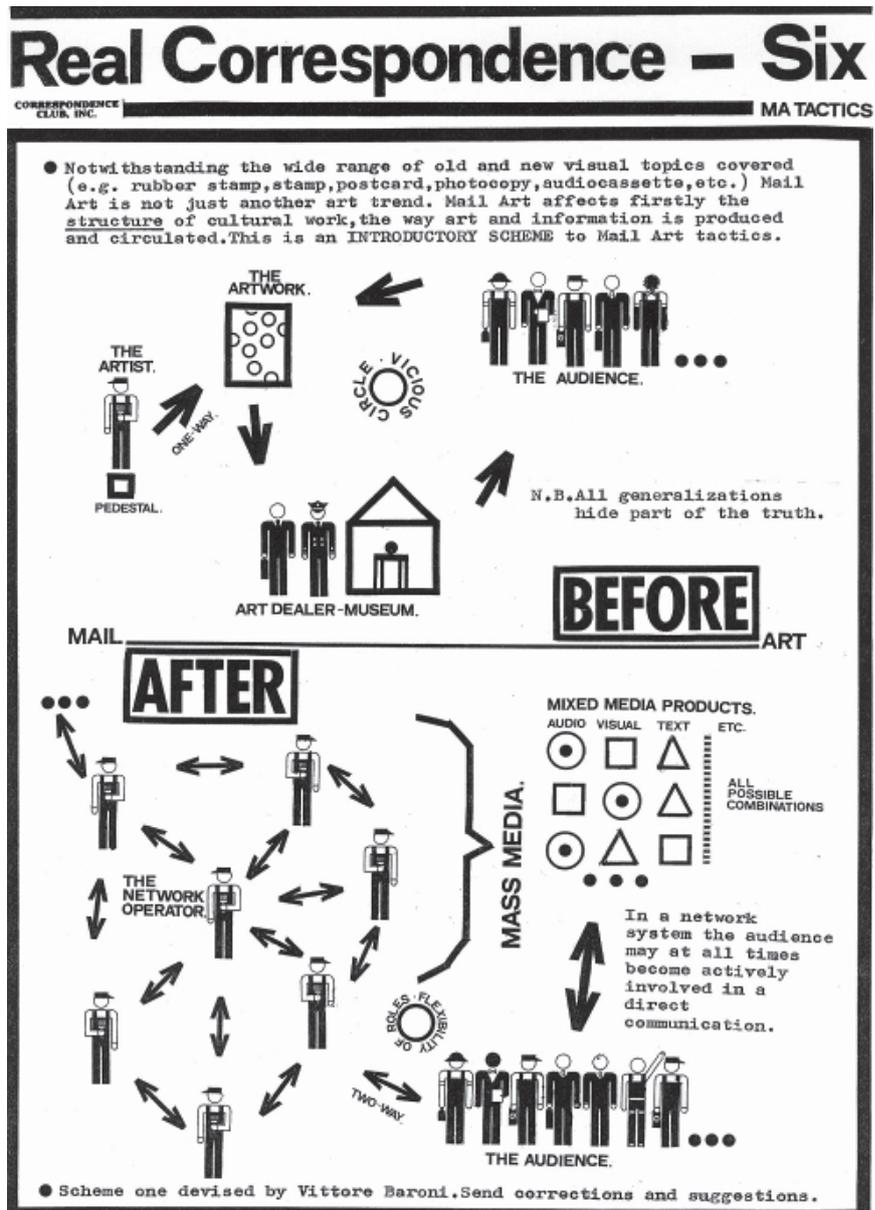


Figura 8 - Vittore Baroni, esquema de la diferencia entre el mundo del arte y la red de arte correo, 1981.

La lectura de este esquema facilita enormemente la comprensión del funcionamiento de esta red. En este esquema señala como la red de arte correo cambia la estructura de una producción artística en relación al receptor, que puede en cualquier instante participar activamente en esta red. Es interesante notar como diferencia a los artistas. Mientras que el artista “convencional” se encuentra en un pedestal e interactúa en el sistema de arte de manera unilateral en un círculo vicioso, el artista correo está en el mismo nivel de los otros artistas de la red, que no presenta jerarquías. Además, interactúa tanto con el público como con los otros artistas de manera bilateral, en un sistema en que los papeles son flexibles y todos los medios pueden emplearse en infinitas combinaciones.



Baroni también llama la atención sobre la cuestión de los archivos, tema que hasta entonces había pasado desapercibido por los autores anteriores y que no suele ser muy debatido en el medio. Es interesante no sólo porque habla de la dificultad en organizar y mantener un archivo de arte correo en el ámbito particular, sino porque subraya que los archivos que no pueden ser mantenidos por los propios artistas no deberían ir a colecciones privadas, pero sí a espacios públicos, como biblioteca o museos, donde el acceso fuera libre.

Igualmente advierte que “arte correo y dinero no se mezclan”¹⁴ y que pese que algunos artistas hayan vendido sus archivos o parte de ellos, esto es un tema muy controvertido en la red, responsable de un sinfín de polémicas y discusiones. El autor se posiciona favorablemente a una “ética de la red”, es decir en la que los intercambios sean hechos de manera desinteresada. Sin embargo, critica el “fundamentalismo mailartístico”, surgido principalmente en los años ochenta, en que cualquier intento de venta –fuera de una revista, catálogo o, peor aún, de una tarjeta o una estampilla– ha sido duramente boicoteado o difamado.

Respecto a la llegada de las nuevas tecnologías, Baroni cree que el número de artistas correo que siguen utilizando el correo ordinario ha disminuido en los años noventa, debido al bajo coste y a la rapidez que suele tener Internet, por ejemplo, si se compara al precio y velocidad de un envío postal tradicional. Para el autor, el número de participantes se estaría aproximando al de los inicios del arte correo en los años sesenta, lo que para él no es algo negativo una vez que esta reducción podría resultar en envíos postales tanto más personales como más elaborados. Por otro lado, también considera Internet un medio abierto a innumerables posibilidades de interacción artística que todavía se encontraba inexplorado.

.....
¹⁴ “*Mail art and money do not mix*” es una frase de autoría de Lon Spiegelman (citado por Baroni, 1997, p.226-227).

4.1.6 *Mail Art - Art postal - Art posté*

El periodista y crítico de arte Renaud Siegmann ha publicado en 2002 *Mail Art - Art postal - Art posté*. Es el tercer libro escrito por alguien de fuera de la red y, como el primero, también ha sido publicado en Francia. En una edición ricamente elaborada, con un excelente diseño editorial y repleta de ilustraciones en colores, esta publicación se configura más como una breve revisión que como un estudio en profundidad y, del mismo modo que la guía de Vittore Baroni, está dirigida a un público no habituado al tema. Por lo tanto, su importancia reside más en la forma y en la autoría que en el propio contenido, no obstante es una obra que ha de ser mencionada porque trata el arte correo con mucha delicadeza.

La publicación se divide en tres partes. La primera, “*Pour la beauté du geste*”, menciona las relaciones históricas entre el arte y el sistema postal, describe algunas proposiciones artísticas y, quizás lo más interesante y novedoso de toda la publicación, es la dedicación que hace a la figura del cartero, recuperando postales de diferentes épocas donde él es el protagonista. La segunda, “*Le message, c’est le médium*”, está dedicada a algunos de los dispositivos utilizados en la red: estampillas, sellos y collage, a lo que se suma una pequeña entrevista al artista belga Guy Bleus. En la tercera y última parte, “*Il n’y a que l’art qui mail!*”, habla de Ray Johnson, de la red y su funcionamiento y concluye con un abecedario a través del cual, de forma lúdica, puntúa algunos términos y conceptos aleatorios relacionados con el arte correo.

4.1.7 *El arte correo en Argentina*

En 2005 se publica *El arte correo en Argentina* editado por Fernando García Delgado y Juan Carlos Romero, el primer y único libro hasta el momento que abarca esta temática en América Latina, orientado sobre todo al contexto argentino. El libro está dividido en tres partes: la primera, “Contextos”, se trata de un ensayo elaborado por la investigadora y artista Belén Gache; en la segunda, “Señales” se encuentran escritos sobre Liliana Porter, Horacio Zabala y Edgardo Antonio Vigo; y en la tercera y última, “Marcas”, hay una recopilación de textos breves y/o imágenes de artistas invitados, presentando un panorama del arte correo contemporáneo en la región.



De modo que mientras las dos últimas partes de la publicación son de orden más práctico, es decir, están dedicadas al relato de artistas, enfocando sus experiencias y producciones en la red, la primera parte está orientada a un enfoque teórico, donde la autora presenta el arte correo como un arte de redes que está centrado en su matiz subversivo. De este modo, Gache (2005) realiza una revisión del tema mencionando algunos de sus aspectos teóricos, históricos, sociológicos, contextuales y estéticos a través del estudio de algunos de los dispositivos y tácticas utilizados por los artistas. Bajo esta perspectiva, construye su revisión señalando aspectos particulares del arte correo como por ejemplo el uso de la criptografía en los mensajes como un táctica vital a los artistas residentes en países en dictadura o el uso de seudónimos como un arma que sirve para atacar la idea de propiedad intelectual.

4.1.8 *Mail-interviews*

Otra referencia bibliográfica que debe ser mencionada son los cinco volúmenes de *Mail-interviews* editados por el holandés Rudd Janssen (2008a). Como resultado del proyecto de mismo nombre, esta publicación es una selección de las más de ochenta entrevistas realizadas por Janssen a artistas correo de todo el mundo en el período de 1994 a 2007. El contenido de algunas de ellas será abordado en otros momentos de esta investigación

Estas entrevistas no fueron realizadas de manera convencional. Su autor, estimulado por las diferentes posibilidades comunicativas que iban surgiendo, ha experimentado con varios medios, de forma que las preguntas fueron hechas tanto por correo como por fax, e-mail, teléfono o incluso personalmente. Las respuestas no tenían necesariamente que seguir el mismo camino de las preguntas, de modo que hay una mezcla de medios tanto en el envío como en la recepción de la información. Lo que podría haber sido caótico, ha sido todo un éxito en esta publicación que cuenta la historia del arte correo bajo una perspectiva muy particular, que muestra en la singularidad de cada voz la historia de un colectivo.

4.1.9 Mail art: la red eterna

La más reciente publicación sobre arte correo se debe al catalán Pere Sousa (alias Merz Mail), que a finales de 2010 publica *Mail art: la red eterna*. Se trata de una recopilación de artículos publicados en P.O.Box, publicación dirigida por Sousa en el período de 1994-1999. Muchos de los ensayos seleccionados son emblemáticos en la red y Sousa durante estos años se ha empeñado en traducirlos al español, facilitando al público que no domina el inglés el acceso a este material, que ahora organiza en forma de un libro.

Esta publicación está dividida en nueve partes. Las dos primeras están dedicadas a la historia y teoría del arte correo, seguidas por cinco aspectos relacionados con lo que circula en la red: sellos de goma, fax, sellos de artista, *copy art* y tarjeta postal. En la sexta parte se encuentran ensayos que discurren sobre la relación entre la poesía y el arte correo y en la última se encuentran entrevistas a Clemente Padín, Edgardo Antonio Vigo y Merz Mail.

De entre los textos que tratan de la historia y la teoría del arte correo, hay algunos que destacan. Uno de ellos es el artículo escrito por el propio Sousa, en el que establece una cronología del arte correo en España de 1973 hasta 1999, presentando a los principales artistas, publicaciones y eventos ocurridos en el período. Otro texto importante es “Arte Correo en Latinoamérica” de autoría del uruguayo Clemente Padín, en el que se traza una breve visión histórica en el continente, señalando artistas, publicaciones y exhibiciones.

A nivel teórico, es el ensayo “El mail art” de José Luis Campal lo más relevante, puesto que analiza el arte correo en diferentes aspectos. Primero, describe el arte correo como un actividad múltiple que no puede ser definida como una escuela o como una tendencia. Según el autor:

Del mail-art podría decirse que es sencillamente un soporte no mediatizado por esquemas predeterminados que ha ido configurando una serie de leyes internas que han cristalizado sin presiones; un soporte ilimitado y no adscrito específicamente a ninguna de las artes conocidas, ya que no se siente más deudor de unas que de otras. (2010, p. 94-95)

A continuación también define al propio artista correo como un creador múltiple y simbiótico, que rechaza todo aquello que considera ajeno al acto creativo. Sin embargo, el autor señala que pese a forjarse individualmente, la obra de arte correo muy pronto requiere una colectividad cómplice, puesto que necesita imperiosamente un receptor. En



cuanto a los proyectos, publicaciones y exhibiciones del arte correo, el autor piensa que son una forma de ordenar este sinfín de información que circula en múltiples canales. Para Campal, el arte correo es una actividad utópica, una alternativa en la que se borran las diferencias sociales, geográficas, culturales, lingüísticas, ideológicas etc.

Esta última publicación analizada, la más reciente de todas, pese a que la gran mayoría de los textos ya habían sido publicados anteriormente se ha convertido en referente para los hispanohablantes, al mismo tiempo que demuestra la urgencia en profundizar los estudios acerca del tema con el fin de que más reflexiones sean realizadas, en especial en idiomas latinos, dado que la mayor parte de la bibliografía se encuentra publicada en inglés.

4.1.10 Síntesis de la revisión de los libros

Como se ha observado en esta revisión bibliográfica (tabla 4), la mayoría de las publicaciones son recopilaciones de colaboración. En relación a la autoría, solamente tres títulos son de autores que no son artistas correo. Pese a que únicamente Held (1991a) realiza un exhaustivo estudio bibliográfico, casi todas las demás ofrecen un listado bibliográfico de referencia. Gran parte de las publicaciones también tratan de situar a los artistas, dispositivos y exhibiciones. En cuanto a los temas abordados se destacan los orígenes, los antecedentes artísticos y las influencias de Internet. Con excepción de Poinot (1971), todos los demás presentan el arte correo como una red de artistas. Y en Delgado y Romero (2005) también se presenta la red como a partir de una táctica subversiva. Además todos, sin excepción, reconocen el arte correo como una práctica múltiple, que no debe ser vista como una escuela o movimiento artístico. Solamente Baroni (1997) llama la atención acerca de la importancia de los archivos. Además este autor, juntamente con Held (1991a), destaca la necesidad de que la información esté disponible. Las primeras publicaciones son las que alertan acerca de la necesidad de la realización de investigaciones más profundas sobre el tema. Cabe destacar que la publicación de Janssen (2008a) por tratarse exclusivamente de una recopilación de entrevistas realizadas por el autor en cinco volúmenes sólo ha sido evaluada con respecto a los cinco primeros ítems de la tabla.

Tabla 4 - Síntesis del análisis de los libros publicados

Abordajes \ Autores (fecha)	Poinsot (1971)	Crane & Stofflet (1984)	Held (1991)	Welch (1995)	Baroni (1997)	Siegmann (2002)	Delgado & Romero (2005)	Janssen (2008)	Sousa (2010)
Autoría externa	X	X				X			
Recopilación		X	X	X			X	X	X
Entrevistas								X	X
Estudio bibliográfico		X	XX	X	X	X			
Estudio artistas	X				X		X	X	
Estudio dispositivos		X			X	X	X		X
Estudio exhibiciones		X	X	X	X				X
Orígenes		X	X	X	X	X	X		X
Antecedentes artísticos	X	X		X	X	X	X		X
Concepto de red		X	X	X	X	X	X		X
Concepto de táctica							X		
Práctica múltiple	X	X	X	X	X	X	X		X
Circulación de mensajes políticos (Latinoamérica y Europa del Este)		X	X	X	X		X		X
Influencias Internet				X	X	X			X
Importancia archivos					X				
Facilitar la información			X		X				
Necesidad de más investigaciones	X	X	X		X				

© Pianowski, 2011



4.2 Investigaciones académicas

En este apartado fueron analizadas seis investigaciones académicas realizadas específicamente sobre el tema, siendo tres tesis doctorales: *Arte Correo (Mail-Art), 1975-1985. El Atelier Bonanova como referencia* de Antonia Payero Barbero (España, 1993); *Clashing and Converging: Effects of the Internet on the Correspondence Art Network* de Madelyn Kim Starbuck (EEUU, 2003); *Topologie und Funktionsweise des Netzwerkes der Mail Art. Seine spezifische Bedeutung für Osteuropa von 1960 bis 1989 (The Topology and Functioning of the Network of Mail Art. Its specific Meaning for Eastern Europe, 1960 - 1989)* de Kornelia Röder (Alemania, 2006) y tres tesinas de master: *Mailart 1955 to 1995: Democratic Art As Social Sculpture* de Michael Lumb (Inglaterra, 1997); *Todo lugar é possível: a rede de arte postal nos anos 70 e 80* de Andrea Paiva Nunes (Brasil, 2004) y *Artecorreos=artistas invisibles en la red postal (1975-1995)* de Graciela Gutiérrez Marx (Argentina, 2007).

4.2.1 Arte Correo (Mail-Art) 1975-1985. El Atelier Bonanova como referencia

La tesis doctoral *Arte Correo (Mail-Art) 1975-1985. El Atelier Bonanova como referencia*, realizada por Antonia Payero en 1993 en la Universidad Complutense de Madrid (España), es la primera investigación doctoral sobre el tema realizada en España y quizás en el mundo. Esta investigación está centrada en el material de arte correo producido por el Atelier Bonanova (José Luis Mata y Antonia Payero) desde 1975 hasta 1985. La tesis consistió en sistematizar y analizar este material para inferir sobre los modos operativos del arte correo y discutir su relación con la problemática artística de la época. El estudio se ha estructurado, según la autora, en cuatro ejes principales: 1) estudio y valoración del material del archivo; 2) exposición secuencial y fundamentación teórica; 3) sistematización de un *corpus* gráfico y 4) análisis de la ubicación del arte correo en el arte contemporáneo.

En la introducción de su trabajo Payero deja explícito que el arte correo es un fenómeno complejo, amplio y difícil de estudiar y que por esto ha optado por limitarse al archivo del Atelier Bonanova en el período determinado. Igualmente señala que la comprensión del arte correo no está en la obra, puesto que es considerada un mero elemento, sino que reside en la dinámica de los envíos. Sin embargo, su tesis está totalmente apoyada en la producción realizada, sea en forma de revistas, tarjetas, sellos o estampillas,

una vez que el principal objetivo de su trabajo es sistematizar este material a modo de catalogación y poco habla de la dinámica o aspectos sociales de la red.

Pese a que no aporta muchas reflexiones teóricas acerca del arte correo ni profundiza en el análisis de lo que ha sistematizado, la tesis de Payero tiene un importante valor por haber versado sobre un tema marginal hasta entonces no considerado por la academia. Además, la sistematización que realiza, complementada por un estudio de las muestras realizadas en España, se convierte en una importante referencia para investigaciones futuras.

4.2.2 Mailart 1955 to 1995: Democratic Art As Social Sculpture

En 1997, Michael Lumb presenta *Mailart 1955 to 1995: Democratic Art As Social Sculpture* como tesina de master en Filosofía en la University of East Anglia (Inglaterra). El entendimiento de Joseph Beuys del arte como algo más allá de lo tangible es apropiada por Lumb como el eje teórico de su investigación, que tiene como objetivo central la identificación y comprensión del concepto de democracia presente en la red de arte correo. Para esto Lumb traza un histórico que abarca el proceso de desarrollo de esta práctica desde sus orígenes a partir de Ray Johnson hasta mediados de los noventa, analizando los cambios que han ocurrido al largo de este proceso.

En el primero capítulo Lumb se dedica a reconstruir la trayectoria de Ray Johnson con el propósito de entender los motivos que llevaron al artista a utilizar el sistema postal como su medio de creación. Para el autor, pese a que muchos artistas trabajaron con el medio postal, Ray Johnson fue el primero en trabajar este medio bajo el concepto de network.

El capítulo posterior está dedicado a Fluxus, el grupo responsable de ampliar la red de correspondencia y explotar su potencial creativo a través de los elementos del propio sistema postal, es decir, las postales, los sellos y el franqueo.

La tercera parte de su investigación se destina a analizar la democratización del arte correo a través, sobre todo, de las exhibiciones y proyectos desarrollados a partir de los setenta así como por la expansión de esta práctica al resto del mundo, mientras que en



el cuarto capítulo se centra en la politización del arte correo y en los debates ocurridos en la década de 1980.

En el último apartado el autor se dedica a examinar el arte correo de los años noventa en comparación a los años anteriores con el fin de detectar los cambios ocurridos en esta práctica. Lumb destaca que el principal cambio verificado es que, a partir de los noventa, la participación deliberada en la red importa más que los envíos propiamente dichos lo que le lleva a constatar que “los elementos individuales no tienen ningún valor o significado en sí mismos, sólo adquieren sentido y por lo tanto, valor, cuando son entendidos como parte de un todo (la red)”(p.73)¹⁵.

A partir de sus análisis el autor concluye que el arte correo debe ser entendido como una red que abarca todo, a lo que él llama “escultura social”. Defiende que el arte en esta práctica no está presente en la materialidad de los envíos y sí en la inmaterialidad de la interacción de los participantes.

La investigación de Lumb es la primera en realizar análisis más profundos acerca del arte correo y a evaluar su proceso de desarrollo, aportando una importante contribución a la investigación de esta temática.

4.2.3 Clashing and Converging: Effects of the Internet on the Correspondence Art Network

La segunda tesis doctoral se realizaría diez años después, en 2003, cuando la artista correo Madelyn Kim Starbuck (alias Honoria) elabora *Clashing and Converging: Effects of the Internet on the Correspondence Art Network* por la University of Texas (Estados Unidos). El objetivo de su investigación es examinar los efectos que ha tenido Internet sobre la red internacional de arte correo. La autora ha trabajado con tres tipologías de datos: textos de los artistas recogidos de Internet, entrevistas a los artistas que experimentaron tanto con la red analógica como telemática y las obras recibidas como respuestas poéticas y/o visuales a la llegada de Internet.

.....
¹⁵ Original en inglés: The individual elements have no value or meaning in themselves, they only acquire meaning and therefore value, when viewed as part of the whole (network).

Los datos han revelado tres grupos de preocupaciones de los artistas: social, artístico y relacionados con la historia del arte. Estos datos fueron aquellos analizados por la metodología de la teoría fundamentada (*Grounded theory*),¹⁶ que busca explicar los procesos y estructuras sociales derivados de los datos empíricos. Según la autora, esta teoría es especialmente aplicable a este tema porque son los propios artistas los que expresan su conocimiento tácito acerca del arte correo.

La autora presenta como resultado de su investigación un diagrama cronológico (figura 9) en el cual detalla los efectos de Internet en el arte correo y sus implicaciones para los futuros estudios sobre el tema. Este diagrama es un resumen de sus tesis y está dividido en cuatro secciones: 1950-1994, el desarrollo y crecimiento de la Red de Arte correspondencia; 1994-1998, Proyecto entrevistas realizado por Ruud Janssen; 1999-2001, el período de recopilación de datos de la investigación, y la investigación futura.

En la primera sección establece los dispositivos utilizados por el arte por correspondencia: correo, impresión en offset, fotocopias, teléfono, entrega personal/turismo, fax y ordenadores. En paralelo enumera los dispositivos digitales utilizados por los artistas en la Web: correo electrónico, página Web (construida y mantenida por los artistas o por las organizaciones de arte), exhibiciones en línea, foros de mensajes y los sitios de subastas en línea.

La segunda sección está dedicada al análisis de las entrevistas del proyecto realizado por Ruud Janssen en 1994-1998. La autora ha identificado algunas tendencias en las respuestas que han sido agrupadas en dos conjuntos distintos: 1) cuestiones sociales: coste, velocidad, peligro y ampliación de la red de contactos y 2) cuestiones artísticas: materialidad, más medios de comunicación, Internet como soporte y la temporalidad.

En la tercera sección se encuentran los resultados del análisis de las entrevistas realizadas por la propia autora y de las producciones recibidas que tenían como tema los efectos de Internet en el arte correo. En este análisis la autora ha agrupados las tendencias en tres apartados: 1) cuestiones sociales: ampliación de la red, los obstáculos a la integración de Internet, la interacción, reuniones, redefinición del arte por correspondencia y las

.....
¹⁶ Esta metodología cualitativa ha sido desarrollada por Glaser & Strauss en 1967 y consiste en la creación de una teoría que emerge de los propios datos analizados. (Glaser, B. G. & Strauss, Anselm L. (1967). *The Discovery of Grounded Theory*. Chicago: Aldine Publishing Company.)



actitudes a favor o en contra de Internet; 2) cuestiones artísticas: la paradoja de la velocidad, expansión de obras de arte colectivas, calidad, permanencia y el tacto; y 3) temas de la historia del arte: el cruce de las redes, el destino de los archivos y trayectoria de la historia del arte (continuidad).

La última sección está dedicada a señalar los temas que la autora considera relevantes en futuras investigaciones: estética, mujeres artistas, archivos y la evolución del arte en la red.

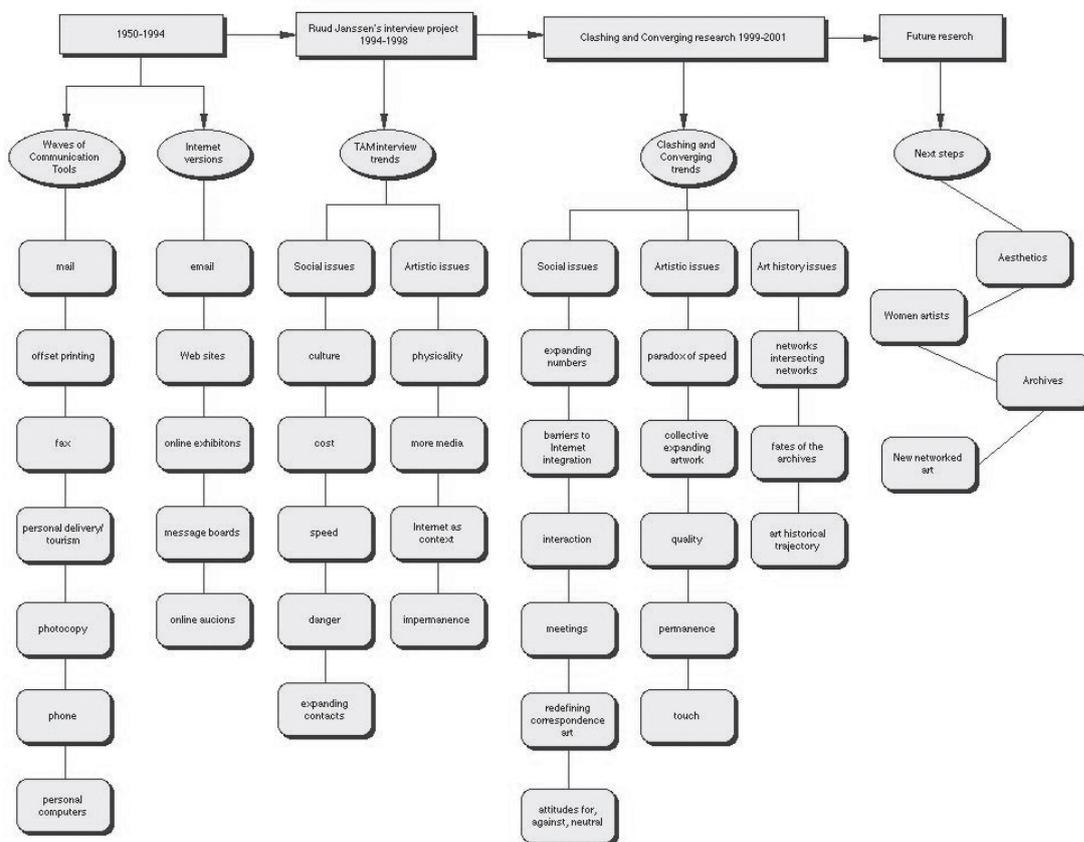


Figura 9 - Diagrama cronológico sobre los efectos de Internet en el arte correo y sus implicaciones para los futuros estudios sobre el tema, según estudio de Starbuck (2003, p. 199)

Starbuck sugiere que su investigación sea utilizada por los museos o coleccionistas de arte que tengan que evaluar y sistematizar documentos o archivos de esta índole, una vez que las categorías que la autora establece reflejan el conocimiento tácito de los propios autores, que a su vez también asumen el papel de coleccionistas, críticos, historiadores y público. Del mismo modo, los investigadores implicados con el área de la comunicación

también pueden utilizar estas categorías como un punto de comparación al evaluar otros tipos de redes de comunicación.

Además, esta investigadora destaca la importancia en el desarrollo de investigaciones sobre este tema como una forma de aumentar la comprensión acerca de él y con esto proteger y preservar los archivos que lo conforman, así como ofrecer estrategias para la implementación exitosa de redes de artistas.

4.2.4 *Todo lugar é possível – a rede de arte postal, anos 70 e 80*

En su tesina de master *Todo lugar é possível – a rede de arte postal, anos 70 e 80*, Andrea Paiva Nunes (Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil, 2004) analizó el arte correo para entender el funcionamiento de la estructura de su red bajo los aspectos de creación, recepción y difusión, así como intentó revelar los diferentes tipos de ocurrencias artísticas en las correspondencias y en los establecimientos de circuitos, grupos y actividades. La investigadora tuvo como fuentes de consulta: los trabajos producidos en la red de arte correo en el período de los 70-80 y algunas entrevistas con artistas correo activos en dicho período. Nunes está más centrada en las cuestiones teórico-filosóficas que estructuran la red de arte correo como la aplicación de la teoría del rizoma de Gilles Deleuze & Félix Guattari para su entendimiento, no centrándose en el análisis iconográfico de las obras consultadas o en el análisis de discurso de las entrevistas realizadas, de modo que los relatos e imágenes apoyan su investigación aunque no sean el foco de la misma.

La referida investigación aporta importantes reflexiones que enriquecen el debate en torno al arte correo, principalmente porque se centra en el papel político que la misma desempeña. Bajo esta perspectiva, Nunes destaca que el cambio de correspondencias posibilita el encuentro de diferentes personas de distintas culturas que intentan compartir sus problemas específicos. Afirma que la comunicación “agrega solidaridad a los acontecimientos locales” (p. 25), creando así una red global de solidaridad que tiene como resultado incontables propuestas dirigidas a la denuncia de los problemas cotidianos. De este modo, opina que el arte correo asume una postura socio-política amplia, que abarca cuestiones no sólo de orden ideológica, sino también de orden étnica, de género, de orientación sexual, de postura ambiental etc., en la que cada imagen proporciona un comentario social.



La investigadora concluye que el carácter político-ideológico que la producción en arte correo puede asumir no se restringe sólo a las sociedades que están bajo al gobierno dictatorial o de regímenes totalitarios, a pesar de que sean altamente significativas en estos casos.

4.2.5 Topologie und Funktionsweise des Netzwerkes der Mail Art. Seine spezifische Bedeutung für Osteuropa von 1960 bis 1989

En 2006, la investigadora alemana Kornelia Röder presenta la tesis doctoral *Topologie und Funktionsweise des Netzwerkes der Mail Art. Seine spezifische Bedeutung für Osteuropa von 1960 bis 1989* (*The Topology and Functioning of the Network of Mail Art. Its specific Meaning for Eastern Europe, 1960 -1989*) en la Universität Bremen (Alemania), publicada como libro en 2008. En su investigación Röder analiza la topología —es decir, realiza un análisis descriptivo del desarrollo temporal y geográfico— y la funcionalidad de la red de arte correo bajo los puntos de vista artístico, político y social en la Europa del Este en el período que abarca desde 1960 hasta 1989. Su trabajo deriva de la exposición “*Mail Art – East Europe in the International Network*” presentada por el Museo de Schwerin.

La investigadora elige el año de 1989 como punto de corte de su estudio porque ha sido el momento en que el arte correo ha dejado de tener una función especial en el Este Europeo debido a la caída del muro de Berlín, puesto que a partir de entonces la condición de los artistas y oponentes del régimen ha cambiado.

Los soportes teóricos de su estudio son la teoría del rizoma de los filósofos Gilles Deleuze & Félix Guattari y las investigaciones acerca de la importancia social de la redes de los sociólogos Manfred Fabler y Manuel Castells. La autora afirma que éste es el primer estudio acerca del arte correo que incorpora las percepciones oriundas de la teoría de las redes. Sin embargo, ésta es una afirmación un tanto cuestionable una vez que los artistas postales hace bastante tiempo que discuten sobre este tema en sus publicaciones. Además, como ha sido mencionado anteriormente Nunes ya lo había tratado en su investigación dos años antes.

Su investigación topológica ha demostrado una vez más que los artistas juegan un papel decisivo en el desarrollo de la red de arte correo. Para la autora esta red se configura

como un sistema de comunicación autónomo e independiente de las instituciones que utiliza de medios artísticos para activar, discutir y extender la concienciación y además:

La situación política preponderante de la invisibilidad de la red llegó a ser extremadamente importante, ya que se supone que los participantes hasta cierto punto podrían eludir el control del Estado. Esto, por supuesto, la hizo mucho más interesante a los servicios de inteligencia. La red de artistas ha reaccionado a las represalias del gobierno con espíritu, humor, ingenio y creatividad —y sobre todo con valentía y coraje moral. (Röder, 2008, p. 250)¹⁷

Para el Este Europeo, por lo tanto, la red de arte correo ha sido fundamental como una estrategia intelectual y artística para enfrentarse al sistema. Los análisis mostraron que después de 1981, es decir, después del movimiento *Solidarność* en Polonia, responsable por fortalecer aún más la comunicación entre los bloques políticos de este y oeste, las actividades en la red llegaron a su punto culminante, comprobando que el principio democrático que impera en ella también ha sido muy importante para el Este Europeo al contribuir en la democratización del arte y auxiliar en la de la propia sociedad.

Röder concluye que el arte correo no puede seguir fuera de la historia del arte, puesto que esta red ha tenido un papel pionero en las redes sociales de comunicación en una escala global y ha ofrecido oportunidades y estrategias para el desarrollo de alternativas y cambios tanto para el arte como para la sociedad.

.....
¹⁷ Original en inglés: The prevailing political situation the specific property of the Network, i.e. that it was invisible, became extremely important as it meant that participants could evade state control to some extent. This, of course, made it all more interesting to intelligences services. The network artists reacted to government reprisals with spirit, humor, ingenuity and creativity - and above all with bravery and moral courage.



4.2.6 *Artecorreos=artistas invisibles en la red postal (1975-1995)*

En el año 2007 la artista correo argentina Graciela Gutiérrez Marx presentó su tesina de master *Artecorreos=artistas invisibles en la red postal (1975-1995)* en la Facultad de Bellas Artes de la Universidad Nacional de La Plata. En 2010 ha publicado un libro homónimo que da cuenta de su investigación y que ha sido el objeto de este análisis. La investigación está centrada en el período comprendido entre los años 1975 y 1995. Según la autora, este recorte ha sido realizado teniendo en cuenta como punto de partida la primera muestra organizada en Argentina “*Última exposición internacional de artecorreos*” (1975) y el suicidio de Ray Johnson (1995) como punto final.

Para la investigadora-artista la historia del arte correo no puede ser reducida a un único enfoque o tratado general, al revés, debe ser entendida como una historia múltiple redactada partir de las bio-grafías y bio-bibliografías de sus participantes. Bajo esta perspectiva, todos los relatos son igual de verdaderos y de importantes y, con el tiempo, integrarán un conjunto de mitologías inter-subjetivas. En este sentido, en la calidad de artista correo su propia investigación es una bio-bibliografía del arte correo que reivindica su visibilidad en esta historia.

El método de investigación elegido por la autora ha sido el *collage poético* basado en la obra “*Itinerarios Transculturales*” de James Clifford (1999), que justifica su uso por tratarse de un modelo en el que es posible reunir un sinnúmero de elementos heterogéneos. Del mismo modo utiliza la teoría de rizoma de Deleuze & Guattari como referencia de la estructura de los fragmentos “*mailarteados*” que componen la investigación.

Gutiérrez Marx destaca las publicaciones que sirven de eje en su investigación. Además, traza un recorrido por la historia del arte correo partiendo de las primeras vanguardias hasta llegar a Fluxus, dedicando especial atención a Robert Filliou y Ray Johnson.

El último capítulo “*La hermanita bastarda de América profunda*” la investigadora traza, a partir de sus propias vivencias y experiencias, la historia del arte correo en Latinoamérica, destacando sus principales acontecimientos y publicaciones, convirtiéndola en una excelente referencia a los estudios posteriores.

4.2.7 Síntesis de la revisión de las investigaciones académicas

Tabla 5 - Síntesis del análisis de las investigaciones académicas	
Título de la investigación	Enfoques
<p><i>Arte Correo (Mail-Art), 1975-1985. El Atelier Bonanova como referencia</i></p> <p>Antonia Payero Barbero (España, 1993)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - datos: producciones del archivo Atelier Bonanova - sistematización y análisis del material - descripción de los modos operativos encontrados - ubicación del arte correo en el arte contemporáneo <p>*tesis centrada en la producción de arte correo</p>
<p>Mailart 1955 to 1995: Democratic Art As Social Sculpture</p> <p>Michael Lumb (Inglaterra, 1997)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - datos: publicaciones, exhibiciones y debates - entendimiento del arte correo como a partir del concepto de escultura social - el arte está en la interacción de los artistas (red) y no en los envíos <p>*tesina centrada en el desarrollo del arte correo y en los cambios sufridos en este proceso</p>
<p><i>Effects of the Internet on the Mail Art Network</i></p> <p>Medelyn Kim Starbuck (EEUU, 2003)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - datos: entrevistas y obras de artistas de diversas procedencias - aplicación de la teoría fundamentada (<i>Grounded Theory</i>) para el análisis de los datos <p>*tesis centrada en las percepciones y opiniones de los artistas correo</p>
<p><i>Todo lugar é possível: a rede de arte postal nos anos 70 e 80</i></p> <p>Andrea Paiva Nunes (Brasil, 2004)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - datos: entrevistas y obras de artistas brasileños - aplicación de la teoría del rizoma para la comprensión del funcionamiento de la red <p>*tesina centrada en la fundamentación teórica de los aspectos comunicativos y funcionales de la red</p>
<p><i>Topologie und Funktionsweise des Netzwerkes der Mail Art - Seine spezifische Bedeutung für Osteuropa von 1960 bis 1989</i></p> <p>Kornelia Röder (Alemania, 2006)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - datos: producciones, publicaciones y exhibiciones de artistas del Este Europeo - aplicación de la teoría de las redes y teoría del rizoma para la explicación del fenómeno <p>*tesis centrada en la descripción del desarrollo temporal y geográfico y de la funcionalidad de la red de arte correo en la Europa del Este</p>
<p><i>Artecorreo=artistas invisibles en la red postal (19975-1995)</i></p> <p>Graciela Gutiérrez Marx (Argentina, 2007)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - datos: archivo-biblioteca de la propia autora - modelo de investigación basado en el collage poético y en la teoría del rizoma <p>*tesina centrada en la escritura de la bio-bibliografía de la autora a partir de fragmentos "mailarteados"</p>

© Pianowski, 2011



Pese a la divergencia de abordajes en las investigaciones analizadas, se ha observado (tabla 5) que los escritos y entrevistas de los artistas han tenido mayor relevancia como fuentes de datos que las producciones. Además, cabe destacar el uso de la teoría del rizoma de Deleuze & Guattari(1997) por tres de las cinco investigaciones examinadas.

5. Conexión teórica: la red de arte correo

Your ideas help my ideas.
(Robert Rehfeldt, 1977)

El arte correo está basado sobre todo en la colaboración, de manera que las ideas de unos ayudan a las ideas de los otros, como bien ha señalado Rehfeldt. Bajo esta perspectiva se ha construido este apartado, puesto que las ideas de investigadores, filósofos y artistas son la ayuda para la comprensión de este fenómeno artístico-social llamado arte correo.

5.1 Conceptuando el arte correo: red sin inicio, ni fin

Según Osborne (2006), la utilización de diferentes medios de distribución de las proposiciones artísticas —como el fax, teléfono, correspondencia electrónica, vídeo, audio, correos etc.— estaba relacionado con la necesidad del arte conceptual de requerir la participación del público, con el fin de desafiar la percepción contemplativa de la obra y al mismo tiempo romper con las categorías convencionales del objeto de arte que derivaban en relaciones mercantiles. Rompiendo con los circuitos oficiales de las galerías y museos, el arte correo enuncia una nueva forma de circulación del trabajo artístico, que enfatiza sobre todo lo colectivo:

El intercambio de trabajos por la vía postal era práctica corriente entre los poetas desde los años cincuenta. Sin embargo, en el arte correo, el correo pasa a ser el soporte privilegiado del arte. Ahí no parece instructivo identificar aisladamente a cada artista, una vez que toda la red de comunicación, emisor-receptor, mensaje y soporte constituyen un sistema único. La figura del creador aislado a menudo se diluye. La producción es muchas veces colectiva y se compone del conjunto de los mensajes enviados y recibidos a través de los correos. (Freire, 1999, p. 76, traducido del original en portugués)

Walter Zanini reafirma el aspecto de colectividad y autonomía del arte correo, cuando sostiene que:

Artistas, en número considerable, rompiendo con el concepto tradicional de “obra”, alejándose de los esquemas de exposiciones oficiales y comerciales, desconfiados de la función de la crítica y como mínimo indiferentes a las revistas de arte dominantes –o sea, hostiles a todo el *status quo* que podría parecer indispensable a la carrera artística– pasaron a organizarse para enfrentar una situación completamente diferente, creando sus propias asociaciones, sus propios intercambios, sus propias publicaciones y seleccionando los locales para sus exhibiciones. Como se han dedicado a actividades paralelas, estos artistas se hicieron económicamente independientes de los mecanismos centralizadores del arte. (1985, p. 81, traducido del original en portugués)



Mientras tanto, el artista correo italiano Vittore Baroni, que ve el arte correo como un caos donde chocan perspectivas y egos diferentes y en lo que le corresponde a uno mismo gestionarlo según su propio grado de flexibilidad y tolerancia, dirige la atención a sus puntos débiles:

El arte correo también tiende a ser demasiado predecible, se organiza en nuevos círculos viciosos (invitación-exposición-catálogo) que sustituyen al antiguo (obra-distribuidor-coleccionista-museo). En el peor de los casos, los artistas correo explotan su asociación cooperativa con cientos de personas para “crear” su propio e ilusorio movimiento de arte, para encumbrar sus nombres o su “ismo” en la escalera de la fama. (1995, p.158) ¹⁸

Esa lectura demuestra el lado oscuro de las afirmaciones anteriores de Freire (1999) y Zanini (1985), es decir, llama la atención ante el hecho de que el carácter “colectivo” y “alternativo” del arte correo muchas veces, consciente o inconscientemente, igualmente reproduce en la misma medida el sistema tradicional de las artes. Baroni es el artista correo responsable de las críticas más duras acerca del movimiento, por lo tanto es interesante tener en cuenta su posicionamiento, dado que en la mayoría de los textos producidos por los otros artistas el arte correo es visto como una utopía, cuyas debilidades apenas son señaladas.

Pese a las contradicciones mencionadas, no hay más opción que asumir el arte correo como un modo alternativo de circulación de las proposiciones/ideas artísticas que ha enunciado la idea de red y que posteriormente, con la llegada de Internet, se convertiría en una cuestión especialmente relevante para la contemporaneidad. De manera que el arte correo no puede seguir al margen de la historia del arte y de la comunicación, como sostiene Kornelia Röder (2008):

Con su carácter internacional, interdisciplinario e intercultural, esta red ha sido ejemplar. Fue a la vez el diseñador, el iniciador y el motor de los cambios necesarios que afectan a toda la sociedad. Obligó a los temas de las nuevas estructuras y medios de comunicación a evolucionar globalmente y comenzó a dejar su huella en ellos. También ofreció oportunidades y estrategias para el desarrollo de alternativas a las estructuras vigentes en el arte y la sociedad. En vista de su papel pionero, la

.....
18 Original en inglés: Mail art also tends to become too predictable, organizing itself into new vicious circles (invitation-exhibition-catalogue) that substitute the old one (artwork-dealer-collector-museum). At their worst, mail artists exploit their association with hundreds of cooperative individuals to “create” their own illusory art movement, to push their name or “ism” up on the ladder to fame.

Red de Arte Correo ya no puede ser considerada como un fenómeno marginal en la historia del arte. (p. 252)¹⁹

En la década de los setenta, el arte correo llegó a ser considerado por algunos (muy pocos) críticos e historiadores de arte como uno de los grandes fenómenos de la vanguardia internacional, pero esto fue un momento efímero que no dejó grandes huellas en las publicaciones de historia del arte del siglo XX. Bajo esta perspectiva cabe resaltar, por ejemplo, la opinión de Walter Zanini (1985) —crítico e historiador de arte de gran importancia, especialmente en el contexto brasileño— de que la amplia actuación del arte correo posibilitaba para los nuevos lenguajes artísticos el desencadenamiento de situaciones comunicativas y estructurales, como por ejemplo la desobjetivación y el anonimato.

La experimentación y la explotación de nuevos medios, técnicas y circuitos de exhibición fueron fundamentales para el desarrollo del arte conceptual y, en especial, del arte correo. Como ejemplo de esta relación existe no sólo el propio correo, con su amplia accesibilidad y amplitud, sino también el uso de tecnologías recientes en aquel momento como la fotocopia que, por ejemplo, posibilitaba la reproducción en grandes cantidades de modo rápido y relativamente barato de las propuestas artísticas que posteriormente circularían en la red.

A principios de los noventa la tecnología digital empieza a utilizarse efectivamente en el ámbito artístico, floreciendo en la red de arte correo conjeturas acerca de las perspectivas del uso del fax, del ordenador y sobre todo de Internet. La aparición de los nuevos medios ha generado innumerables expectativas, casi siempre positivas y entusiastas, ya que eran pocos los que tenían una visión más escéptica o conservadora acerca del futuro de la red y su relación con ellos. El interés acerca de la relación de las nuevas tecnologías de comunicación y el arte correo fue tan importante para la red de artistas que en 1992 estos organizaron en más de 20 países alrededor de 180 sesiones para el “*Decentralized World-Wide Networker Congresses – NC92*” (Starbuck, 1993). Además, cabe destacar que

.....
19 Original en inglés: With its international, interdisciplinary and intercultural character, this Network was exemplary. It was once designer, initiator and motor for necessary changes affecting the whole of society. It was bound up with the issues of new structures and communication media in globally evolving processes and it began to leave its mark them. It also offered opportunities and strategies for developing alternatives to the prevailing structures in art and society. In view of its pioneering role, the Mail Art Network can no longer be considered a marginal phenomenon in art history.



un alto porcentaje de la producción bibliográfica relativa al arte correo producida en los años noventa está directamente relacionada con este tema.

Desde el surgimiento del término “*Eternal Network*”, acuñado por Robert Filliou en la década de los sesenta (Friedman, 1995a), se ha definido la red de arte correo como “un modelo utópico de la comunicación en expansión continua, que utiliza todas las formas y medios expresivos” (Padín, 1995, s.p.). En esta red como el medio postal es el más utilizado para los intercambios, su concepto será por lo tanto “sinónimo para los circuitos postales creativos” (Baroni, 1994).

En esta red cualquiera puede, con la mayor libertad, entrar o salir en cualquier momento, siendo este flujo continuo su movimiento vital. No hay un líder o una publicación central. Las listas de direcciones de los participantes son la alimentación de la red y actúan en su expansión, pues a través de ellas se amplían las posibilidades de contacto entre individuos que tienen los mismos intereses y no se conocen. La red no está formada por un único circuito y sí por innumerables circuitos que se entrecruzan y se relacionan de manera no-jerárquica.

El proceso estético del Network implica la acción de fuerzas dualistas: avanzar y retroceder, creación y destrucción, reorganización y recreación, unión y separación, recibir y dar (Welch, 1995). Este mismo autor define la naturaleza etérea, abierta y efímera de este proceso estético a través del acrónimo “n.e.o.n.i.c.s” (*networking, ethereal, open, new, inter-connection, communication, spirit*).²⁰

De acuerdo con Padín (1995), el arte correo se identifica como una formación artística que acentúa la comunicación y enfatiza el arte en cuanto producto de la comunicación, fruto del trabajo (*work*) y de la trama de relaciones entre los comunicadores unidos por la red (*net*). Es el circuito que les permite la conexión, como en una red de ordenadores, sin una central única, y en el cual cada *networker* (artista de la red) actúa como un punto de conexión y creación estética.

.....
²⁰ El término “n.e.o.n.i.c.s.” ha sido creado en 1989 por Chuck Welch y Marilyn R. Rosenberg. (Welch, 1995, p. xxi) y significa: red, etérea, abierta, nueva, interconexión, comunicación, espíritu.

5.1.1 Estructura rizomática

El concepto de rizoma propuesto por Deleuze & Guattari (1997), del mismo modo que el concepto de *network* defendido por Padín, sirve para entender el funcionamiento de la red de arte correo. Puesto que

... el rizoma conecta cualquier punto con otro punto cualquiera ... No está hecho de unidades, sino de dimensiones, o más bien de direcciones cambiantes. No tiene ni principio ni fin, siempre tiene un medio por el que crece y se desborda ..." (p. 25).

... un rizoma no empieza ni acaba, siempre está en el medio, entre las cosas, interser, *intermezzo*. El árbol es filiación, pero el rizoma tiene como tejido la conjunción "y...y... y..." (p. 29)

Además, los autores plantean que el rizoma tiene algunas características generales (p. 13-15 *passim*):

1º y 2º) principios de conexión y de heterogeneidad: cualquier punto del rizoma puede ser conectado con cualquier otro, y debe serlo;

3º) principio de multiplicidad: en un rizoma no hay puntos o posiciones como ocurre en una estructura, un árbol, una raíz. En un rizoma sólo hay líneas;

4º) principio de ruptura asignificante: un rizoma puede ser roto, interrumpido en cualquier parte, pero siempre recomienza según esta o aquella línea, y según otras;

5º y 6º) principios de cartografía y calcomanía: un rizoma no responde a ningún modelo estructural o generativo ... tiene múltiples entradas.

El arte correo también puede tener su funcionamiento pensado de manera respectiva a los principios planteados por los autores:

1º y 2º) Cualquiera puede entrar en el circuito de arte correo y comunicarse con otro cualquiera, de forma que se caracterizarán como puntos en una red, y es a través de la conexión de esos puntos que la red funciona;

3º) No hay una central o núcleo, sino innumerables redes que se interconectan, es decir, "múltiples, varias y simultáneas ideas circulan en las ramificaciones a partir de fragmentos, sumas, sustracciones, alteraciones que se forman y que configuran un lugar transitorio y un mensaje sin un autor y sin un destinatario – no existe uno y otro, y sí multiplicidad" (Nunes, 2004, p. 92);



4º) cuando algún punto de la red se interrumpe por el abandono del participante, interdicción de la obra o cualquier otro motivo, la red continua su flujo en otras direcciones;

5º y 6º) la red de arte correo está abierta a innumerables canales y su actuación es totalmente adaptable a los más distintos deseos de sus participantes. El arte correo se presenta como el utópico universo donde todo está permitido y donde cualquiera puede transitar libremente.

Como se ha podido observar, la teoría del rizoma de Deleuze & Guattari (1997) se ajusta a la interpretación de la red de arte correo, de modo que facilita a el entendimiento de su funcionamiento y a la comprensión de la filosofía que comparten los artistas y que sostiene su dinámica. Por estos motivos que en las investigaciones analizadas anteriormente esta teoría igualmente ha embasado los estudios, una vez que permite que la red de arte correo sea entendida como un sistema dinámico, múltiple y no-jerárquico, aspectos que igualmente son destacados por los estudios de los medios relativos al concepto de red.

5.1.2 Red distribuida

Aparte del concepto de rizoma también es interesante pensar en la red de arte correo bajo la perspectiva del estudio de lo medios a fin de profundizar la comprensión de su estructura y funcionamiento. En este sentido, el artículo intitulado “*Network*” de Alexander Galloway (2010) es bastante significativo porque hace una revisión histórica acerca del tema de las redes.

El autor destaca que la constitución de redes siempre ha existido, no siendo algo endémico a este siglo o al siglo pasado. Para el autor es la tendencia a asociar red y tecnología que nos lleva a considerar ese tema como algo reciente y, en cierto sentido, innovador. Sin embargo, lo que sí es interesante y novedoso es el entendimiento del funcionamiento de las redes a través del uso de los nuevos medios. Para Galloway, las redes son sistemas de interconectividad, entendidas como algo más que la simple agregación de las partes, puesto que que deben estar en constante relación. Por lo tanto, el punto importante que se ha de considerar en el estudio de las redes es el entendimiento de como los medios pueden afectar la interconectividad.

En el arte correo, la interconectividad ocurre a través del sistema postal que tiene en el tiempo de la incertidumbre y en el tiempo de la espera sus particularidades y ambigüedades. Esos tiempos, distintos y simultáneos, afectan al “*feedback*”, es decir, la realimentación y autoreflexión de la propia red en sentido pluridireccional.

El *feedback* es el elemento responsable de la dinámica y la vitalidad de una red, y en el caso particular del arte correo este aspecto está relacionado directamente con la intensidad de conexión, es decir, con la participación de cada artista en la red (cantidad de envíos, proyectos, exhibiciones, publicaciones etc.) y por lo tanto es sinónimo tanto de éxito como de calidad. Por lo tanto, es la intensidad de determinada presencia en la red lo que acaba estableciendo su reconocimiento.

Galloway presenta tres diferentes tipologías de redes: a) centralizada, b) descentralizada y c) distribuida (figura 10),²¹ que son útiles para entender la estructura de la red de arte correo.

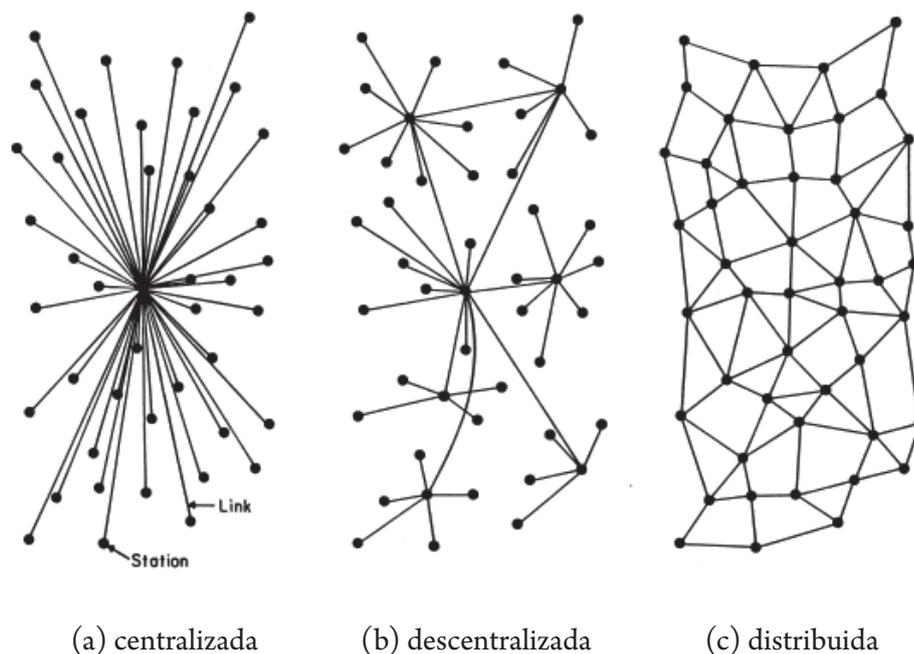


Figura 10 - Tipos de redes según Baran (1964, citado por Galloway, 2010, p. 289)

En el primer tipo, la red centralizada o estrella, existe un nudo central conectado a innumerables nudos periféricos. Esta tipología puede aplicarse a la primera fase del

21 Estas tipologías fueron descritas primeramente por Paul Baran en 1964 [Baran, Paul (1964). *On Distributed Communications*. Santa Monica, CA: RAND.] citado por Galloway (2010, p. 288-290).



arte correo, en la que la red estaba centralizada en la figura de Ray Johnson. En la red de Johnson, es decir, en su performance postal, todavía no había una preocupación con el *feedback*, de manera que gran parte de sus conexiones eran intencional y marcadamente unidireccionales, en las cuales el artista aparentemente no esperaba ningún tipo de retorno. A excepción de sus juegos de “adiciona y retorna” o “adiciona y repasa” en los cuales provocaba la respuesta. De esta manera, Johnson orquestaba sus envíos, manteniendo su red bajo control. Bajo esta perspectiva, la actuación postal de Johnson es más una performance particular del artista que hace uso del sistema postal que una actividad estrictamente relacionada a la red de arte correo.

Como afirma Ina Blom, “el arte de Ray Johnson *no* ha sido de manera sencilla y directa un modelo de lo que más tarde se conocería como arte correo. De hecho, en cierto sentido su trabajo *no ha sido en absoluto un arte del sistema postal* (2007, p. 6, grifo de la autora).”²² Pese a esta consideración, la ambigüedad de la performance postal de Johnson entre simultáneamente invitar y vetar la participación, es sin duda una referencia fundamental para el entendimiento del arte correo.

El segundo tipo, conocido como red descentralizada en la cual se combinan innumerables subredes centralizadas, es el modelo que la historia del arte que prioriza la producción individual y está ideológicamente atada a los intereses económicos utiliza para entender los movimientos colectivos como el arte correo. En esta tipología, no hay uno, sino múltiples centros, que para dicha historia corresponderían a los artistas “reconocibles” o “reconocidos”, es decir, aquellos que de alguna manera pueden ser o son institucionalizados y, por lo tanto, cotizados en el mercado de arte.

Pese a esa tipología, en términos pragmáticos, ser útil a la comprensión de la estructura de la red, por destacar los centros y facilitar la historización de los hechos, ella ideológicamente está reafirmando las jerarquías que el arte correo condena porque enmarca distinciones entre centro y periferia, artista reconocido y no-reconocido etc. Por lo tanto, aplicar este modelo de red a propuestas de colectivismo —como es el caso del arte correo— es mantener el concepto de aura, cuyo centro es el artista, considerado bueno o importante, y la periferia el desconocido, el malo y desechable.

.....
²² Original en inglés: “Ray Johnson’s art was *not* in a simple and direct way a model for what was later going to be known as mail art. In fact, in a certain sense his work was *not an art of the postal system at all.*”

La tipología más adecuada para el entendimiento de la red de arte correo es, por lo tanto, la llamada red distribuida; una tipología que genera nuevas y robustas estructuras de organización. Esta tipología se establece en concordancia con el concepto de rizoma, es decir, se distribuye de manera horizontal, múltiple y sin jerarquías. En esta red todos los nudos están interconectados y no pasan por ninguna especie de núcleo, de modo que desaparece la diferencia entre centro y periferia y con esto también se borran las posibilidades de control sobre lo que circula. Las rupturas o ausencias temporales de algunos nudos no generan desconexión entre los demás.

Con el fin de profundizar en la comprensión de la estructura y facilitar la historización de la red de arte correo es necesario añadir algunas particularidades que son útiles para su comprensión. En este sentido, se puede pensar la red de arte correo como una red de tipología distribuida que tiene dos tipos de nudos: fuertes y débiles (figura 11). Los nudos fuertes son los artistas correo que tuvieron o tienen una intensa actividad en la red y los nudos frágiles son los artistas correo ocasionales. Esta categorización no tiene ninguna relación con calidad o importancia, solamente está vinculada a la intensidad de la conexión, es decir, lo que determina si un nudo es fuerte o débil es la capacidad de *feedback* de cada artista y eso puede ser cuantificado: número de producciones, publicaciones, proyectos etc.

Esos nudos pueden generar a la vez dos niveles de conexión, robusta y frágil. La intensidad de conexión puede ser particularmente útil en el análisis de la red de arte correo, porque es necesario pensar esa red como una red de redes, por lo tanto a través de esa distinción es posible aislar esas subredes, que en términos concretos se materializan en los archivos particulares de cada artista.

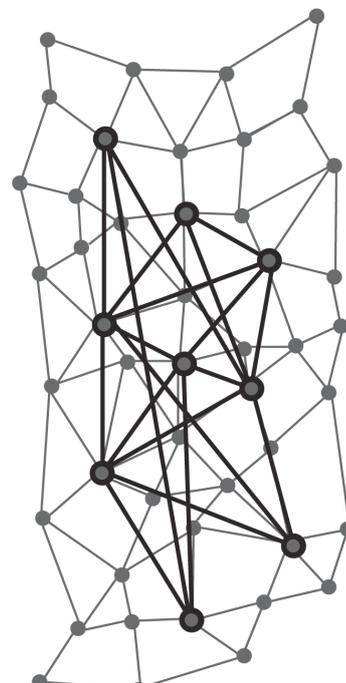


Figura 11 - Red de tipología distribuida aplicada a la red de arte correo, las partes más oscuras representan los artistas con una mayor intensidad de comunicación e intercambio.



5.2 Táctica colectiva

Con sus bases fundadas en la *Eternal network* de Filliou, la red de arte correo puede ser considerada una comunidad utópica de artistas libres del individualismo y de la competitividad, que inciden directamente en la vida, en lo cotidiano, abriendo una nueva era en la que el flujo de trabajos va del diálogo y del intercambio hacia la colaboración y el trabajo en equipo permitiendo que se realicen trabajos conjuntos. Esto es lo que ilumina e instiga a los artistas postales a continuar y a los nuevos a unirse a la idea.

De acuerdo con Michael Lumb (1997), el arte correo no sólo puede y debe ser entendido como una actividad democrática sino también incuestionablemente como una actividad social, puesto que la intrincada red de relaciones es siempre más importante que el producto artístico que circula por ella.

Craig Saper (2001) utiliza el término *sociopoetic* (socio-poética) para describir las producciones artísticas que utilizan de las situaciones sociales o de las redes sociales como soporte, es decir, en las que el aspecto social es intrínseco al aspecto estético/poético. En su estudio plantea que el análisis de este tipo de obras debe superar el mero contexto informativo y buscar la comprensión de cómo los artistas manejan o enmarcan esas situaciones.

Sin embargo, la red es una estructura colectiva “ausente” y su acción se establece en el tránsito de la información, de modo que su presencia solamente puede ser “presupuesta y constatada por sus efectos” (Trivinho, 1998, p. 17). Esta ausencia-presencia, permite que el arte correo entre discretamente en los intersticios de lo cotidiano y pase a formar parte de la vida misma de sus implicados.

La ausencia de un lugar propio y la inexistencia de un centro de poder también posibilita entender el arte correo a través del concepto de táctica postulado por Michel de Certeau y del mismo modo se puede decir que el arte correo:

Aprovecha las «ocasiones» y depende de ellas, sin base donde acumular los beneficios, aumentar lo propio y prever las salidas. No guarda lo que gana. Este lugar le permite, sin duda, la movilidad, pero con una docilidad respecto a los azares del tiempo, para coger al vuelo las posibilidades que ofrece el momento. Necesita utilizar, vigilante, los fallos que las coyunturas particulares abren en la vigilancia del poder propietario. Caza furtivamente. Crea sorpresas. Le resulta posible estar allí donde no se le espera. Es astuta. (2000, p. 43)

A través del arte correo, por lo tanto, los artistas entran en las casas de los unos y de los otros, se interrelacionan e intercambian ideas, obras, deseos, en fin, se comunican infiltrándose en las fisuras del sistema, trazando una cartografía propia, evitando el gran circuito del arte y al mismo tiempo aprovechando la ocasión para crear su propio lenguaje. En ella hay un franco diálogo entre productor y consumidor, siendo los propios artistas quienes consumen el arte correo.

El arte correo exalta el valor de una comunicación plural y multilateral, uniendo compromiso crítico y creación dinámica (Arenazas, 1994). Es un proceso cíclico, no cerrado en sí mismo, en la medida en que se comunica con otras manifestaciones, no sólo artísticas sino también sociales, y que permite en cualquier momento la entrada/salida de los eslabones de esta corriente. Como afirma Gianne Broi:

El arte correo es, en sí mismo, “otro” tipo de sociedad comparado como el mayor del marco social, es “otro” sistema comparado como el mayor del sistema artístico que la vanguardia no fue capaz de imitar; es un factor de perturbación, un foco de resistencia no controlado. Desde que el arte correo existe, tenemos un concreto punto de vista de referencia, real y no utópico, contra toda tendencia de globalización en el campo de la creatividad artística. (2000, s.p.)

Galloway (2010) destaca que las redes tienen el potencial de desjerarquizar, desorganizar y disolver las estructuras rígidas de todas las variedades. De este modo, la red de arte correo actúa como una línea de fuga, desterritorializada, fragmentada y molecular,²³ resistiendo a las estrategias mercantiles y jerárquicas del sistema del arte, sus galerías y sus museos.

El arte correo igualmente asume una esencia micropolítica, porque trabaja con identidades locales y plurales en la realización de sus proyectos. Está hecha de pequeñas historias que parten desde dentro de un sobre y cuando entran en la casa de cada uno recuperan lo íntimo del ser humano. Al mismo tiempo que se conocen los nombres de los participantes, en verdad son todos anónimos.

.....
23 Sobre lo molecular opuesto a lo molar, la definición viene de Deleuze & Guattari (1997, p. 218): “Toda sociedad, pero también todo individuo, están, pues, atravesados por las dos segmentariedades a la vez: una molar y otra molecular. Si se distinguen es porque no tienen los mismos términos, ni las mismas relaciones, ni la misma naturaleza, ni el mismo tipo de multiplicidad. Y si son inseparables es porque coexisten, pasan la una a la otra, según figuras diferentes como entre los primitivos o entre nosotros – pero siempre en preposición la una con la otra –. En resumen, todo es política pero toda política es a la vez macropolítica y micropolítica.”



Asimismo no deja de ser política, porque, como afirma Deleuze & Guattari, “todo es política” (1997, p. 218), este tipo de artista muchas veces se obsesiona con los fragmentos de realidad política de su país o de su barrio y, en este sentido, tiene la red de arte correo como un lugar libre y posible para ejercer su resistencia e interferencia como táctica para la inclusión directa de la política en el arte.

De acuerdo con David Cole (1995) es el “localismo” lo que hace del arte correo un acto político en sí mismo. El autor comprende el arte correo como un subtexto, es decir, como un movimiento estético que mezcla los significados de los medios públicos con las historias privadas y afirma que la contribución del artista correo está justamente en el acto de expandir y compartir de sus percepciones y experiencias en la red. Vista bajo este ángulo, la posición política no está necesariamente en el contenido, pero sí en las tácticas y prácticas, en las formas de distribución y de circulación del arte.

Según Hal Foster (2001a), es apenas como práctica de resistencia y de interferencia que lo político en el arte occidental puede ser aprehendido en nuestros días. Así, la red también se configura como un espacio para la información, la protesta y la denuncia (Bruscky, 1981), especialmente en momentos de fuerte represión como en las dictaduras o en circunstancias bélicas, oponiéndose irónicamente, en la mayoría de las ocasiones, a los grandes discursos ideológicos. En ese sentido, la red de arte correo ha tenido un particular desarrollo en los países que se encontraban bajo sistemas totalitarios como en Latinoamérica o en el Este Europeo.

Mientras que en Latinoamérica la red ha servido como un canal para comunicar la situación política represora que asolaba determinados países, como Brasil, Argentina o Uruguay; en el Este Europeo ha funcionado más como un medio de intercambio cultural que como una plataforma de denuncia, convirtiéndose efectivamente en un vehículo social. De forma que el arte correo abría la posibilidad para cada uno de los networkers de tener una red personalizada para desarrollar concretamente sus intereses y proyectos personales, para encaminar un diálogo sobre una base igualitaria con otros artistas distantes que vivían en diferentes realidades socioculturales (Baroni, 1994).

La red para los artistas del Este, por lo tanto, era el espacio donde podían interactuar culturalmente con el occidente, conociendo y haciéndose conocer. Como afirma el artista correo polaco Pawel Petasz:

La red de arte correo fue útil como una brecha para pasar la información a través del Telón de Acero. El arte correo en sí mismo probablemente tuvo poco efecto en la ruptura de la opresión comunista. Sin embargo, en un sentido más amplio el arte correo ayudó a liberar a los artistas polacos de un sentimiento de rechazo por el resto del mundo. (1995, p. 92)²⁴

Para Belén Gache, la utilización en la década de los sesenta del correo como un medio táctico en el ámbito del arte está relacionada con la apropiación de los medios de comunicación por las manifestaciones artísticas del período, una vez que “la vocación de armar redes y de comunicar eran centrales para la cultura de esa época” (2005, p. 15), puesto que muchos de los trabajos de los artistas conceptuales utilizaban las redes de circulación de bienes y servicios como soporte y con eso hacían “visible la propia noción de red y de circuito, abstracta e invisible por definición” (Freire, 2005, p. 154, traducido del original en portugués). Coincide también con los estudios de Marshall McLuhan y Abraham Moles sobre la comunicación en la sociedad de consumo:

El primero enuncia su famosa frase “*The medium is the message*” (el medio es el mensaje), implicando que, mientras que, a nivel consciente, el ciudadano común puede conectarse con el contenido de un mensaje, a nivel inconsciente sólo se conecta con el medio en el que el mismo es transmitido. Es en este nivel inconsciente que la sociedad de consumo condiciona sus mensajes, anestesiando toda posible distancia crítica del público. Para Moles, el segundo de estos teóricos, existen, por su parte, dos tipos de comunicación: la interpersonal y la difusión, siendo esta última la predominante en las sociedades de consumo. En la década de los sesenta, la sociedad comienza a verse como un complejo sistema de intercambio de información y mensajes. Dentro de este sistema, la problemática de los mensajes artísticos merecía una serie de estudios particulares. (Gache, 2005, p. 18)

Esas teorías han apoyado tanto a los artistas conceptuales, como más específicamente a los artistas correo que intentaban romper con el flujo unidireccional emisor-receptor de los medios de comunicación de masa, a través de la participación activa del espectador en la obra, socializando la autoría y diluyendo las fronteras que separan artista y público. Dentro de esta perspectiva la democratización, la constante búsqueda de sistemas alternativos y el rechazo del capitalismo económico serán los ideales de la red, que tiene como objetivo el establecerse como un sistema abierto, inclusivo, al margen del mundo del arte convencional y libre de las reglas de mercado impuestas por el sistema capitalista.

.....
24 Original en inglés: The mail art network was useful, however, as one of many information holes punched through the Iron Curtain. Mail art itself probably had little effect in breaking down Communist oppression. In a larger sense, however, mail art helped to free Polish artists from a feeling of rejection by others in the world.



Para muchos artistas correo la naturaleza democrática de la red implicaría cambios y reestructuraciones sociales, configurándose como una alternativa genuina al orden establecido (Crane, 1984b). Por lo tanto, es posible observar que los ideales que alimentan la red son suficientemente utópicos como para que no puedan cumplirse, sin embargo será ese espíritu transformador e igualitario el responsable de la supervivencia de este fenómeno artístico en el transcurso de tantos años y del establecimiento de puntos de contacto entre personas de contextos geopolíticos y socio-culturales tan distintos.

El arte correo es un conjunto de estéticas diferentes que tienen en el correo oficial su canal de expresión, apropiándose de su burocracia de modo subversivo para configurarlo en una red alternativa de intercambio de mensajes artísticos. Saper (2001) denomina como “*intimate bureaucracies*” (burocracias íntimas) los usos poéticos de los símbolos burocráticos. Para este autor los poetas y artistas cambian el tono de las imágenes burocráticas, subvirtiendo sus significados.

El funcionamiento del arte correo como una red subversiva de comunicación, sumado al contexto social del período, propició que la misma, así como el Fluxus y el Situacionismo, adoptara una “actitud crítica tendente al desvelamiento de las condiciones opresivas y absurdas impuestas por el medio social” (Gache, 2005, p. 16). Según Gache, sería el propio contexto represor de las dictaduras el que posibilitó el surgimiento del arte correo en América Latina, puesto que afirma que “el arte correo surge como una actividad conectada a la resistencia contra la represión política y cultural que convulsionaba el continente, en las décadas de los sesenta y setenta” (2005, p. 42).

Según Freire (1999), el arte correo en los países latinoamericanos y del Este Europeo significó una aceleración y una apertura de contenidos artísticos que emergían fuera de estos países. Además de esto, permitió un intercambio de informaciones ético-estéticas, que en el contexto represor de las dictaduras sirvió como una eficaz táctica subversiva que se articulaba, muchas veces, a través de contenidos eminentemente políticos.

La situación de represión social y restricciones políticas para John Held (s.f.) no sólo hizo que el arte correo asumiera un papel político-ideológico sino que también ha significado una gran calidad en las producciones enviadas desde mediados de los setenta, una vez que para este artista/teórico muchos de los trabajos más interesantes que recibió en dicho período eran oriundos de Europa Oriental o de América Latina, donde el arte no

sólo reflejaba la realidad sino que impulsaba a los artistas a buscar tácticas creativas para despistar la censura. En este sentido, Held cita como ejemplo los envíos de Pawel Petasz, que sin importar cuál fuera su contenido, eran para él un acontecimiento, debido a su gran calidad ético-estética.

El correo se convertía entonces en un vehículo altamente eficaz para la transmisión de mensajes subversivos debido a la dificultad de llevar un control efectivo sobre el enorme flujo diario de correspondencias enviadas o recibidas. Por ejemplo, durante la Primera Guerra Mundial, cuando las restricciones de censura fueron impuestas a la correspondencia entre estados europeos, la postal se convirtió en un medio práctico para comunicaciones cifradas.

Posteriormente, como forma de burlar la censura de los regímenes dictatoriales, muchos artistas postales también criptografiaban sus mensajes, utilizando la poesía visual como un modo eficiente de transmisión de mensajes subversivos, de manera que en el contexto latinoamericano: “el arte correo se convirtió así en un valioso móvil de comunicación con el resto del mundo. Sellos, estampillas y slogans, insertados en los correos regulares, denunciaban las situaciones de opresión, tortura y vejámenes que aquí se vivían” (Gache, 2005, p. 17).

Edgardo Vigo, poeta y artista postal pionero en Argentina y con intensa actividad en la red, produjo una enorme cantidad de obras relacionadas a los derechos humanos. Su propio hijo fue una de las víctimas de la dictadura, teniendo presente su nombre en la inmensa lista de desaparecidos. En el período de 1977 hasta 1983, Vigo se junta a Graciela Gutiérrez Marx, concibiendo y produciendo colectivamente una serie de ediciones marginales, poesías visuales, gráficas alternativas, xilografías, declaraciones y plataformas poético-políticas que eran enviadas sistemáticamente por la vía postal a diferentes partes del mundo.

También con una activa actuación político-ideológica dentro de la red, algunos artistas postales fueron encarcelados por el hecho de que organizaron polémicas exposiciones internacionales o por que utilizaron sus envíos como forma de denuncia y protesta, incomodando a la censura de los gobiernos represores, conforme describe Paulo Bruscky:

Al margen de los problemas causados por la burocracia ultrapasada de los correos, existen, casi que exclusivamente en América Latina, las dificultades con la censura, que cerró, minutos después de



su apertura, la II Exposición Internacional de Arte Correo, realizada el día 27 de agosto de 1976, en el vestíbulo del Edificio Sede de los Correos de Recife (Brasil), organización que patrocinó la muestra. Esta exposición, que contó con la participación de veintiún países y tres mil trabajos, sólo llegó a ser vista por algunas decenas de personas y, además de la exposición, los artistas-correo brasileños Paulo Bruscky y Daniel Santiago, organizadores del evento, fueron llevados a prisión durante tres días, mientras los trabajos sólo fueron liberados después de un mes y, aparte de los daños, varias piezas de artistas brasileños y extranjeros se quedaron retenidas hasta día de hoy. El otro hecho absurdo ocurrido dentro de las “represiones culturales” en América Latina fue la detención, por parte del gobierno del Uruguay, de los artistas correo Clemente Padín y Jorge Caraballo desde 1977 hasta 1982. En abril de 1981, el artista correo Jesús Galdamez Escobar fue secuestrado por la fuerza militar dictatorial de El Salvador y se libró de ser asesinado porque consiguió huir y exiliarse en México. Es siempre así, los que pretenden ser “dueños de la cultura” siempre intentan imponer sus métodos. (Bruscky, 1985a, p. 77, traducido del original en portugués por Susana Pereira)



Figura 12 - Julien Blaine, revista *L'Echo de Doc(k)s*, n.1, dos trabajos publicados acerca del aprisionamiento de Clemente Padín y Jorge Caraballo. Izquierda: Romano Peli, sin título, Italia, 1978. Derecha: Jonier Marin, *Padín/Caraballo*, Colombia, 1978.

Por el hecho de que la red del arte correo se vinculase muchas veces a movimientos sociales como los comités de Amnistía Internacional, muchas prisiones fueron denunciadas por esta vía, presionando a los gobiernos dictadores y ocasionando, en algunos casos, la liberación de los presos antes del período sentenciado. Clemente Padín (2007), por ejemplo, atribuye a la intensa y continuada movilización por parte de cientos de artistas solidarios (figura 12) su liberación dos años y tres meses antes del tiempo previsto por la sentencia.

Mientras algunos artistas correo latinoamericanos estaban altamente comprometidos con las cuestiones de carácter político-ideológico, otros utilizaban del arte correo bajo una influencia internacionalista centrándose más en cuestiones de tipo artístico.

Bajo esta perspectiva, Liliana Porter (2005) —una de las artistas correo argentinas pioneras en el continente sudamericano— en su relato sobre sus experiencias postales, destaca como principal interés de su producción en el período citado, el concepto de arte como idea, en la tentativa de evitar la producción de objetos comercializables, rompiendo

con el sistema de galerías de arte, de modo que la artista no hace ninguna mención explícita a preocupaciones de carácter político-ideológico.²⁵

Otra táctica, destacada por Gache, es el uso de seudónimos o el uso de nombres colectivos. La autora remite estas prácticas a los nombres de combate usados como tácticas revolucionarias. El uso de seudónimos como búsqueda de anonimato no es novedad en el medio artístico, Duchamp, por ejemplo, utilizó seudónimos en más de una ocasión, firmando obras como R.Mutt o Rose Sélavy. Por detrás de esta práctica, además de haber una crítica “a la defensa de la pretendida propiedad de las ideas sostenida por la sociedad capitalista y a la noción de copyright” (Gache, 2005, p. 21), existe también, debido al contexto político represor, la intención de mantener a los autores invisibles y, por lo tanto, fuera de control.

En un principio los nombres múltiples habían sido creados para ser utilizados por todos aquellos que se identificasen con él, aumentando el anonimato y rompiendo totalmente con la cuestión de la autoría. Sin embargo, luego esto no ha funcionado exactamente como lo habían planeado y muchos de los nombres múltiples acabaron por estar explícitamente vinculados a personas específicas.

Stewart Home (2002) apunta como polémica la cuestión del uso de los nombres múltiples en el contexto del arte correo, una vez que para él:

Pronto hicieron aparición dos facciones en disputa acerca del modo de usar los nombres. Una de ellas insistía en que debía haber una completa identificación con el nombre usado, mientras que la otra sostenía que esta opción conduciría a que se sobreidentificara estos nombres con determinados individuos y que, por ello, lo correcto sería una separación clara entre la identidad personal y el uso del concepto. Esta discusión aún está pendiente de resolución y ha llevado a abiertas hostilidades entre usuarios de una misma identidad múltiple. (p. 158)

De todos modos, varios nombres múltiples funcionaron con éxito en el ámbito del arte correo como, por ejemplo: Klaos Oldenburg (anagrama de la estación de radio Oslo Kalundberg que a la vez parodiaba el nombre del famoso artista pop Claes Oldenburg), Monty Cantsin (asociado a Istvan Kantor), Karen Eliot (asociado a Stewart Home) o Luther Blisset (colectivo).

.....
²⁵ Esta observación alerta respecto del uso de etiquetas generalizantes que pueden resultar en estereotipos y limitaciones de lectura, como ya ha sido mencionado en la primera parte de este capítulo.



5.3 Terminología

Los artistas utilizan varios términos para nombrar el arte que emplea los envíos postales como principal soporte. Edgard Plunkett y Ray Johnson utilizaron, en 1962-63, “*New York Correspondence School*” como primer término para definir el arte correo. El artista correo Guy Bleus (citado por Held, 1995a), destaca también *flux-post*, *mailings* y *correspondence (art)* como los primeros términos utilizados para definir las actividades del arte correo. El último, *correspondence art*, fue utilizado en 1972 por el crítico Thomas Albright en *Rolling Stone Magazine* en la publicación de los artículos “*New Art School: correspondence*” (1972a) y “*Correspondence*” (1972b), importante referencia en la historia del arte correo por tratarse de los primeros artículos publicados acerca del tema en los medios convencionales no especializados, en los cuales, además, el autor publica nombres y direcciones de artistas postales incentivando la participación de sus lectores.

Sin embargo, sería sólo a partir de la década de los setenta —con la publicación del libro “*Mail Art: communication a distance concept*” de Jean-Marc Poinot (1971) y del artículo “*An authentik and historikal discourse on the phenomenon of Mail Art*” de David Zack en *Art in America* (1973)— que el término *mail art* aparecería de manera contundente.

A pesar de *mail art* ser la grafía más común, el término también puede aparecer escrito todo junto “*mailart*” o con guión “*mail-art*”. Como en inglés *mail art* puede sonar como “*male art*” (arte masculino), artistas de índole más feminista, como Honoria (Starbuck, 2003), prefieren el término *correspondence art* para evitar esta clase de confusiones.

Guy Bleus (1984), que suele utilizar *Mail-Art* en mayúsculas y con guión, apunta varios sinónimos para el término: *post art*, *postal art*, *art-mail*, *correspondence art*, destacando también los usos regionales como *arte postale* (Italia), *post-kunst* (Alemania y Países Bajos), *sztuka poczty* (Polonia), *art postale* (Francia), y *arte correo* o *arte postal* (España, América del Sur y México). Mientras tanto, en Brasil el término más utilizado es *arte postal*, pero algunos artistas, como Paulo Bruscky,²⁶ prefieren el término *arte por correspondência*.

.....
²⁶ Paulo Bruscky, comunicación personal, 20 de abril de 2007.

A finales de los sesenta/inicio de los setenta otro término importante asociado al arte correo es “*Eternal Network*”, concepto creado por Robert Filliou y que innumerables artistas correos se apropiarán para designar la red. Sus derivaciones como *netwoker* para designar a los artistas y *networking* o *network* para la red también serán ampliamente empleadas.

Esto empieza a ocurrir principalmente a partir de los ochenta, debido a la influencia en el arte correo no sólo de los avances tecnológicos en el ámbito de la comunicación telemática, sino también porque el propio concepto de red como una intrincada trama de relaciones interpersonales pasa a ser sobrevalorado en el período, que se llena de propuestas, bajo los conceptos de congresos y de turismo del suizo Hans Ruedi Fricker, para el encuentro personal y físico de los artistas postales.

Bajo esta perspectiva Baroni (1995b) afirma que el propio término “arte correo” no es suficiente, puesto que es muy reduccionista y a la vez frustrante limitar la posibilidades de la comunicación e intercambio a un gueto altamente especializado de productores de tarjetas postales y sellos de goma. El autor utiliza el término E.O.N – Ethereal Open Network (una variación de n.e.o.n.i.c.s) a fin de ampliar su campo de actuación e incluir todos los tipos de redes alternativas en él. Es interesante observar la metáfora gráfica que Baroni hace de esta cuestión (figura 13), transformado el *networking* en un árbol, en el cuál el arte correo corresponde solamente a una de sus hojas.



Figura 13 - Vittore Baroni, *Networking tree*, 1982, Ilustración para *Arte Postale!*, n.63



Aparte de los términos mencionados anteriormente, hay todavía otra nomenclatura asociada al arte correo que aparece con menos frecuencia: *envois*, *stamp-art*, *postcard*, *letter art*, *junk mail*, entre otras. Esta diversidad terminológica es, probablemente, fruto de la inmensa cantidad de artistas de diferentes culturas involucrados en la red y también de la libertad presente en la misma, toda vez que cada es libre para traer sus aportaciones personales y escribir su propia historia.

Cabe destacar la diferenciación terminológica que algunos autores como Ken Friedman (1995b), por ejemplo, hace entre arte por correspondencia (*correspondence art*) y arte correo (*mail art*). Para este autor la primera es una comunicación recíproca o interactiva mientras que la segunda es una comunicación unidireccional, enviada sin necesidad de respuesta.

Entretanto, Ulises Carrion (1984), resalta que en el término “*mail art*”, la palabra “*mail*” puede ser sustituida por muchas otras palabras como: multiplicidad, conveniencia, distribución etc.; mientras que la palabra “*art*” está ahí para decir arte y nada más.

En el presente estudio, los términos elegidos para la redacción del texto son arte correo, arte postal o mail art, debido a su predominancia en la bibliografía estudiada, sin embargo no hay en esta opción la distinción destacada arriba por Friedman, o sea, aquí su uso se refiere a las múltiples posibilidades de comunicación, sean ellas recíprocas, unidireccionales o de otra forma. Lo que sí delimita el campo del presente estudio es la utilización del correo como principal medio de transmisión/distribución de las propuestas artísticas y la idea de conexión a través de una red social de artistas.

3 MARCO HISTÓRICO: antecedentes, orígenes, fases y dispositivos

6. Arte correo en la historia	133
6.1 El medio es el mensaje: el correo	133
6.2 Vanguardias históricas y arte correo	137
6.3 Neovanguardias y arte correo	149
7. Historia del arte correo	161
7.1 Giro postal: cómo, cuándo y por qué la correspondencia entre artistas se convierte en arte correo	162
7.2 Cada cosa a su tiempo: las diferentes fases del arte correo	176
8. Práctica múltiple: lo que circula en la red	187
8.1 Ideología utópica	188
8.2 Dialéctica de los medios	190



La práctica de intercambiar cartas es bastante antigua, sin embargo, los correos tal y como los conocemos actualmente son algo más reciente. Su creación a mediados del siglo XIX provocó un cambio en la comunicación interpersonal de la sociedad, puesto que a partir de entonces la comunicación epistolar se ha vuelto algo mucho más rutinario. Los artistas y poetas, como actores de su propio tiempo se han apropiado de este medio de las más diversas maneras. Este apartado se plantea como una retrospectiva histórica que pretende rastrear las diferentes prácticas artísticas relacionadas con el uso del sistema postal.

Por lo tanto, en la primera parte, “Arte correo en la historia”, se ha trazado un recorrido entre las relaciones histórico-artísticas de las vanguardias del siglo XX y del arte correo, asumiéndolas como antecedentes de esta práctica. Entretanto, como en todas las prácticas artísticas aquí abordadas, el sistema postal es parte intrínseca de su estructura, de manera que esta indisoluble relación provoca que el medio (el correo) también sea el mensaje. Igualmente se presenta, a modo de introducción, un breve historial de este medio de comunicación.

En la segunda parte, “Historia del arte correo”, se exponen los orígenes del arte correo a partir de tres puntos de inicio: Fluxus, Ray Johnson y Robert Filliou. También se delimitan las diferentes fases que han conformado la historia del arte correo en estas cinco décadas de existencia.

En la tercera y última parte, “Práctica múltiple: lo que circula en la red” se presentan los diferentes dispositivos utilizados por los artistas correo.

6. Arte correo en la historia

*There was a time without Mail-Art
There will be a time without it.
(Guy Bleus, 1995)*

6.1 El medio es el mensaje: el correo

La necesidad de comunicación del hombre creó el correo. La fecha exacta de este hecho es desconocida (Ibirico, 1995), sin embargo, es sabido que el arte de escribir cartas tiene una historia bastante antigua. La necesidad de proteger el territorio hizo que por muchos siglos el servicio de mensajes estuviera vinculado a las actividades militares y fuera ampliamente utilizado por reyes, emperadores, gobernantes o señores feudales en las más distintas regiones del planeta. Para algunos historiadores los sumerios asumen el protagonismo de la escritura de las primeras correspondencias en escritura cuneiforme que datan aproximadamente de 3.500 a.C., mientras que el primer sistema postal organizado a través de mensajeros sería establecido por los egipcios en 2.200 a.C.

Persia también figura entre las sociedades protagonistas en la historia del correo, pues se cree que, alrededor del 530 a.C., el correo persa funcionaba a través de un servicio de mensajeros con numerosos puestos, donde los mensajes se pasaban de uno a otro, hasta llegar al puesto de destino. Los historiadores también citan a las antiguas China y Grecia, así como a los Imperios Azteca e Inca, como sociedades en las que el servicio de mensajería tuvo un gran desarrollo y uso. Pero, sería bajo el Imperio Romano, con sus innumerables carreteras y uso de carruajes de tracción animal, cuando se consolidaría el sistema postal como un servicio de rapidez en la entrega de mensajes y como una ampliación del acceso a estos servicios por parte de los ciudadanos.

La caída del Imperio se llevó consigo este desarrollado sistema postal, de manera que la correspondencia sólo volvería a estar otra vez en boga en Occidente en la época medieval, pero aquí los envíos, que seguían un modelo diferente al romano, volverían a estar vinculados al poder, restringiéndose a los reyes, a la Corte y a la Iglesia.

Con las grandes navegaciones el servicio de mensajería tomaría de nuevo un puesto de gran relevancia, dado que era a través de las cartas de los descubridores que los reinos podían enterarse de sus logros y luego mantener el control de las colonias a través de una correspondencia continua con las mismas. En un principio, el total de estos envíos



se componían casi exclusivamente de mensajes oficiales, puesto que la popularización no llegaría hasta el siglo XVI, cuando surge la posibilidad del transporte de envíos privados en un ámbito más amplio.

El primer monopolio de correos perteneció a la familia Thurn und Taxis que, a partir de 1520, estableció durante más de tres siglos un servicio postal que conectaba a prácticamente toda Europa. Las regiones que no estaban bajo ese monopolio tenían sistemas distintos de envíos que funcionaban según las normas oficiales de cada país. El alto coste, la irregularidad y la lentitud del servicio provocaron muchas insatisfacciones en los usuarios, que desembocaron en el surgimiento de organizaciones clandestinas que ofrecían el servicio postal de manera más económica, rápida y eficiente.



Figura 14 - Primer sello postal del mundo, *Penny Black*, Inglaterra, 1840.

Como forma de minimizar estos problemas y en la tentativa de unificar su sistema, Inglaterra, a través del proyecto idealizado por Rowland Hill, revolucionó el envío de las correspondencias. Su propuesta establecía que las tarifas pagadas por los usuarios fueran confirmadas por medio de un comprobante fijado en la correspondencia, de forma que en 1840 fueron vendidos los primeros sellos postales. Este nuevo sistema provocó un incremento de los envíos ya en su primer año de utilización, puesto que pasaron de los 78 millones en 1839 a los 170 millones en 1840. El primer sello postal emitido en el mundo fue el famoso “*Penny Black*” de Inglaterra (figura 14). Brasil, con la creación de la serie “*Olho-de-boi*” (figura 15) en 1843, fue el segundo país del mundo en emitir sellos postales.

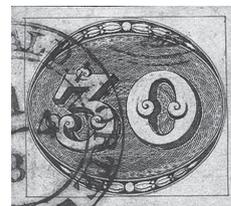


Figura 15 - Segundo sello postal, *Olho-de-boi*, Brasil, 1843.

En 1867, junto con el fin del monopolio Thurn und Taxis, llegaron los acuerdos internacionales y las mejoras de los medios de transportes —principalmente con el desarrollo del sistema ferroviario y marítimo— que permitieron un servicio postal más rápido y eficiente.

Uno de los acuerdos a ser destacado fue la “*Universal Postal Union*” (UPU), que supuso la expansión y unificación del servicio en varios países de Europa, Norteamérica y África. La creación de la UPU en 1874 coincidió con los grandes cambios sociales y culturales vividos principalmente por Europa y América, es decir, surge justo en el

momento de la migración de las zonas rurales a los centros industriales y urbanos, de la expansión colonial y del inicio del turismo de masas. El resultado de este sincronismo espacio-temporal fue el aumento considerable en la práctica de enviar y recibir cartas a nivel mundial.

La admisión de la circulación de tarjetas postales de franqueo reducido tendría lugar en 1869 con la creación de la postal del gobierno vienés “*Correspondenz-Karte*” (figura 16), es decir, en la línea de los importantes cambios administrativos sufridos por el sistema postal.



Figura 16 - Ejemplo del modelo de la primera postal, *Correspondenz-Karte*, Austria, 1869.

Sin embargo, sería sólo a partir de 1902, muy probablemente por la popularización y abaratamiento de los servicios gráficos, que las tarjetas postales pasaron a ser impresas tal y como las conocemos tradicionalmente, es decir, un lado con la imagen y el otro lado dividido en dos partes idénticas (“*divided back*”),²⁷ con el espacio de la izquierda para el mensaje y el de la derecha para la dirección y los sellos (Baroni, 2005a). Una particularidad fundamental y revolucionaria del nuevo medio, destacada por Vittore Baroni (2005), fue el hecho de que los mensajes y las imágenes empezaron a viajar “destapados”, con sus contenidos expuestos, sin ninguna preocupación con la privacidad de los emisores y receptores.

Entonces, a principios del siglo XX con la popularización del nuevo medio abundaron las postales de paisajes, retratos, temas satírico, político y/o erótico etc., de manera que “durante el siglo pasado la tarjeta postal se convirtió en el medio de comunicación más utilizado para la transmisión de mensajes cortos por el correo” (Sousa, 1995). Desde entonces, este formato se ha convertido en un soporte para muchos artistas, sobre todo al potenciar, en su reversibilidad, el juego poético entre imagen y palabra.

En el arte correo la tarjeta postal es, quizás, uno de los elementos más utilizados, sin embargo, no es el único, una vez que en este arte sucede el intercambio postal de materiales artísticos en sus más variados formatos.

²⁷ En 1902, Inglaterra sería el primero país en tener las tarjetas postales con el reverso dividido.



Los impulsores del arte correo tal como lo conocemos fueron Ray Johnson y algunos artistas Fluxus. La creación de “*New York Correspondance School of Art*” (NYCS) por Ray Johnson en 1962, es considerado el marco formal del surgimiento de la red de arte correo. Sin embargo, anteriormente a esta “oficialización”, muchos artistas ya hacían uso

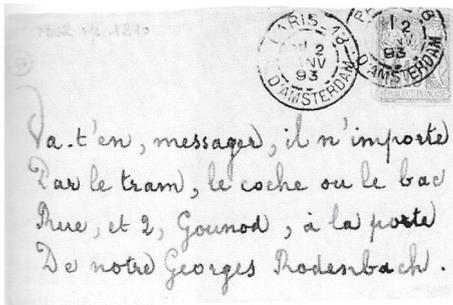


Figura 17 - Stéphane Mallarmé, sobre con la dirección en forma de un cuarteto poético, 1893.

del sistema postal de manera particular, como por ejemplo, los sobres de Stéphane Mallarmé (figura 17) —en los que el poeta escribió la dirección de los destinatarios en cuartetos poéticos, contando con la buena voluntad de los carteros para que fuesen descifrados— o las famosas cartas de Vincent Van Gogh (figura 18), “la más fascinante correspondencia de

artista que se conoce” (Jansen, 2006, p.5).

Artistas internacionalmente reconocidos como Marcel Duchamp, Kurt Schwitters, Max Ernst, Francis Picabia, entre otros, son frecuentemente citados como ejemplos de productores “ocasionales” de arte correo. No obstante, para la investigadora Elisabeth Heuer (2008) el uso del sistema postal por el arte moderno no ha sido una ocurrencia incidental sino que ha asumido tanta importancia, que ha estado a punto de resultar un género artístico particular. Visto bajo la óptica de Heuer, muchas de las experiencias postales de las vanguardias artísticas del siglo XX no son, por lo tanto, simples referencias que sirven para ilustrar la historia del arte correo sino que asumen el destacado papel de precursoras de este fenómeno artístico.

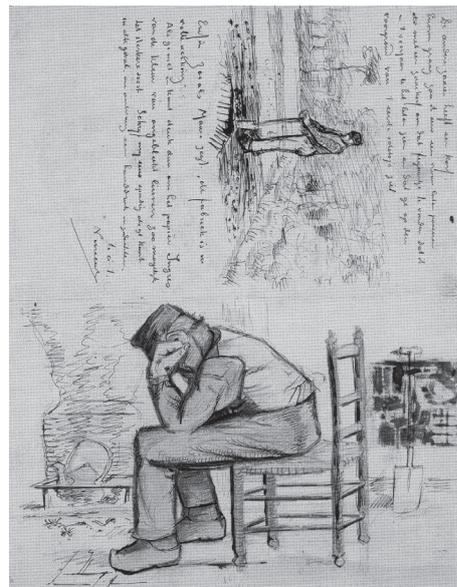


Figura 18 - Vicent Van Gogh, carta a Theo, Etten, mediados de septiembre de 1881.

Entretanto, cabe destacar que la inexistencia de una red de artistas es una notable diferencia en el estado de las cosas antes y después de la iniciativa de Ray Johnson. El concepto de “*Eternal Network*” de Robert Filliou es, por lo tanto, no sólo fundamental en el desarrollo del arte correo sino clave para su entendimiento, de manera que, y pese a las dificultades de dar una definición exacta, este arte puede ser comprendido como

todo material o información artística que entra en esta red y que tiene en la interacción su principal función.

6.2 Vanguardias históricas y arte correo

Como se ha dicho anteriormente, las prácticas artísticas durante la primera mitad del siglo XX fueron decisivas para el surgimiento del arte correo en la década de los sesenta. Bajo esta perspectiva, no sólo es importante trazar un contexto histórico de estos movimientos con la finalidad de destacar las evidentes conexiones que mantienen con la producción del arte correo, sino que también es necesario comprender por qué el sistema postal, entre otros medios, entra de forma contundente en el universo artístico.

De acuerdo con Peter Bürger (2009), las vanguardias, en especial las vanguardias históricas,²⁸ atacan los conceptos burgueses de institución arte (contenido esencial de las obras) y de autonomía del arte (separación del arte de la praxis cotidiana), cuestionando el funcionamiento del arte en la sociedad, tanto en relación a su efecto como a su contenido. Para esto, las vanguardias rompieron con el concepto tradicional de “obra orgánica”, creando “obras no-orgánicas”, es decir, sus producciones se muestran como un montaje, un artefacto, son reproducciones y reproducibles, dan nuevos significados a los materiales, se apropian de los medios disponibles y con eso disuelven la posibilidad de un estilo de época y borran el aura.

Es interesante hacer notar que con respecto al uso de los medios, Bürger afirma que sólo con la vanguardia el medio artístico se vuelve cognoscible en su generalidad. Sin embargo, pese a concordar en líneas generales con Walter Benjamin (1994) respecto a la pérdida del aura en la era de la reproductibilidad técnica, para él las nuevas tecnologías no son una excusa con respecto a la aparición de la vanguardia y atribuye a la intención

.....
28 El término “vanguardias históricas” fue acuñado en 1974 por Peter Bürger en su libro “Teoría de la vanguardia” y se aplica fundamentalmente al dadaísmo, al surrealismo y a la vanguardia rusa. Para el autor, pese a sus diferencias, esos movimientos comparten la ruptura con la tradición y sus manifestaciones se dirigen contra la institución arte conformada por la burguesía. Este término no sólo es usado para destacar el radicalismo de las intenciones de los movimientos citados, diferenciándolos de los demás movimientos también entendidos como de vanguardias como el cubismo o el futurismo, sino que también sirve para enmarcar la diferencia en respecto a las neovanguardias de los 50 y 60, que para el autor fracasaron en la propuesta vanguardista y por lo tanto no pueden estar bajo una misma categoría.



consciente de los artistas, y no a las innovaciones técnicas, la responsabilidad por la transformación del carácter general del arte.

Andreas Huyssen (2006), sin embargo, llama la atención acerca de la tendencia general en admitir la influencia de la tecnología en la transformación radical de la vida cotidiana del siglo XX pero no en el arte. En este sentido Huyssen, que desarrolla y profundiza las ideas planteadas por Walter Benjamin, redimensiona la teoría de Bürger, puesto que destaca la importancia que la tecnología tuvo en la emergencia de la vanguardia no sólo en el imaginario de los artistas (dinamismo, culto a la máquina, belleza de la técnica, posiciones productivistas y constructivistas) sino también en sus procedimientos (collage, montaje, *ready-made*). Para Huyssen, el uso de la tecnología por parte de las vanguardias, tanto la manera de liberarla de sus aspectos instrumentales, como de atacar las nociones burguesas de tecnología como progreso y del arte entendido como algo “natural”, “autónomo” y “orgánico”.

Bajo esa perspectiva, muchos de los medios disponibles y cotidianos pasan a interesar a las vanguardias a través de una apropiación iconoclasta, anárquica, crítica y perturbadora. En este amplio abanico de posibilidades el sistema postal, ya bastante popularizado en aquel momento, también se presenta como un potente medio a la producción artística de vanguardia.

6.2.1 Futurismo

Fue a través de un manifiesto literario escrito en 1909 por el italiano Filippo Tomaso Marinetti (1876-1944) que este movimiento, autodenominándose, nació. Como una oda a lo moderno, el futurismo apareció oponiéndose a la tradición, a los valores y a las instituciones consagradas por el tiempo. Todo el rol de novedades que irrumpían en el nuevo siglo como la velocidad, la energía mecánica, la tecnología, la metrópoli etc. se convirtió en su fuente de inspiración.

A través de esta vanguardia artística se instaura la búsqueda por un arte más intelectual, en que las teorías y las ideas empiezan a tener tanta o más importancia que el propio objeto artístico. Es, por lo tanto, a partir del futurismo que la idea empieza a anteponerse al estilo. Como afirma el historiador de arte Giulio Carlo Argan,

El futurismo italiano es el primero movimiento que se puede llamar de vanguardia. Se entiende, con este término, un movimiento que invierte un interés ideológico en el arte, preparando y anunciando deliberadamente una subversión radical de la cultura y hasta de las costumbres sociales, negando en bloque todo el pasado y sustituyendo la investigación metódica por una osada experimentación el orden estilístico y técnico. (1998, p. 30, traducido del original en portugués)

Los futuristas italianos con el fin de subvertir el tradicional academicismo del arte, buscan —en su incansable experimentación— apropiarse de los elementos de lo cotidiano como soporte para sus ideas. En este contexto, la tarjeta postal, que en aquel entonces empezaba a popularizarse, se presenta como un potente medio para la creación artística innovadora, puesto que, como afirma Giovanni Lista,

La comunicación postal también ha sido un campo en el que el futurismo ha mostrado su activa determinación por actualizar el estatus de la semiótica y estética de cada práctica social. El sistema postal permitió a los futuristas determinar el destinatario del acto estético, lo que confiere a sus creaciones un carácter relacional y privado. (2001, p. 158)²⁹

El uso de la tarjeta postal por los futuristas italianos se convierte, por lo tanto, en un medio no-convencional de expresión, exhibición, intercambio y circulación del arte visual (Lista, 1979; Scudiero, 1986). De esta manera, algunos de sus miembros son los primeros en convertir explícitamente en artístico, el acto de corresponderse.

Mientras Fortunato Depero utilizó las postales para publicidad y autopromoción, Giacomo Balla hizo intervenciones gráficas en postales turísticas (figura 19).



Figura 19 - Giacomo Balla, dibujo sobre tarjeta postal del Movimiento futurista enviada a F.T. Marinetti, n.d.

.....
 29 Original en inglés: Postal communication was also a field where Futurism actively displayed its determination to update the semiotic and esthetic status of every single social practice. The postal institution allowed the Futurists to target the address of the esthetic act, thus conferring on their creations a relational, private character.



Ivo Pannaggi, creó los “collages postales” (figura 20), combinando la dirección del destinatario con fotografías, elementos gráficos, sellos, recortes de papeles etc.. Estos collages eran después “completados” con los sellos y etiquetas oficiales de los correos.

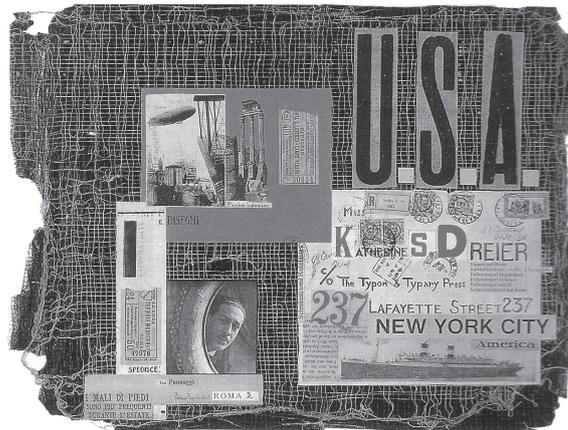


Figura 20 - Ivo Pannaggi, *Collage postal*, 1926 – remitida a Katherine Dreier el 16/10/1926.

6.2.2 Dadaísmo

En oposición a los ideales burgueses, el dadaísmo se hizo “antiarte”, destruyéndose para sobrevivir, siguiendo el lema anarquista de Mikhail Bakunin: “la destrucción es también creación” (citado por Corredor-Matheos & Miracle, 1979, p. 102).

El propio nombre “Dadá” nació de la contestación. Una de las versiones de su aparición es que el mismo se dio con la ayuda del azar: se trata de una palabra escogida al hojear un diccionario alemán-francés y que se refiere al primer sonido emitido por un niño.

El movimiento surgió, en 1916, en un “centro de entretenimiento” de Zúrich denominado *Cabaret Voltaire*, donde artistas y poetas se manifestaban bajo el incentivo del filósofo y poeta Hugo Ball, su fundador. Sin embargo, fue Tristán Tzara —al crear, organizar, editar y distribuir la revista “*Dada*”— el responsable de su continuidad y expansión.

El dadaísmo se manifestó mucho más como una filosofía de vida —que se oponía a gran parte de los valores de la sociedad burguesa— que como un simple movimiento de arte. En sus manifiestos negaban la familia, el pudor sexual, la religión, la razón, la lógica, la tradición y las jerarquías sociales. Atacaban explícita y escandalosamente esos valores con producciones juguetonas y provocativas, en las que se apropiaban artísticamente de elementos del cotidiano, elementos no convencionales en el ámbito de las artes visuales.

Artistas de distintos países compartieron las ideas dadaístas, de manera que ha sido un “movimiento esencialmente internacional” (Ades, 1991, p. 82). Ese carácter, asociado a su irreverencia y a la búsqueda de nuevos medios y soportes, ha encontrado en el sistema postal y en sus elementos un recurso lleno de posibilidades expresivas. En este sentido, la tarjeta postal ha sido utilizada en numerosas ocasiones por los dadaístas, siendo Marcel Duchamp y Kurt Schwitters los artistas que poseen registros más evidentes de esta práctica.

Ciertamente, es Marcel Duchamp uno de los precedentes más importantes del arte correo, porque él fue el instaurador de un nuevo pensar/actuar sobre el arte. Como afirma Argan,

Probablemente la obra de Duchamp alquímica por excelencia sea toda su vida, que sirve de modelo para todas las nuevas vanguardias de la segunda posguerra, del neodadá a las experiencias de recuperación del cuerpo como expresión artística, en la intención de hacer coincidir arte y vida. (1998, p. 661, traducido del original en portugués)

Duchamp creía en la idea de la autonomía y no-superioridad del artista como creador, promocionando un arte hecho de subjetividades y singularidades poéticas, desvinculado de la habilidad manual y de la imposición de estilos. Desde esta posición, Duchamp creó los revolucionarios *ready-mades*: objetos cotidianos transformados en objetos artísticos a partir de la elección del artista, que pasaban a tener la exclusiva función de desorientar al observador en relación a lo que era o no arte. De esta forma, no sólo consiguió liberar al arte de la función de representar a la naturaleza sino que, además, le otorgó la posibilidad de hablar de sí mismo como una construcción cultural. De este modo, Duchamp instaura un nuevo paradigma, de carácter más epistemológico, en el cual el pensar y actuar artístico ya no están enfocados en el objeto de arte y si en el objeto del arte.

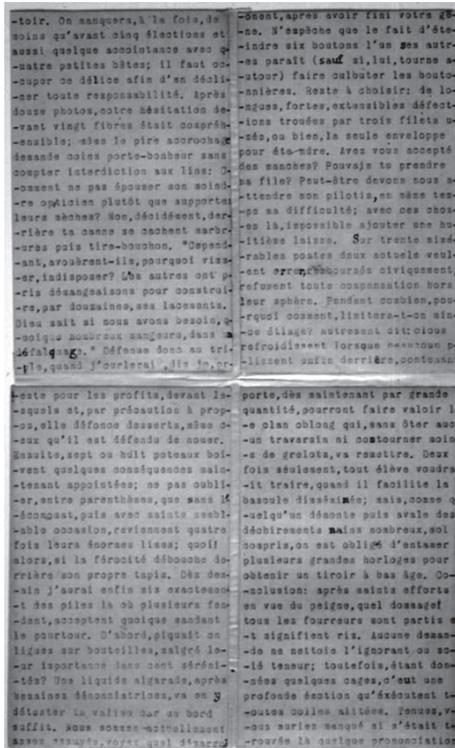


Figura 21 - Marcel Duchamp, *Rendez-vous dimanche 6 février 1916 à 1h 3/4 de 1'm après-midi*, 1916, texto mecanografiado sobre 4 tarjetas postales.

a sus vecinos Mr. y Mrs. Arenberg (33 west 67th Street) en 1916. El texto cifrado del artista en estas postales discurre sobre el “*Gran Verre*” y, según Poinot (1971), mantiene la ambigua relación de comprensión que está presente en toda su obra.

El contenido del mensaje probablemente sería mucho más comprensible si fuera transmitido oralmente, pero Duchamp justamente juega con el significado de la comunicación epistolar. Este conjunto de postales es considerado la primera producción artística que subvierte explícitamente el uso habitual del sistema postal.

Otra importante conexión de Duchamp con el arte correo es su *ready-made* “*L.H.O.O.Q.*” (1919) (figura 22). Una tarjeta postal con la reproducción de la obra “*La Gioconda*” (1502) de Leonardo da Vinci en la que el artista interviene dibujando bigote y barbilla. Debajo de la imagen escribe *L.H.O.O.Q.*, iniciales que

A partir de entonces el arte pasa a estar contextualizado, rompiendo con la autonomía formalista —desvinculándose de los lenguajes tradicionales, como la pintura y la escultura— para realizarse a través de los más diferentes medios y materiales. Esta nueva praxis artística conducirá al afán del experimentalismo de las manifestaciones artísticas subsecuentes.

La atención de Duchamp respecto a todas las posibilidades ofrecidas por lo cotidiano para la producción artística hizo de él uno de los precursores del arte correo. Su obra *Rendez-vous dimanche 6 février 1916 à 1h 3/4 de 1'm après-midi* (figura 21) es un ejemplo en este sentido: Duchamp mecanografió sobre cuatro tarjetas postales un texto sin inicio ni fin y sin respetar las reglas de separación silábica, de modo que el mismo es prácticamente ilegible, las unió con cinta adhesiva y las envió



Figura 22
Marcel Duchamp,
L.H.O.O.Q., 1919,
tarjeta postal con
interferencias del artista.

leídas en francés suenan como “*elle a chaud au cul*”, que en traducción literal al español significa “ella tiene el culo caliente”.

La vulgarización y apropiación de este icono de la pintura por el artista conduce al planteamiento de cuestiones importantes en el desarrollo del arte, puesto que pone en evidencia no sólo la ruptura con la tradición y negación del arte establecido históricamente por la “genialidad” del artista sino que cuestiona el propio concepto de autoría y autenticidad, una vez que la intervención de Duchamp transforma una reproducción de otro en un original suyo. Además, el artista subvierte la censura por el uso de un mensaje codificado.

El “*L.H.O.O.Q.*” es, no sólo por la forma y medio utilizados sino también por las cuestiones planteadas, una referencia muy importante en el desarrollo del arte correo.

Otro artista fundamental para el encaminamiento del arte correo es Kurt Schwitters. Este artista —que se posicionaba contra el arte con A mayúscula (Gombrich, 1993)— fue un excéntrico de su tiempo. Su actitud de rechazo a los materiales tradicionales en favor de materiales “menos nobles”, como billetes usados de autobuses, estampillas, tapones, trapos, botones, pedazos de cartas, recortes de periódicos etc. lo aproximó a la práctica dadaísta. Sin embargo, él no aceptaba la negación estética de estos y por ello no fue acogido en el Club Dadá. Como consecuencia Schwitters creó su “movimiento” artístico personal: el *Merz*. Según el propio artista (citado por Chipp, 1996), la palabra “*merz*” iba adquiriendo significado a medida que él la utilizaba. Corredor-Matheos & Miracle (1979) sugieren que esta palabra proviene de la deconstrucción de *Kommerz* con la intención de indicar la imposibilidad comercial de su obra. Cabe destacar que la no comercialización del arte es una de las ideas más defendidas por los artistas postales.

Para Schwitters (citado por Argan, 1998), la obra es únicamente el lugar donde terminan y se incrustan las cosas más heterogéneas. Bajo este enfoque construye sus *collages* y *assemblages*. Él recoge todo lo que ya no sirve para la sociedad de consumo y junta, sin lógica aparente, pedazos de diferentes vivencias, reconstruyendo la intrincada trama de la existencia. Así, construye su obra más importante, el “*Merzbau*”, escultura-arquitectura de yeso, que escondía en sus cavidades recuerdos de su vida. Esta obra inspira a muchos artistas que hacen uso de “retales de la existencia” para componer sus obras postales y comunicarse con el mundo afectuosamente.



Las interferencias y los collages en (figura 23) o con (figura 24) tarjetas postales así como el uso de sellos de goma (figura 25) o sellos postales son algunas de las relaciones directas de la obra de Schwitters con el arte correo, puesto que estas experimentaciones serán ampliamente utilizadas por los artistas de la red.

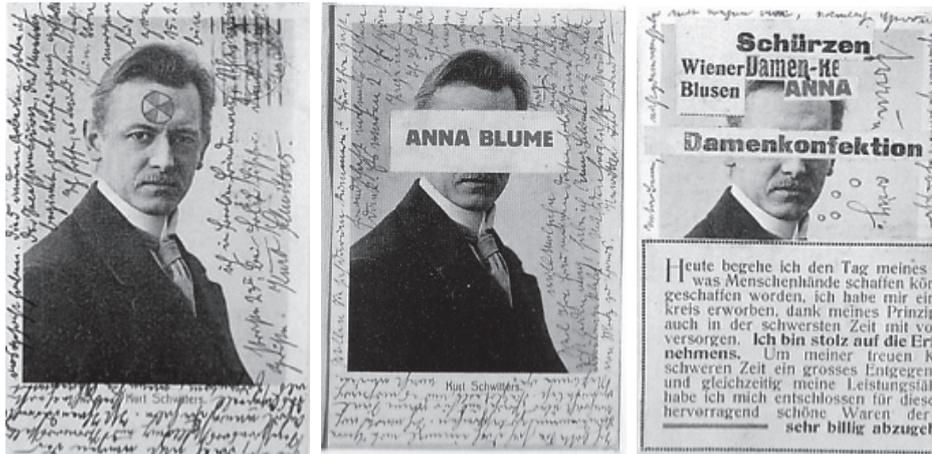


Figura 23 - Kurt Schwitters, sin título, interferencias en tarjetas postales enviadas a Walter Dexel el 5/03/1921, 27/05/1921 y 4/11/1921, respectivamente.



Figura 24 - Kurt Schwitters, *Collage Merz 133*, 1922, collage realizada con tarjetas postales.

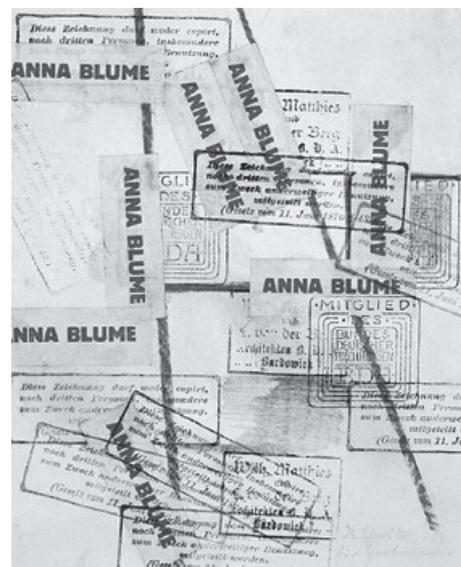


Figura 25 - Kurt Schwitters, *Anna Blume*, 1922, poema visual creado a partir de timbres.

El Dadá por su objetivo de aproximar arte y vida y por su espíritu contestatario y juguetón, es quizás la más importante referencia para los artistas correo, que lo mencionan constantemente en sus textos y envíos, como nombre de revistas o seudónimos. Para

muchos artistas correo como el alemán Klaus Groh (1984, p. 75), la relación entre arte correo y Dadá es explícita:³⁰

Mail art es arte dadá!
Mail art es barato como dadá.
Mail art es no vendible como dadá.
Mail art es explosivo como dadá.
Mail art es fácil de hacer como dadá.
Mail art es siempre nuevo como dadá.
Mail art es para todos como dadá.
Mail art es arte vida como dadá.

6.2.3 Surrealismo

Es a partir de su primer manifiesto, escrito por André Breton en 1924, que el surrealismo se establece como movimiento artístico independiente, puesto que inicialmente sus actividades se mezclaban en gran medida con las dadaístas. No obstante, el surrealismo, al contrario del dadaísmo, acepta abiertamente la existencia del arte y recupera la realidad figurada (Corredor-Matheos & Miracle, 1979). De este modo, como afirma Ades (1991), devuelve al artista su razón de ser a la vez que no impone un nuevo conjunto de reglas estéticas.

Las estrategias adoptadas por los surrealistas —pautadas en el rescate del inconsciente y de la intuición— eran principalmente el automatismo y el registro de los sueños, sin preocupaciones de orden moral o estética, en la tentativa de eliminar todo control ejercido por la razón.

El surrealismo vino a ejercer una profunda influencia en el modo de hacer arte de sus sucesores, pues “su énfasis en la colectividad y en la ruptura de la distinción entre lo privado y lo público, el artista y el espectador, derivaría en otros modos de hacer arte” (Bradley, 1999, p. 73, traducido del original en portugués).

El arte correo es un ejemplo de práctica artística que se ha amparado en estos ideales surrealistas, puesto que la colaboración y el colectivismo igualmente asumen una importancia crucial en la red, manteniéndose un intercambio permanente entre lo

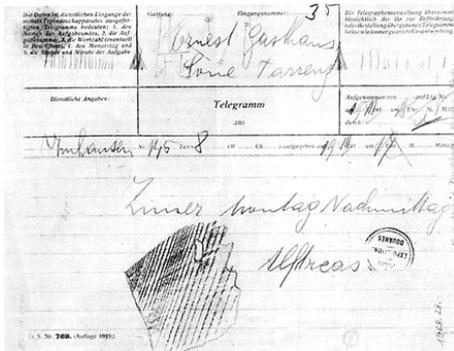
.....
30 Original en inglés: Mail art is dada art! /Mail art is cheap like dada. /Mail art is not purchasable like dada. /Mail art is explosive like dada. /Mail art is easy to do like dada./Mail art is always new like dada./ Mail art is for everyone like dada. /Mail art is life art like dada.



poético y lo pictórico. De la misma forma, también se busca la ruptura con las jerarquías del medio artístico, que posibilite un espacio de expresión tanto a artistas renombrados como a creadores anónimos.

Cabe destacar, además, que los surrealistas también han sido enfáticos utilizadores del sistema postal, como lo ha apuntado Elizabeth Heuer:

Desde finales de 1920 hasta principios de 1960 los surrealistas entablaron un largo diálogo con el correo. Roland Penrose, Marx Ernest, Joan Miró y Jindřich Štyrský incorporaron a su práctica la postal efímera, tal como las tarjetas postales, sellos de goma, sellos postales, sobres y cartas. Paul y Gala Éluard, René Char, Georges Sadoul, Penrose, Salvador Dalí, André Breton, Pablo Picasso, Adonis Kyrou y Miró fueron entusiastas coleccionistas de postales populares. (Heuer, 2008, p. 1)³¹



Max Ernst es uno de los artistas que ha realizado innumerables obras de carácter surrealista. A pesar de no haberse quedado limitado al movimiento surrealista, muchos de los ideales del mismo fueron fundamentales en la consolidación de su trayectoria artística.

Max Ernst es uno de los artistas que ha realizado innumerables obras de carácter surrealista. A pesar de no haberse quedado limitado al movimiento surrealista, muchos de los ideales del mismo fueron fundamentales en la consolidación de su trayectoria artística.

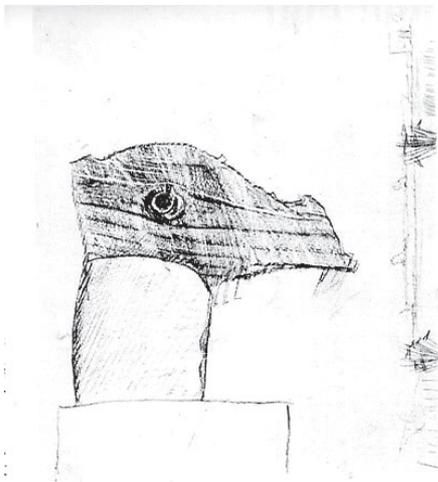


Figura 26 - Max Ernst, *frottage* sobre telegrama dirigido a Ernst desde el Valle del Ötzn el 19/07/1921. Respectivamente anverso y reverso.

Ernst fue un artista inquieto que buscó constantemente cambiar sus imágenes y técnicas. Bajo esta perspectiva, él hizo un uso particular de la técnica del collage yendo más allá de la simple yuxtaposición de imágenes para ponerlas en conflicto. Inicialmente, este artista procuró juntar imágenes dispares de tal manera que lograsen crear una nueva imagen tan “real” como las anteriores, para posteriormente desarrollar su técnica en la dirección de la “pintura de collage”.

31 Original en inglés: From the late 1920s to the early 1960s the surrealists engaged in a longstanding dialogue with the mail. Roland Penrose, Marx Ernest, Joan Miró and Jindřich Štyrský incorporated postal ephemera, such as postcards, stamps, letters seals, envelopes, and letters. Paul and Gala Éluard, René Char, Georges Sadoul, Penrose, Salvador Dalí, André Breton, Pablo Picasso, Adonis Kyrou, and Miró were enthusiastic collectors of popular postcards.

En 1925, bajo la influencia de la búsqueda de los surrealistas por el equivalente visual de la “escritura automática”, Ernst redescubre las técnicas del *frottage* —que consiste en colocar papel sobre una superficie y fregarla con grafito— del *grottage* —que consiste en aplicar varias capas de tinta de diferentes tonalidades sobre una superficie que después será raspada para revelar los tonos más claros— y del *drapping* —técnica del gotear tinta sobre una superficie.

Una constante en Ernst es su adhesión inmaculada a la independencia artística y a la libertad de expresión, de manera que perdura como una fuerte e influyente figura de las artes visuales del siglo pasado. En relación al arte correo la obra de Ernst, “*Frottage sobre telegrama*”, (figura 26) es un referente directo.

Cabe destacar que algunos de los surrealistas eran también ávidos coleccionistas de postales, como Paul Éluard, que aprovecha para publicar en la revista *Minotaure* una muestra de su colección bajo el título “*Les plus belles cartes postales*” (figura 27).

El culto por la tarjeta postal se demuestra también en “*La carte surréaliste*”, una colección de 21 postales editada por George Hugnet en 1937. En esta colección se encuentran reproducciones de trabajos de artistas como Marcel Duchamp —el primero de la serie (figura 28)—, André Breton, Max Ernst, Man Ray, René Magritte, Salvador Dalí, Antoni Miró, Dora Maar y del propio Georges Hugnet.

Otra influencia del surrealismo en el arte correo han sido la de sus juegos colectivos. De entre todos ellos, él que ha resultado en una significativa producción, tanto verbal como visual procedente del continuo intercambio entre lo poético y lo pictórico,



Figura 27 - Paul Éluard, *Les plus belles cartes postales*, publicadas en el número 3-4 de la revista *Minotaure*, 1933.

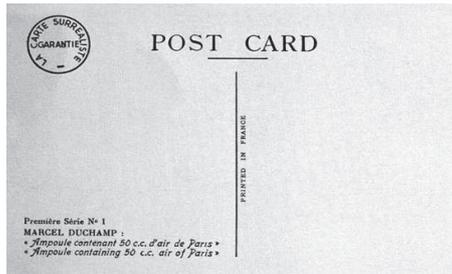
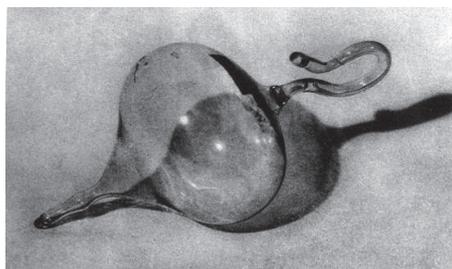


Figura 28 - Marcel Duchamp, *Ampolla conteniendo 50 cc del aire de París*, tarjeta postal n.º 1 de la primera serie *La Carte surréaliste*.



ha sido el llamado juego del “*cadavre exquis*”. Como afirma Breton, éste representaba un infalible medio para enviar el pensamiento crítico de vacaciones y liberar totalmente la actividad metafórica de la mente (citado por Matthews, 1986). El juego surgió, según el propio Breton (1948), alrededor de 1925, en la vieja casa del aficionado por el jazz y el cine Marcel Duhamel, local de reunión del pintor Yves Tanguy y de los poetas Jacques Prévert y Benjamin Péret.

En un principio, este juego era practicado en la forma verbal y su primer resultado —“*le cadavre exquis boira le vin nouveau*”— se transformó en el clásico ejemplo que le dio nombre. El procedimiento era bastante simple, según Tristán Tzara (1948). La receta para su realización consistía en coger una hoja de papel y plegarla el número de veces que correspondiera al número de participantes, para entonces escribir, cada uno en su turno, lo que le pasaba por la cabeza sin leer lo que antes habían hecho sus compañeros. Pese a la espontaneidad que instigaba el juego había una secuencia rígida que debía ser respetada —sustantivo-adjetivo o adverbio-verbo-sustantivo— con el fin de obtener un mínimo de coherencia sintáctica en el resultado final, pues de acuerdo con Simone Collinet (1948) los resultados totalmente absurdos e incoherentes acaban en la basura.

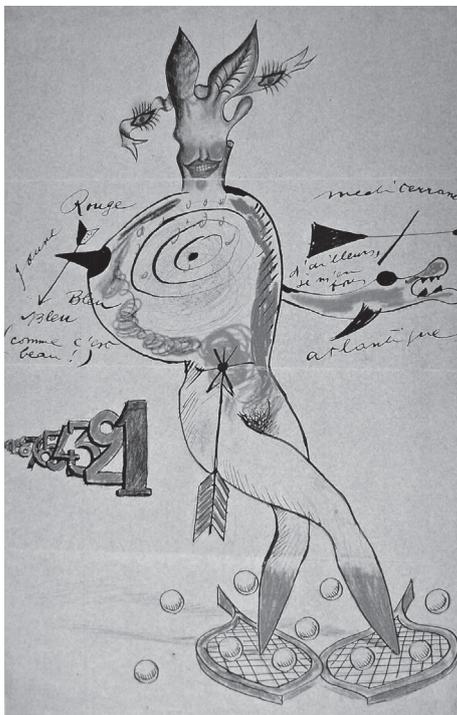


Figura 29 - Joan Miró, Yves Tanguy, Man Ray, Max Morise, *Cadavre exquis*, tinta y lápiz de color sobre papel, 1927-28.

Rápidamente el *cadavre exquis* adquirió también su versión visual, a través primeramente del uso del dibujo (figura 29) y luego del collage (figura 30). El funcionamiento es bastante parecido a la versión verbal, sin embargo presenta algunas particularidades señaladas por Tzara (1948). Este artista afirma que el número ideal de participantes es de tres, que la secuencia que se ha de seguir es cabeza-tronco-piernas, y que cada parte debe tener una pequeña prolongación para que el próximo jugador pueda “encajar” su propio dibujo y conseguir de esta manera una cierta coherencia o continuidad visual. Igualmente sugiere que los colores deberían restringirse a la paleta utilizada por el primer jugador. Al obedecer a los requisitos planteados por Tzara, los resultados acabarán por ser en su mayoría

antropomórficos, incluso cuando algunas de las partes son sustituidas por elementos extraordinarios.

Pese a toda tentativa de control y coherencia, la riqueza de este juego está justamente en el azar. Los *cadavre exquis* dan lugar a una imagen muy graciosa —monstruo grotesco surgido de un sueño caótico— y que resurge en la sorpresa, en el humor, en la poesía... (Beaumelle, 1995). De forma que los resultados del juego se presentan como una imagen plural, caótica y convulsa a la vez que enigmática, única y cohesiva, que deposita en la sensación de lo inesperado todo su encantamiento.



Figura 30 - André Breton, Jacqueline Lamba & Yves Tanguy, *Cadavre exquis*, collage, s.f.

La propuesta común de buscar la libertad poética a través de una acción colectiva es la responsable tanto de la armonía como de la extraordinaria correspondencia que las imágenes poseen. Es en la capacidad de producir cosas colectivas —compartiendo la autoría, y por lo tanto, desmitificando el aura o la genialidad del artista— donde reside el mayor mérito de este juego y de sus jugadores. Este juego ha inspirado a los dispositivos artísticos colaborativos conocidos como “añade y pásalo” o “añade y retorna” que son ampliamente utilizados en la red de arte correo.

6.3 Neovanguardias y arte correo

Los principios y procedimientos vanguardistas son retomados por algunos artistas norteamericanos y europeos a partir de los años cincuenta. Peter Bürger lo evalúa como un intento fallido: “la neovanguardia institucionaliza la vanguardia como arte y, con ello, niega la genuina intención vanguardista” (2009, p. 83). Sin embargo, Bürger escribe su teoría en 1974, es decir, prácticamente en el mismo momento en que las neovanguardias se afirmaban y por lo tanto carece del distanciamiento crítico necesario para el análisis de sus procedimientos.

Análisis posteriores acerca del tema, como por ejemplo el realizado por Hal Foster (2001b), plantean la actitud neovanguardista como la reafirmación, profundización y ampliación de las inquietudes vanguardistas. Es interesante verificar, por lo tanto, cómo se presentan algunos de los procedimientos neovanguardistas y, en su relación con el arte correo, cómo los artistas los recuperan y reutilizan.



Las neovanguardias recuperan el ideal de colectivismo de los movimientos anteriores. Sin embargo, optan por la forma “colaboracionista”³² donde la complicidad es necesaria para la sociabilidad del arte, al que vislumbran como un modelo para la creación social y como una alternativa cultural a la sociedad mercantilizada y funcionalista.

Stimson & Sholette (2007) señalan que los medios y preocupaciones del colectivismo después del modernismo han sido culturales: su fetiche era la experiencia de la autonomía política colectiva en y por la cultura, el arte y la comunicación; marcando un cambio en las prácticas de artistas visuales hacía una intervención activa en el mundo de la cultura de masas. De modo que es el arte que pasa a explorar las posibilidades culturales, políticas y estéticas de las tecnologías de los medios de comunicación emergentes. La conjunción del colaboracionismo y del uso de estos medios de comunicación crea la situación ideal para que muchos de los colectivos de artistas actúen a través del establecimiento de redes.

6.3.1 Neodadaísmo

Sin llegar jamás a constituir un movimiento organizado, el neodadá fue el rótulo aplicado a un grupo de jóvenes artistas que, a finales de la década de los cincuenta e inicio de la década de los sesenta, realizaban una serie de experimentaciones en el campo del arte. En deliberada oposición al formalismo de Clement Greenberg, los neodadaístas con humor y sagacidad se dedicaron a mezclar materiales y medios. Recuperando las ideas vanguardistas de libertad, irreverencia y experimentación de la obra de Marcel Duchamp y del dadaísmo y surrealismo, los neodadaístas se apropiaron de los más diferentes materiales para protestar contra las tradiciones del arte dicho elevado.

Para los neodadaístas el arte debería ser expansivo e inclusivo y a través de la apropiación de materiales no artísticos intentaban abarcar la realidad cotidiana y promover la cultura popular. De este modo, propusieron una nueva estética basada en la experimentación y en la contribución mutua, que acabaría por influir prácticamente a todas las tendencias artísticas posteriores.

.....
³² Reiko Tomii (2007) diferencia el colectivismo de exhibición modernista del colectivismo de colaboración postmodernista, planteando este último como una reacción al anterior. El colectivismo colaboracionista se concreta en la intervención social.

El compositor John Cage influenciado por la filosofía zen del budismo, al realizar la obra 4'33" (1952) —también conocida como *Silence*, en la cual el silencio tenía la misma importancia que los sonidos producidos intencionadamente— amplió las fronteras del arte al colocar los elementos considerados por Occidente como “negativos”, en ese caso el silencio, en el mismo nivel de los “positivos”. A partir de entonces, “las operaciones fortuitas y aleatorias se consideraron tan significativas en el plan artístico como los eventos programados, tanto en las partituras como en su interpretación” (Osborne, 2006, p. 54).

En el arte correo, las interferencias fortuitas inherentes al sistema postal como el llamado ruido, es decir, sellos, marcas, desvíos, pérdidas, equívocos que dejan sus huellas en los envíos, asumen una importante significación, ya que en muchas de sus producciones la intención ha sido justamente evidenciar estas interferencias.

Cage también creía que la mente del espectador debería ser “desenfocada”, con la intención de aproximarla a la del artista:

El artista no crea algo separado y cerrado, sino que, en cambio, realiza algo que vuelve al espectador más abierto, más consciente de sí mismo y su entorno. (citado por Lucie-Smith, 1995, p. 119)

Destacando la importancia de la participación del espectador en el proceso creativo, el artista señalaba el arte para la vida cotidiana y el encuentro social. Además, planteaba que los sistemas y situaciones sociales derivadas de las redes y publicaciones de artistas eran en sí mismos soportes artísticos.

Cage ha favorecido el uso de lo accidental y de la experimentación y ha valorado el ambiente social como el lugar de la acción artística. Esto fue fundamental para el desarrollo de los *happenings* y *performances*, como también para la comprensión del arte como un acontecimiento. La filosofía experimental de Cage ha sido una referencia crucial para el desarrollo del Fluxus y del arte conceptual.

6.3.2. Nuevo Realismo

Incluso después de que los Estados Unidos se establecieran como el centro artístico del mundo, hubo una serie de movimientos artísticos, desplazados de este eje, que criticaban la cultura consumista. Entre ellos estaban los neorrealistas, un grupo parisiense formado a mediados de 1950 por artistas que pretendían ampliar las ideas y actos de



Duchamp. Actuaban de manera muy semejante a los neodadaístas, porque los artistas de ambas tendencias mantenían contacto participando conjuntamente en incontables exposiciones y festivales, tanto en Europa como en Estados Unidos.

Pierre Restany fue ideólogo del movimiento. A él correspondió unir a través de la publicación de un manifiesto el carácter inédito de artistas de estilos y medios muy diversos. Restany elaboró la “estética sociológica” a partir de la producción de artistas como Yves Klein, Armand Fernandez, Jean Tinguely, Daniel Spoerri y Raymond Hains, los cuales se apropiaban de manera directa de lo real, de lo cotidiano y de lo banal. Como afirma Friedman:

El *Nouveau Realism* [...] fue la concepción de un arte hecho de elementos reales, es decir, de materiales tomados directamente del mundo y no pictóricamente (1995b, p. 3, traducido del original en inglés).

Por lo tanto, estos artistas revivían intensamente la tendencia —iniciada por los dadaístas— de utilizar elementos comunes y rutinarios para la producción de obras artísticas. Pese a su corta duración como un movimiento formal, sus ideas y prácticas trajeron importantes aportes para el arte contemporáneo.

En relación al arte correo, algunos de sus miembros tuvieron actitudes precursoras en el movimiento, creando obras de referencia.

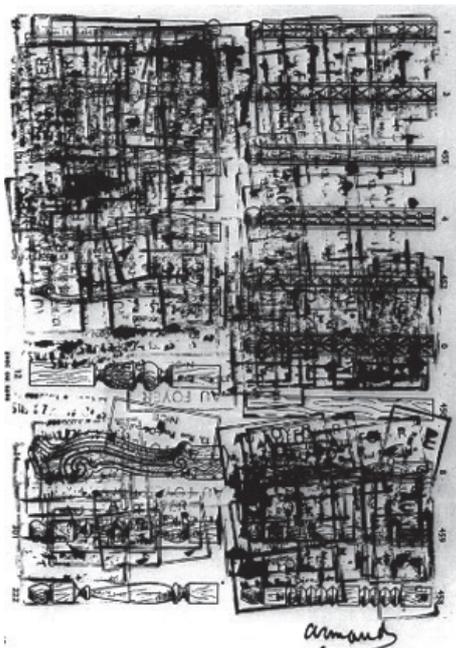


Figura 31 - Armand, *Cachets*, 1955, marca de sellos de goma sobre papel.

De acuerdo con Friedman (1995), es posible decir que los nuevos realistas fueron los primeros artistas en apropiarse de los medios de correspondencia como medios de expresión artística.

Armand utilizó sellos de goma en una serie de trabajos iniciada en la década de los cincuenta, denominada *Cachets* (figura 31). Estas obras consistían en hojas de papel cubiertas de impresiones de sellos de goma hechos al tuntún.

Yves Klein, con la creación de su sello azul (figura 32), inició en 1957 el movimiento

conocido como “sellos de artista”. El artista entintó con su típico color azul una serie de estampillas oficiales del gobierno francés, utilizándolas posteriormente para enviar las invitaciones-postales de su exposición. Se cree que Klein tuvo que sobornar a los empleados para efectuar los envíos, puesto que se habían negado a despachar la correspondencia.

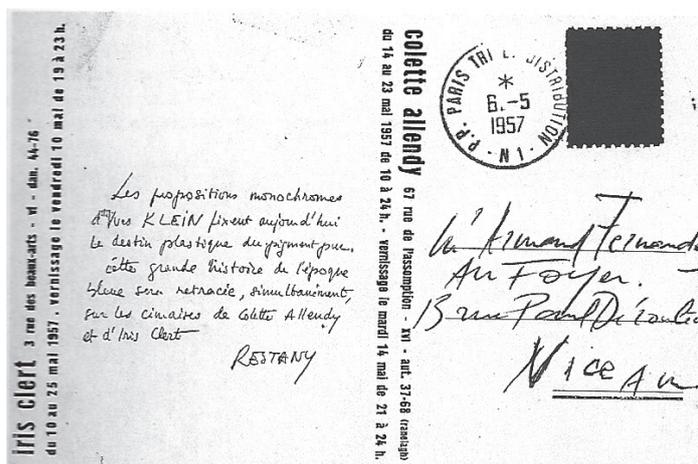


Figura 32 - Yves Klein, Estampilla azul, 1957, estampilla sobre tarjeta postal.

De todas formas el artista, consciente de su acción artística, se aseguró de que las marcas de cancelación estuviesen colocadas directamente sobre los sellos para que su “autenticidad” fuera indiscutible. Para muchos, esta es considerada la primera acción de arte correo:

Con el envío de su sello azul, Klein no sólo creó el primer sello de artista, sino que también lo ha incorporado en una acción postal. De modo que prefigura tanto el género de las décadas posteriores conocido por “artistamps” como las acciones filatélicas conceptuales del grupo Fluxus en los años sesenta (como las máquinas de sellos postales de Robert Watts y Fluxpost Kit # 7). (Held, 1995b)³³

Otros artistas como Daniel Spoerri se han implicado intensamente con el arte correo creando obras y proyectos postales y participando activamente en la red.

.....
 33 Original en inglés: With the mailing of his blue stamp, Klein not only created one of the first artist postage stamps, but also involved it in a postal action, prefiguring not only the widespread genre of artistamps in the following decades, but the conceptual philatelic actions of the Fluxus group in the sixties (such as the postage dispensing machines of Robert Watts and Fluxpost Kit #7).



6.3.3 Arte pop

El término pop fue utilizado por primera vez en 1958 por el crítico de arte inglés Lawrence Alloway. Sin embargo, el interés por la cultura popular y por los medios de comunicación de masas como apoyo para la producción artística fue desde el inicio de la década de los cincuenta el foco del *Independent Group*, grupo de artistas asociados al *Institute of Contemporary Art* de Londres. Artistas de la escena británica como Richard Hamilton, Eduardo Paolozzi, Peter Blake, Joe Tilson y Richard Smith, entre otros, que:

Discutieron la creciente cultura de masas que se manifestaba en el cine, en la propaganda, en la ficción científica, en el consumismo, en los *mass media* y en las comunicaciones, en el diseño de productos y en las nuevas tecnologías que se originaban en Estados Unidos, pero que entonces se esparcían por todo Occidente. (Dempsey, 2003, p. 217, traducido del original en portugués)

La primera obra producida bajo estos planteamientos que alcanzó el estatus de icono, fue el collage de Richard Hamilton titulado “Qué será que hace a los hogares de hoy tan diferentes, tan atractivos?”. Para responder la pregunta, Hamilton utilizó recortes de revistas americanas realizando un “inventario de la cultura popular” (Lippard, 1973, p. 46): hombre musculoso y mujer sexy envueltos por las comodidades domésticas como el jamón enlatado y la profusión de aparatos electrónicos de la vida moderna — televisión, grabador magnético, aspirador de polvo etc. En resumen, un mundo de fantasía consumista, disponible por un buen precio, prometía la huída del aburrido trabajo en la vida de la postguerra de Gran Bretaña (McCarthy, 2002).

El arte pop, al basarse principalmente en la cultura de masas, manifestando la incomodidad del individuo en la uniformidad de la sociedad de consumo (Argan, 1998), tuvo un gran impacto y echó raíces profundas en los Estados Unidos. En este país, la emergencia del movimiento fue distinta a la de Gran Bretaña, pues aquí los artistas trabajaban de manera más aislada. Los principales artistas de la escena pop americana fueron Andy Warhol, Roy Lichtenstein, Claes Oldenburg, James Rosenquist y Tom Wesselmann. Las obras de Robert Rauschenberg y Jasper Johns, así como la filosofía estética y la postura ética de Cage influenciaron fuertemente a estos artistas.

Debido a sus particularidades, el arte pop británico y norteamericano son generalmente tratados de forma diferente. Sin embargo, los dos comparten, en términos generales, el interés por la cultura popular haciendo uso de los cómics, de las revistas de gran circulación y del cine de Hollywood para crear imágenes que exaltan, satirizan,

imitan y exageran los aspectos superficiales de la vida cotidiana del siglo XX. De esta forma, los artistas pop cuestionaron sagazmente la sociedad en que vivían, alterando de forma irreversible la percepción sobre la cultura occidental. Tanto es así que para el crítico Arthur Danto (2006) el arte pop ha sido el movimiento más crucial del siglo. Como afirma McCarthy:

En el transcurrir de una década entera, el arte pop fue uno de los movimientos centrales del arte inglés y norteamericano, confirmando a varios talentos, afectando directamente al curso del arte posterior en todo el mundo y reconfigurando nuestra comprensión de la cultura en el siglo XX. El arte pop evitó la rigidez y/o censuras de algunas manifestaciones del modernismo en favor de un arte que era visual y verbal, figurativo y abstracto, creado y apropiado, artesanal y producido masivamente, irónico y sincero. Era tan complejo y dinámico como el momento y los artistas que le dieron vida. (2002, p. 14, traducido del original en portugués)

Por lo tanto, el arte pop se configura como una forma de percibir y pensar la vida. La principal actividad del artista, es decir, su justificación, consiste menos en producir obras de arte que en encontrar un sentido, un nexo al que le rodea. Bajo esta perspectiva, el artista correo y el artista pop se encuentran, pues la lógica de ambos es la búsqueda de sentido en sus acciones y el cuestionamiento del mundo que les rodea. Su implicación artística es su modo de vida. También pueden señalar las similitudes que ambos poseen en sus procedimientos artísticos: la retirada de materiales de los *mass media* para sus producciones, la temática vinculada a lo cotidiano, el interés por las técnicas de reproducción, la indiferencia entre el original y la copia y el énfasis en la comunicación. Sin embargo, mientras el artista pop utiliza de los medios de comunicación masivos para crear obras “de las masas para las masas”, el artista postal, por el contrario, recoge una comunicación “de individuo para individuo” a través de la formación de redes interpersonales de transmisión.

6.3.4 Internacional Situacionista

La Internacional Situacionista surgió en 1957 como una alianza de grupos de artistas, poetas, escritores, críticos y cineastas de vanguardia dedicados al arte moderno y a la política. La revisión de las ideas marxistas realizada por Henri Lefebvre, en la década de los cincuenta, fue fundamental para su desarrollo como una organización política y no sólo cultural. Además de esto, en su praxis retomaban conscientemente los ideales del



dadaísmo, surrealismo y del grupo CoBra.³⁴ Como miembros destacados se puede citar a Guy Debord, Michèle Bernstein, Gil J. Wolman, Asger Jorn, Giuseppe Pinot-Gallizio y Ralph Rumney.

El grupo actuaba con varias tácticas, todas pautadas por la intervención político-artística en lo cotidiano. Pretendían de esta manera despertar a las personas y hacerlas conscientes del ambiente que las cercaba, para provocar una transformación en la sociedad. Un ejemplo de táctica era la situación “construida”, mediante la cual intentaban sustituir los objetos tradicionales de arte y con eso rescatar el arte de la comercialización. Los situacionistas a través de la idea denominada por ellos como “psicogeografía”, también se interesaban por el impacto psicológico de la ciudad sobre sus habitantes. Otro concepto importante que desarrollaron fue el “*détournement*” (subversión o corrupción), a través del que se apropiaban del arte existente, lo alteraban y así lo transformaban creando nuevas ideas.

El grupo actuó desde 1957 hasta 1962, cuando disputas internas diluyeron la cooperación entre los miembros. En este período, los situacionistas crearon incontables obras de arte, situaciones, exposiciones, películas, maquetas, planos, panfletos y periódicos. Muchas de sus ideas y técnicas fueron empleadas en otras manifestaciones artísticas, como en el propio arte correo, por ejemplo.

6.3.5 Poesía Visual

Los orígenes del juego entre palabra e imagen con finalidad artística se encuentran en los antiguos caligramas griegos y en los *carmina figurata* latinos. En 1898, el poeta simbolista francés Stephane Mallarmé retoma esta práctica con su poema “*Un coup de dés*” (Un golpe de dados) —considerado el primer poema visual moderno— e inaugura una nueva era para la poesía. Entretanto, sólo veinte años más tarde, en 1918, con la publicación en París del libro “*Calligrammes – Poèmes de la Paix et de la Guerre*” de Guillaume Apollinaire, esta particular forma de escritura poética —apropiada eufóricamente por las vanguardias

.....
³⁴ CoBra fue un grupo internacional del norte de Europa que se unió, en el período de 1948 hasta 1951, para promover la visión de un nuevo arte expresionista para el público. Su ideal era transmitir de modo simultáneo la inhumanidad del hombre y la esperanza de un futuro mejor. Publicaron manifiestos y revistas. Dieron continuidad a los ideales surrealistas, incentivaron las producciones colectivas y buscaron en sus obras liberar al inconsciente de las ataduras de la razón.

artísticas de principios del siglo— se fija como un nuevo género literario. Sin embargo, será en el contexto experimental de las prácticas artísticas de los años cincuenta y sesenta que una nueva generación de poetas hará que la poesía visual se aleje definitivamente de la poesía verbal tradicional.

En la actualidad, según Fernando Millán (2004), la poesía visual es entendida como un género literario-artístico de carácter mixto, mezclado o mestizo, en el cual se hace imprescindible el uso de las ideas y de la plasticidad como un conjunto, como un todo en el que cada parte adquiere una nueva significación. El mismo autor define la poesía visual como “una lengua supranacional”: un género que supera las diferencias culturales y sociales, además de las lingüísticas, y lo considera como un verdadero y único arte global.

Esta intención de comunicar traspasando las barreras lingüísticas, culturales y sociales se encuentra con el gran móvil que mantiene activa la red de arte correo. Esta conjunción de intereses les amalgama de tal forma que muchas veces es prácticamente imposible separar la poesía visual del arte correo. Tanto es así que no sólo muchos artistas correo encontraron en la poesía visual su principal medio de expresión, sino que también muchos poetas visuales se volvieron artistas correo al encontrar en esta práctica la principal manera de intercambiar y divulgar sus poemas.

Sin embargo, según Clemente Padín (2008), la unión del arte correo y de la poesía visual en los años sesenta no ha sido casual, al revés, para el citado autor la conjunción de la intensidad comunicativa de la poesía visual con la rapidez de difusión mundial del arte correo fue consecuencia de la situación de represión de los países bajo dictaduras militares o regímenes totalitarios que, al restringir las manifestaciones artísticas por mano de la censura, imponía a los artistas la búsqueda de alternativas de expresión.

Una evidencia de la fuerte cohesión del arte correo con la poesía visual es que muchos de los artistas acaban por coincidir como nombres destacados de ambos movimientos, como es el caso, por ejemplo, de los latinoamericanos Edgardo Antonio Vigo (figura 33), Guillermo Deisler, Clemente Padín, Paulo Bruscky y Horacio Zabala, por citar algunos. De la misma manera, revistas como *Ovum10* (Uruguay, 1969-75), *Cisoria Arte* (Venezuela, 1977-85), *Diagonal Cero* (Argentina, 1962-69), *Hexagono 71* (Argentina, 1972-75), *Ediciones Mimbres* (Chile, 1969-?) también figuran como importantes referencias.



Figura 33 - Edgardo Antonio Vigo, *Biopsia*, 1988, poema visual.

6.3.6 Arte conceptual y conceptualismos

Después del período de estancamiento de las vanguardias debido a la represión y al conservadurismo de la postguerra en Europa y al establecimiento del modernismo en Estados Unidos, los artistas conceptuales, siguiendo los pasos de los neodadaístas, recuperaron las ideas vanguardistas de Marcel Duchamp, centrándose nuevamente en la cuestión de los límites entre lo que es y lo que no es arte. Según Daniel Marzona, esta decisión:

[...] no podía depender de juicios estéticos establecidos, sino que había que basarse en convenciones. Para Duchamp, esas convenciones no eran algo ya dado e inmutable, sino que resultaban flexibles y constantemente redefinibles en la práctica artística. La simple idea de interrumpir el flujo usual de las cosas cotidianas y de dotar de nuevas dimensiones de sentido a un objeto existente en cantidades masivas por el mero hecho de cambiarle el nombre ampliaba considerablemente el campo de acción del arte, campo que ya no admitía por principio delimitaciones normativas. El arte se convierte así en una cuestión del contexto en el que se producen y perciben ideas, objetos y cuadros. Es justamente la idea de la dependencia contextual del arte, implícita en el *ready-made*, la que determina la importancia de Duchamp en el desarrollo del arte conceptual de los años sesenta. (2005, p. 11)

Los artistas conceptuales, en cuanto se apropian de las ideas de Duchamp, rompen con los preceptos formalistas, renuncian a la autonomía del arte y la estética vinculada al objeto y pasan a entender el arte como un proceso creativo situado en un contexto histórico-cultural. Además, al extrapolar la visión retiniana, la experiencia del arte se hace

múltiple, envolviendo todos los sentidos (Freire, 2006a), de modo que el espectador pasa a formar parte activa de este proceso.

El primero en usar la expresión “arte de concepto” fue el artista Fluxus Henry Flynt (1961) en su ensayo “*Concept Art*”. En este texto, Flynt explicita que el arte de concepto es por encima de todo un arte en el que los materiales son los “conceptos” y por considerarlos estrictamente vinculados al lenguaje concluye que el arte de concepto es un arte relacionado con el lenguaje. Sin embargo, el término “arte conceptual” —usado para designar una multiplicidad de actividades con base en el lenguaje, fotografía y procesos— sería acuñado posteriormente por Sol LeWitt en la publicación de sus “*Paragraphs on Conceptual Art*” (1967) y “*Sentences on Conceptual Art*” (1969). En su primero texto, LeWitt establece que:

En el arte conceptual, la idea o concepto es el aspecto más importante de la obra. Cuando un artista usa una forma de arte conceptual, esto significa que toda la planificación y tomas de decisión son hechos de antemano y la ejecución es un asunto perfunctorio. La idea se vuelve la máquina que hace el arte. Ese tipo de arte no es teórico ni ilustra teorías; es intuitivo, está vinculado a todo tipo de procesos mentales y es despropositado. Normalmente es libre de la dependencia de la habilidad del artista como artesano. (1967, pp. 176-177, traducido del original en portugués)

Destituyendo el “aura” de la obra de arte y la “genialidad” del artista y valorando la idea por encima de todo, el conceptualismo —estimulado por el contexto histórico del período en que abundaban los movimientos de contracultura— implicaba reconsiderar el objetivo del arte, es decir, implicaba plantear cuestiones con respecto a los “productos” de la actividad artística y al “propósito” del arte en relación a la más amplia historia de la modernidad (Wood, 2002). En este sentido, fue un cuestionador de la posición elitista del arte y del artista:

El arte conceptual fue el que adoptó la postura más radical y la que, de hecho, permanece hoy más viva en la memoria y en la influencia. [...] el correo, telegramas... todo se convirtió en nuevos vehículos y, ocasionalmente, en nuevos tópicos de expresión, ofreciendo incontables caminos para que los artistas conceptuales comuniquen su arte al mundo y, con la misma frecuencia, incluyan este mundo en su arte. (Lucie-Smith, 1991, p. 185, traducido del original en portugués)

Este enorme alcance que se refiere a la utilización de materiales y medios (instrucciones, fotografías, documentos, mapas, películas, vídeos, *performances*, etc...), así como la internacionalización de la tendencia con sus múltiples puntos de origen alrededor del mundo, han caracterizado el conceptualismo como un tema bastante complejo en el que —en una visión no jerárquica en priorizar unas culturas en detrimento de otras— se hace prácticamente imposible nombrar con exactitud sus principales artistas dentro



del panorama mundial. En verdad, al mismo tiempo en que se establecen las bases del conceptualismo se instaura una crisis en la historia del arte, de modo que “hay un cambio tanto en el desarrollo histórico como en la internalización de valores que hace cuestionable el uso de una única historia del arte internacional y unificada” (Camnitzer, 1997, p. 180).

Las estrategias utilizadas por el conceptualismo como la preponderancia de la idea, la transitoriedad de los medios, la precariedad de los materiales, la crítica institucional, la participación del espectador y el uso de formas alternativas de circulación lo imbuirán de una extremada diversidad y libertad, que es lo que ha permitido que propuestas artísticas subversivas como el arte correo hayan emergido.

7. La historia del arte correo

Mail Art has no history, only a present.
 (Ray Johnson, s.d.)

7.1 Giro postal: cómo, cuándo y por qué la correspondencia entre artistas se convierte en arte correo

Pese a que la creación de la *New York Correspondance School* (NYCS) en 1962-63 por Ray Johnson ha sido ampliamente reconocida como el marco oficial del surgimiento del arte correo, es difícil definir su origen exacto. Las vanguardias artísticas hicieron uso innumerables veces tanto de las tarjetas, estampillas y sellos, como del propio sistema postal para el intercambio de sus propuestas, entretanto no denominaban sus actividades como arte correo, así como todavía no tenían estructurada una red propia de comunicación.

Será a partir de los años cincuenta cuando el arte correo empezará a definir su estructura y logística, dejando de ser simplemente “correspondencia entre artistas” para convertirse efectivamente en “arte por correspondencia”.

Ken Friedman (1995b) plantea que las fuentes de este proceso fueron tres: en América del Norte, los primeros movimientos de Ray Johnson para lo que se convertiría en el futuro la NYCS; en Europa, las aportaciones radicales para el arte contemporáneo de los neorrealistas, principalmente por la apropiación de los medios de correspondencia como medios de expresión artística; y, finalmente, la actividades de los artistas bajo la etiqueta Fluxus, donde el trabajo colectivo intercontinental fue fundamental para la experimentación y definición de esta nueva manera de producir y consumir arte.

Michael Lumb también considera tanto a Ray Johnson y a Fluxus como fundamentales para el surgimiento del arte correo, pues para el autor:

Arte correo se convirtió en una unión de dos elementos, la orquestación y el intercambio a través del correo tal y como lo hacía Johnson y el jugar con los elementos del sistema postal, que —mientras no se utilizaron específicamente como arte correo— fueron empleados por Fluxus.³⁵ (1997, p. 37)

.....
 35 Original en inglés: Mailart became a union of two elements, the orchestration and interchange through the mail as practised by Johnson and the playing with the elements of the postal system which - whilst not generally used as mailart - were demonstrated by Fluxus.



Existen diversos motivos que llevaron a la gran adhesión del arte correo, entre ellos están, según Guy Bleus:

El descontento con la política de arte y con las galerías “importantes”, la necesidad de ampliar la función artística del creador —tomando parte en publicaciones y proyectos internacionales— y por la posibilidad de participación en publicaciones y exposiciones sin jurado y sin tener que hacer muchas concesiones. (s.f., p. 88)

Para el artista correo, el arte es un producto de comunicación y no una mercancía, de manera que “al no existir dinero de por medio, el mail art se erige como algo atípico en una sociedad en la que todo se halla supeditado al poder económico” (Cirlot, 1994, s.p.). El arte correo crea su propia logística que, anteponiéndose a los medios de comunicación de masas y al sistema del arte convencional, se caracteriza por ser una manera rápida y amplia de difusión artística. La facilidad de producción, almacenamiento y consumo hacen del arte correo una manifestación artística doméstica por excelencia y, por lo tanto, asequible y al mismo tiempo íntima.

7.1.1 Fluxus

Situándose contra el imperialismo occidental a través de una aguda crítica, de un humor extravagante y con la emergencia de las ideas vanguardistas de Duchamp, George Maciunas definió Fluxus en un manifiesto (1963) en el cual resaltaba las implicaciones sociopolíticas de este grupo:

Purguemos el mundo de la enfermedad burguesa, la cultura “intelectual”, profesional y comercializada. PURGUEMOS el mundo de arte muerto, de imitación, arte artificial, arte abstracto, arte ilusionista, arte matemático, — ¡PURGUEMOS EL MUNDO DE “EUROPEISMO”! Promovamos UN FLUJO REVOLUCIONARIO Y ANEGUEMOS EL ARTE, promovamos el arte vivo, el anti-arte, LA REALIDAD NO-ARTÍSTICA para que esté al alcance de todo el mundo, no sólo de los críticos, diletantes y profesionales. FUNDEMOS los cuadros de revolucionarios culturales, sociales y políticos en un frente unido y en la acción.³⁶

.....
36 Original en inglés: Purge the world of bourgeois sickness, ‘intellectual’, professional and commercialized culture, purge the world of dead art, imitation, artificial art, abstract art, illusionistic art, mathematical art — PURGE THE WORLD OF EUROPEANISM! Promote a REVOLUTIONARY FLOOD AND TIDE IN ART, promote living art, anti-art, promote NON ART REALITY to be grasped by all peoples, not only critics, dilettantes and professionals. Fuse the cadres of cultural, social and political revolutionaries into united front and action. (subrayados por el autor)

El grupo, comprendido como un colectivo, era la idea central de Fluxus. Sin embargo, no era concebido en el sentido convencional de un grupo que trabaja de acuerdo con estructuras ideológicamente estrictas, sino, por el contrario, abierto a la diversidad, o sea, a todas las culturas y formas de pensamiento. Fluxus ha sido ante todo un fórum de experimentación en el que se ha acentuado la conexión entre arte y vida. Antes de él, el arte era considerado como algo erudito, apartado del resto, sin embargo, como afirma Arthur Danto:

La revelación de Fluxus ha sido de que todo es maravilloso. No habría la necesidad de entresacar latas de sopas o cómics, como el Pop, productos industriales como el Minimalismo, ropas íntimas o neumáticos como los Nuevos Realistas. El arte no sería un recinto especial de lo real, sino una forma de experimentar cualquier cosa —la lluvia, el murmullo de una multitud, un estornudo, el vuelo de una mariposa— por citar algunos ejemplos de Maciunas [...] Era un mundo sin la frontera que el concepto de arte había presupuesto hasta entonces. (2002, p. 25, traducido del original en portugués)

La proximidad que Fluxus intentaba crear con lo cotidiano hizo que algunos de sus participantes lo asumieran como una filosofía de vida. No obstante, otros, pese a sus contribuciones con el grupo, no dejaron sus actividades como artistas independientes, de modo que tanto las producciones Fluxus como no-Fluxus eran frecuentemente realizadas por los mismos artistas.

De acuerdo con la lista presentada³⁷ (lista 1) son muchos los artistas que participaron del movimiento o tuvieron (y algunos todavía tienen) una identificación artística con el mismo. Cabe destacar que muchos de los que evitaban pertenecer exclusivamente a cualquiera grupo artístico se involucraban en muchas de las propuestas Fluxus, fluctuando en su “plantilla”, como es el caso del propio Ray Johnson. Ahora bien, tanto Johnson, como los “expulsados” —Beuys o Higgins, por ejemplo— en la visión de Maciunas no eran —y nunca lo habían sido— artistas Fluxus (Ruhé, 2002).

Por lo tanto, definir quién ha sido/es o no un artista Fluxus es la gran polémica de los teóricos y críticos que tratan del tema. En este sentido hay que señalar que existen por lo menos dos puntos de vista bastante contundentes acerca de lo que es Fluxus. De un lado, está la perspectiva de Jon Hendricks (2002) —fiel a la ideología de Maciunas— que lo entiende como un movimiento de arte que finalizó con la muerte de su mentor, es

.....
³⁷ Esta lista es una aproximación de los nombres de Fluxus, debido a la gran cantidad de artistas es posible que algunos nombres estén ausentes.



decir, su periodo de duración habría sido desde 1962 hasta 1978. En esta perspectiva los participantes serían los que estaban sometidos a la dirección de Maciunas y sus reglas. El autor diferencia los artistas Fluxus, de los no-Fluxus, de manera que estos últimos podrían realizar obras Fluxus, aunque sin pertenecer al movimiento.

Lista 1- Listado de artistas Fluxus

		 Frecuente uso del sistema postal	
		 Intensa actividad en la red de arte correo	
ESCENA INICIAL (1962-1964)	Branko Vučićević	Jackson Mac Low	Milan Knizak
George Maciunas	Carla Liss	Jake Coke's Farmer's Coop	Mosset
Henry Flynt	Christo	James Riddle	Paul Sharits
George Brecht	Claes Oldenburg	Jaroslav Kozłowski	Per Kirkeby
Ben Vautier	Cornelius Cardew	Jean Dupuy	Peter Moore
Robert Watts	Dan Lauffer	Jeff Berner	Phillip Corner
Dick Higgins	Daniel Spoerri	Jiří Valoch	Pierre Mercure
Alison Knowles	David E. Thompson	Joe Jones	Ray Johnson
Benjamin Patterson	Dianne Wakoski	John Cale	Richard Maxfield
Nam June Paik	Dieter Rot	John Chick	Robert Bozzi
Tomas Schmit	Dieter Schnebel	John Lennon	Robert Filliou
Emmett Williams	Endre Tót	John Mathews	Robert Morris
	Ely Raman	Joke Reynolds	Serge Oldenburg
	Eric Andersen	Jonas Mekas	Shigeo Kubota
ARTISTAS FLUXUS	François Dufrene	Joseph Beuys	Stan Vanderbeek
Al Hansen	Frederic Lieberman	Joseph Byrd	Stanley Brown
Albert M. Fine	Gábor Altorjay	Juan Hidalgo	Takako Saito
Alice Hutchins	Gábor Tóth	Július Koller	Takehisa Kosugi
Allan Kaprow	Geoff Hendricks	Kate Millet	Tamás St. Auby
Alloco	George Landow	Ken Friedman	Terry Riley
Antony Cox	Gianfranco Baruchello	La Monte Young	Toshi Ichyanagi
Arthur Kopcke	Gianni-Emilio Simoneti	Larry Miller	Vytautas Landsbergis
Ay-O	Giuseppe Chiari	Lawrence Baldwin	Willem de Ridder
Barbara Moore	Greg Sharits	Lee Heflin	Wolf Vostell
Bengt af Klintberg	György Galántai	Letty Einsenhauer	Yasunao Tone
Bici Hendricks	Henning Christiansen	Marian Zazeela	Yoko Ono
Bob Grimes	Hi Red Center	Mieko Shiomi	Yoshimasa Wada

Por otro lado, está la idea defendida por René Block (2002), que entiende Fluxus mucho más como una identidad artística que como un movimiento cerrado con nombres específicos. Para Block, lo principal es la comprensión del concepto de “fluxismo”, es decir, los artistas tienen una identidad con las ideas Fluxus y sus actividades no están limitadas por su relación con Maciunas, de manera que se extienden en el tiempo no tomando su muerte como un punto final de las actividades y producciones de este ámbito. En la visión de Block, Fluxus se ha configurado como una actitud artística de gran amplitud histórico-cultural, esparciéndose a lo largo de varias décadas por diferentes regiones del mundo, desde 1960 hasta la actualidad, generando una enorme influencia en diferentes artistas y tendencias.

Ambas posiciones son comprensibles y aceptables, ahora bien, presentan algunas incoherencias. Maciunas defendía el fin del arte erudito y un arte anónimo, sin embargo,

delimitaba el grupo y estipulaba reglas imposibilitando que Fluxus fuera algo realmente abierto a la esfera social, como lo vaticinaba. René Block, por el contrario, defiende el “fluxismo” apostando por la diversidad de las ideas Fluxus, abriendo sus fronteras a un sinfín de artistas y producciones.

Pese a sus divergencias y pequeñas incoherencias, las existencia de ambas más que nada demuestra la complejidad que ha tenido este movimiento o esta identidad llamada Fluxus y lo que ha significado para el arte, de modo que no se puede olvidar la enorme influencia que ejerció en la apropiación de los nuevos medios en las prácticas artísticas, asumiendo un papel anterior en el vídeo-arte, libros de artista, *happenings*, arte correo etc.

Aunque, normalmente existe en el discurso canónico una cierta tendencia a institucionalizar el Fluxus a través de la determinación de quienes fueron o no sus miembros, debemos estar atentos al hecho de que esta postura conlleva la cuestión de la autoría como algo fundamental y, por lo tanto, entra en conflicto con la idea de anonimato y colectividad fundamentales en una producción entendida como Fluxus.

Fluxus fue el primero grupo de artistas en dar a entender el potencial del sistema postal como una distribución mundial de bajo coste (Friedman, 1995b) y, a través de la amplia experimentación del nuevo medio, hizo importantes contribuciones en el uso y explotación del medio postal como un sistema artístico de comunicación, exhibición y publicación. Además, los dispositivos recurrentes del arte correo representativos del sistema postal como los sellos de goma, sellos de artista y tarjetas postales formaban parte del universo Fluxus y estaban presentes en muchas de sus producciones, como es el caso del “*Fluxus Post Kit 7*” (figura 34).



Figura 34 - *Fluxus Post Kit 7*, 1968, edición Fluxus montada por George Maciunas

Cabe destacar que fue a través, principalmente, de sus publicaciones periódicas que la red de arte correo se amplió haciendo que la obra y las ideas Fluxus no sólo llegaran al público, sino que también sirvieran de estímulo a la participación de más artistas en la red. De forma que su contribución no sólo ha ayudado al desarrollo del arte correo



de forma general, sino que también sus ideas se han expandido influyendo directamente sobre muchos de los artistas implicados o por implicarse en la red.

Ahora bien, en un primero momento su uso público era más teórico que práctico, una vez que sus envíos se restringían a una red de conocidos. Friedman, destaca la paradoja entre público y privado que involucraba el arte por correspondencia en el principio de la actividad de los artistas Fluxus (incluyendo a muchos que no participaban de la NYCS), una vez que la intención era crear trabajos privados a pesar del carácter público que los configuraba. Como afirma el artista, “ellos invitaban al mundo a tomar parte. Al mismo tiempo, ellos sólo se dirigían a un pequeño círculo de artistas, compositores y diseñadores que ya se conocían”³⁸ (1995b, p. 6).

A finales de los sesenta, este aspecto predominantemente privado fue gradualmente sustituido por un carácter más público de las acciones Fluxus. La implicación pública del grupo fue fundamental para el arte correo dado que supuso una ampliación y consecuente

potencialización de la red como contribución a las nuevas formas de comunicación con el mundo. Las publicaciones “*Amazing Facts Magazine*” y “*New York Correspondence School Weekly Breeder*” fueron dos importantes aportaciones en este sentido.

La primera, “*Amazing Facts Magazine*”, editada a partir de la recopilación de obras creadas por Fluxus West,³⁹ en 1968, fue una publicación un tanto rudimentaria que tuvo un único número, pero ha servido para establecer la recopilación de material como principio editorial de una revista. Mientras tanto, “*New York Correspondence School Weekly Breeder*”



Figura 35 - *New York Correspondence School Weekly Breeder* (NYCSWB), volumen 3(3), 1972, Tim Mancusi, Fluxus West Collection

38 Original en inglés: They invited the world to take part. At the same time, they went only to a small circle of artists, composers and designers who already knew each other.

39 Fluxus West fue creado en 1966 por Ken Friedman para representar el trabajo de los miembros de Fluxus en la Europa Occidental. Inicialmente esta organización era solamente un centro para la recepción de envíos, pero a partir de 1967 se convirtió en un verdadero foco de festivales, performances y, principalmente, publicaciones.

(NYCSWB), más excéntrica y divertida, fue tanto una especie de broma como también un modo de establecer un contacto regular y continuo con otros artistas. Creada en 1971, como una publicación de Fluxus West, estuvo bajo esta dirección aproximadamente en sus primeros diez números; luego pasó a ser la responsabilidad de Stu Horn, y, en mayo de 1972, a Tim Mancusi y Bill Gaglione (*Bay Area Dadaists*) que rápidamente transformaron la NYCSWB en una influyente publicación (figura 35).

Empezó con una sola hoja pero los últimos editores fueron sucesivamente añadiendo páginas extras hasta convertir NYCSWB en uno de los primeros “Dadazine”⁴⁰ conocidos. Su formato se establecería entonces como una referencia para los demás artistas correo.

7.1.2 Ray Jonson & New York Correspondance School

Fueron las actividades del americano Raymond Edward Johnson las que han dado origen al arte correo tal y como lo conocemos, puesto que hasta entonces era una actividad incidental y sin denominación propia. En un principio, Ray Johnson era el centro de los envíos y eventos, manteniendo correspondencia con artistas destacados del periodo. Algunos de ellos, como Ed Plunkett o Dick Higgins, también fueron determinantes en la formación de lo que es la esencia y la logística del arte correo. Sin embargo, sería sólo a partir de la aparición de la “*New York Correspondance School (NYCS)*”, creada por Johnson en 1962-63, cuando esta manera de producir arte realmente se estructuraría como una gran red social de comunicación e intercambio. Más que una institución formal, la NYCS fue una etiqueta y una identificación para la “performance postal”⁴¹ del artista.

Como un artista polivalente, Johnson ha producido collages, esculturas, libros, acontecimientos, arte por correspondencia, música, fotografía y diseño gráfico. La muerte, como valor de la nada, ha sido una temática recurrente en su trabajo, tanto es así que llamaba “*nothings*” a sus *happenings*. Su propia muerte es considerada un *nothing*, pues, en opinión de amigos estaba trabajando en su “evento final”, de modo que su muerte

.....
40 Dadazines: denominación utilizada por muchos artistas correo para definir las auto-ediciones de bajo coste, no comerciales y de difusión reducida adoptada para divulgar los trabajos y proyectos de la red de arte correo.

41 “*Postal performance*” es el término creado por la investigadora PhD. Ina Blom para designar las actividades de Ray Johnson vinculadas al sistema postal. (ver Blom, 2003)



(suicidio) en 1995, a los 67 años, fue siempre un misterio, intensificando su mito. “La muerte, para Johnson, fue un componente de formación dentro de la existencia de las cosas” (Sava, 1999, p. 130).⁴²

Siempre se mantuvo como un artista independiente y con una actitud bastante alejada del mundo del arte convencional. A pesar del carácter excéntrico y totalmente individual de su arte y de sus métodos, así como de su papel fundamental en la aparición

del arte correo, Ray Johnson puede también ser asociado al arte pop, al arte conceptual, a las actividades del grupo Fluxus y a otras manifestaciones, pese a no pertenecer estrictamente a ninguna de ellas. Como afirma Klara Kiss-Pál (1997), Johnson “fue atraído por todo aquello que fuera definido por el azar y lo imprevisible. Rechazaba lo definitivo, lo concluyente, lo puntual”.⁴³

Junto con Robert Rauschenberg y Cy Twombly, Johnson fue alumno, desde 1945 hasta 1948, del Black Mountain College en el cual entró en contacto con Joseph Albers, Robert Motherwell, Mary Callery, John Cage, Merce Cunningham, Buckminster Fuller, Willem y Elaine DeKooning, entre otros —alumnos y profesores en la época— que incentivaron sus búsquedas experimentales y el interés por el trabajo colectivo.

Según Lawrence Alloway (1977), el principal trabajo de Johnson fueron los denominados “moticos”. Se trataban de pequeños collages realizados a partir de la



Figura 36 - Ray Johnson, Saul Steinberg, collage/
moticos, 1972

42 Original en inglés: Death, for Johnson, was a formative component within the existence of things.

43 Original en inglés: He was attracted to all that was defined by chance and the unforeseen. He was repulsed by the final, the conclusive, and the localized.

superposición de imágenes de revistas, periódicos, embalajes, a los que agregaba dibujos y palabras, formando así composiciones intrincadas y discursivas, repletas de asociaciones e indicios (figura 36). De acuerdo con Donna de Salvo (1999), la elección de Johnson de la palabra “*moticos*” se debió a que era el anagrama de “*osmotic*”, palabra que un amigo suyo, Norman Solomon, acababa de consultar en el diccionario. Partiendo de un listado de dirección de aproximadamente 200 nombres, desde 1955, el artista enviaba estas obras por correo, iniciando así su actividad postal.

El artista también reutilizaba trabajos con frecuencia, tanto transformando constantemente sus propias producciones o interviniendo en envíos que había recibido de artistas con los cuales mantenía correspondencia. Con esta actitud ponía en cuestión los conceptos de originalidad e intocabilidad normalmente relacionados con las obras maestras. Además, creía firmemente que original y copia tenían el mismo valor, puesto que ambos decían lo mismo. Bajo ese precepto también realizaba sus envíos, aunque contradictoriamente también defendía su “*copyright*”. De hecho en una entrevista —en la cual demostraba estar bastante contrariado por la publicación del libro “*A Brief history of Correspondence Art*” de Michael Crane— afirmó haber hecho una consulta a su abogado y que todo su trabajo estaba protegido por derechos de autor (en entrevista a Martin, 1982, p. 190). Siempre mantuvo una relación contradictoria entre la invisibilidad en el mundo tradicional del arte y la frecuente promoción de su propia imagen e historia en el arte correo. El mito alrededor de su figura es en gran parte resultado de esa ambigüedad: “el artista desconocido más famoso del mundo”.⁴⁴

Recuperando algunas ideas de participación y colectividad de las primeras vanguardias como el Surrealismo o el Dadaísmo, Johnson también creó formas particulares de comunicación que se expandieron por la red. Una de ellas fue el “*send to*” (enviar para), que al estipular instrucciones de continuidad de los envíos indicando una secuencia de destinatarios, implicaba a más de dos personas en la cadena de comunicación. En esta forma de envío los intermediarios funcionan como ambiguos eslabones: tienen una función pasiva al ser meros testigos de los hechos, pero al mismo tiempo son decisivos en el proceso de la comunicación, como responsables de la llegada o no del envío al destinatario “final”.

.....
44 Conforme Bourdon (1995) y De Salvo (1999), el comentario “*New York’s most famous unknown artist*” ha sido hecho en 1965 por el crítico Grace Glueck del periódico *New York Times* cuando escribió acerca de la exhibición de collages de Ray Johnson en la Galleria Willard en Nueva York.

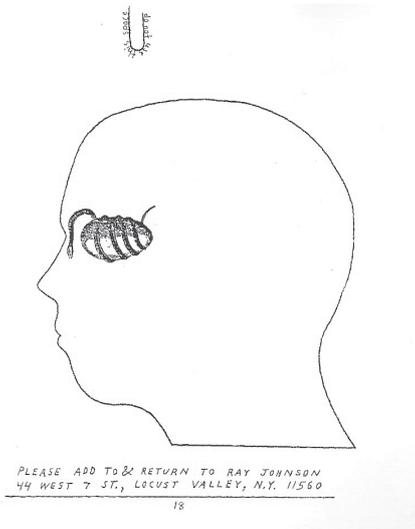


Figura 37 - Ray Johnson, “add to & return”, c. 1960, dibujo fotocopiado

Otro dispositivo fue el “*add to and return to Ray Johnson*” (añade y retorna a Ray Johnson), que consistía en la invitación a la colaboración, abriendo su obra a la participación del otro (figura 37). Con estas propuestas, Johnson cuestionaba también el valor de la autoría y autenticidad de la obra de arte. La actuación artística de Ray Johnson no es sólo importante para el entendimiento del arte correo y de las manifestaciones artísticas periféricas sino que también sus cuestionamientos son fundamentales para la comprensión de las relaciones presentes en el mundo “oficial” del arte occidental. Como afirma Clive Phillpot:⁴⁵

La práctica de Ray Johnson, tal como se expresa en su mail art —la idea de la comunicación uno-a-uno, la irrelevancia de lo que es físicamente original, la colaboración, el regalo, la fusión del arte en el flujo del correo— se suma a una visión de arte que no es sólo una verdadera alternativa a las prácticas artísticas más actuales, pero cuestiona implícitamente el mecanismo normal del mundo del arte occidental. (1995, p. 28)

Hasta 1962-63 no había ninguna mención específica para el arte correo. Fue Edward Plunkett (1977) quien introdujo “*correspondence*” a la denominación dada por la New York School, escuela referente de la pintura abstracta, creando un juego de palabras entre la escuela de arte vigente y las escuelas por correspondencia comunes en la época. Sin embargo, Ray Johnson aceptó inmediatamente la broma pasando a deletrear de innumerables maneras el término “*correspondence*” y utilizándolo tanto en su forma convencional como a través de divertidas alteraciones como: “*correspondance*” (dance, en castellano: bailar/danza); “*correspongedance*” (indicando la capacidad absorbente de la red), “*corraspondance*”, “*correspondunce*” o “*co-respondent*”. Es por lo tanto el propio Johnson que finalmente “bautiza” la NYCS, destacando con este juego de palabras las relaciones entrelazadas y múltiples que él había creado a través del correo.

.....
45 Original en inglés: Ray Johnson’s practice, as expressed in his mail-art — the idea of the one-to-one communication; the irrelevance of what is physically original; the collaboration, the gift, the casting of art into the mailstream— adds up to a view of art that is not only a true alternative to most current art practices but implicitly questions the normal machinery of the Western art world.

El 5 de abril de 1973, Johnson decreta la muerte de la NYCS a través de una carta enviada a la sección de obituarios del *New York Times*. La esquela no fue publicada, no obstante ha circulado entre los miembros de la NYCS creando un marco importante en la historia del arte correo. De hecho las actividades postales de Johnson no fueron interrumpidas y siguieron bajo referencia de la “*Death School*” (escuela muerta), de la recién creada Buddha University (junio de 1973) o aún de la propia NYCS, que incluso después de su “muerte anunciada” siguió respaldando innumerables Fan Clubs con sus respectivas exhibiciones dedicados a celebridades como Marcel Duchamp, Jean Dubuffet, Shelley Duvall, Paloma Picasso, David Letterman y Cher u otros como el Blue Eyes Fan Club o Spam Radio Club.

La New York Correspondance School fue el trabajo de mayor compromiso de Ray Johnson (figura 38) y su mayor contribución para el arte correo. Entretanto el reconocimiento de su obra sucede más por sus collages que por la creación de la NYCS, una vez que su actividad postal es considerada por la mayoría de los expertos como una actividad secundaria

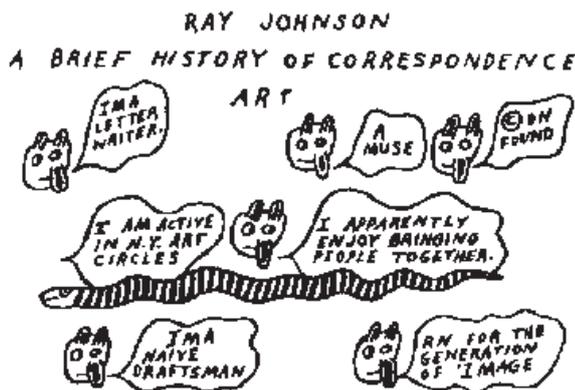


Figura 38 - Ray Johnson, *A brief history of correspondence art*, n.d., dibujo fotocopiado

interesante en su biografía pero no lo suficiente importante para dedicarle demasiada atención. Eso se pudo comprobar en una de las más recientes exposiciones realizadas en el Museo d'Art Contemporani de Barcelona (MACBA), en la cual, a pesar del nombre de la exposición “Ray Johnson - Completar y devolver, por favor” (noviembre/2009 hasta enero/2010) que enfatizaba la participación del artista en una red de comunicación, lo que realmente pretendía destacar eran sus collages⁴⁶. Tim Mancusi (en entrevista a Janssen, 2008b) defiende que Johnson era consciente tanto de esta invisibilidad para el mundo del arte llamado “oficial” como del gran poder de comunicación e intercambio en red. De acuerdo con dicho autor, fueron esos los motivos que llevaron Johnson a identificar sus experimentos postales con la NYCS.

.....
 46 Acerca de este tema he publicado juntamente con el artista correo Pere Sousa un artículo en las revistas electrónicas *Arte y Crítica* y *SalonKritic* (Pianowski & Sousa, 2009).



El funcionamiento de la NYCS dependió sobre todo de la interacción directa entre sus participantes. Como resultado, los primeros envíos se caracterizaron por ser producciones prácticamente únicas, en las cuales sobresalía el carácter personal y laborioso del artista. Algunos de ellos se dedicaron especialmente a crear objetos raros o proyectos estrambóticos, cuya posibilidad de envío era prácticamente impensable. De todas formas, las regulaciones postales eran mucho menos exigentes que ahora y el desafío de entonces era enviar todo desempacutado y visible, aunque en algunos momentos fuera necesario persuadir al personal de los correos a aceptar los ítems sin seguir las normas (Tim Mancusi en entrevista a Janssen, 2008b).

Esta escuela nunca reivindicó ser una innovación, sin embargo las actividades por ella iniciadas se mantienen desde hace más de cuarenta años y hoy en día es valorada por haber sido una de las primeras redes sociales de éxito. Fue a través de la *New York Correspondance School* y de la figura de Ray Johnson que diferentes nacionalidades se unieron vía postal.

Ray Johnson no restringía su correspondencia a los conocidos, así como los envíos no eran limitados a experiencias personales como la mayoría de los realizados hasta entonces. Sin embargo, todo lo que ocurría en la red de la NYCS estaba relacionado directamente

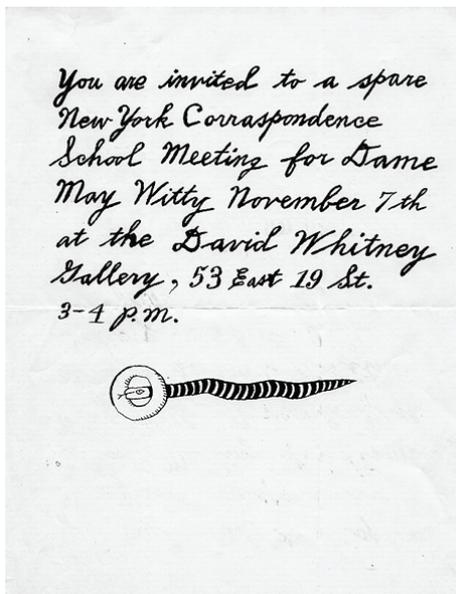


Figura 39 - Ray Johnson, *You are invited to a spare New York Correspondence School Meeting*, 1968-70, dibujo fotocopiado

con su figura y con su performance postal, Ray Johnson era el centro (Crane, 1984a). Mientras tanto él intercambiaba e incentivaba el cambio de material artístico entre las más diferentes personas: artistas, amigos, celebridades e incluso desconocidos (figura 39) y aquellos que intercambiaban correspondencia con la NYCS rápidamente tenían su lista de direcciones ampliada. Según el propio artista: usted debe participar para comprender que la NYCS no tiene ninguna historia, solamente tiene el presente y realmente no importa como usted la llama o deletrea: deje sólo que la correspondencia dé comienzo y elija a su propio socio (citado por Baroni, 1995b).

Incluso considerando que cualquiera pudiese participar, hay que atenerse al hecho de que la red en los primeros momentos funcionaba más de forma directa y unipersonal, manteniendo un gran sentido de privacidad, de manera que la amplia participación sólo ocurriría a finales de los sesenta. Algunos estudiosos como el artista Ken Friedman (1995b) incluso afirman que Ray Johnson —del mismo modo que muchos artistas Fluxus— mantenía una postura bastante privada y autocentrada en la red, de manera que no les interesaba el potencial de transformación social y la calidad de amplia abertura que era defendida por Robert Filliou a través del concepto de “*Eternal Network*”.

Johnson definió la comunicación interpersonal como la esencia del arte por correspondencia, pero su atención todavía estaba volcada en los aspectos visuales y poéticos de la comunicación. Por lo tanto, Ray Johnson, como otros artistas Fluxus, actuaban de manera paradójica: al mismo tiempo que sus trabajos eran implícitamente públicos —eran impresos y distribuidos por correo invitando a la gente a tomar parte— ellos se mantenían en un estricto círculo de artistas, compositores y diseñadores que se conocían entre sí de antemano.

Michael Lumb (1997) también llama la atención sobre a otro punto importante de la trayectoria de Ray Johnson dentro de la red de arte correo, pues a pesar de haber mantenido el artista una constante actividad en ella, eligió no participar en los debates acerca de la práctica, ni tampoco en los encuentros, incluso en aquellos que tuvieron lugar en Nueva York. Del mismo modo, no se dedicó a los sellos de artista (*artistamps*), estampillas de artista (*rubberstamps*), ni postales (*postcards*). En este caso serían los artistas Fluxus los responsables por su entrada y explotación en la red. Lo mismo ocurre con las listas de direcciones. Mientras que Johnson no publica las listas con los nombres y direcciones, los artistas Fluxus lo hacen constantemente, como una manera de incentivar la participación, el intercambio y el crecimiento de la red.

Debido a la frecuente utilización por Ray Johnson tanto de copias como de “reciclajes” en su performance postal, así como la habitual apropiación de los artistas correo de su imagen personal y de sus cabezas de conejito (*bunny heads*), es difícil encontrar un catálogo de arte correo que no haya participado directamente o que no haga ninguna referencia a su nombre. Ahora bien, según sus propias palabras (en entrevista a Martin, 1982, p. 188) pese a que comprende la admiración que los artistas correo tienen hacia él y la influencia que puede tener generado en ellos, nunca ha hablado de mail art, ni tampoco ha estado vinculado a la red. Ray Johnson es, por lo tanto, el padre de una red huérfana.



7.1.3 Robert Filliou & Eternal Network

En 1963, Robert Filliou desarrolla el concepto de “creación permanente” (*fête permanente*) que se basa fundamentalmente en tres puntos:

- a) desmitificación del “autor” dentro de las nuevas acciones artísticas, teatrales y musicales. La diferencia entre público, artistas, exhibicionistas o espectadores, se transforma en algo progresivamente imperceptible.
- b) desmaterialización del trabajo artístico. Es decir, el arte no está obligado a realizar objetos. “Un objeto no es el objeto del arte”.
- c) proliferación de la actividad artística y de sus potenciales intérpretes y protagonistas hasta convertir a cualquier ciudadano en un artista potencial, en un “genio sin talento”. –Cualquiera puede hacer arte. (cf. Donoso, 2009)

Para poner en práctica estas ideas, Filliou, junto con George Brecht, creará dos años después “*La Cédille qui sourit*” (1965-1968),⁴⁷ un centro concebido para ser un espacio internacional de creación permanente ubicado en Villefranche-sur-Mer, un pueblo de pescadores tranquilo y acogedor de la costa francesa. La idea central era conceder mayor importancia a la vida que al arte, oponiéndose a la ideología hegemónica del arte mundial que para ellos ponía exagerado énfasis en la figura del autor y sobrevaloraba la creación de obras maestras. Para Filliou, la técnica tenía una importancia secundaria, sirviendo únicamente para la realización de las ideas con el fin de convertirlas en algo “real”. Aunque no fuera un espacio comercial y sólo abierto al público según la demanda de interesados, este centro fue un espacio de profunda experimentación para los dos artistas. Utilizaban intensamente el sistema postal tanto para difundir las actividades de *La Cédille* o como un medio específico para la realización de muchos proyectos.

Pese a que el proyecto *La Cédille* había terminado tres años después de su apertura, ambos artistas deseaban continuar desarrollando propuestas en las que pudieran colaborar tanto artistas como no-artistas. En este sentido el sistema postal fue fundamental para que sus ideas alcanzaran una escala internacional (Perkins, 1999).

Dentro de este contexto, en 1968, Filliou y Brecht profundizaron en el concepto de “*Fête Permanente*”, es decir, “*Eternal Network*” (red eterna) como ellos mismo tradujeron al inglés. La idea de eliminar la separación entre el artista y su audiencia, o dicho de otra

.....
⁴⁷ La cedilla no existe en la actual grafía española y corresponde a una señal diacrítica (ç) que se coloca bajo la letra “c” (ç) en francés, portugués, catalán y en alguna otra lengua latina.

manera, de juntar arte y vida se intensifica en sus intervenciones artísticas. Filliou, como un entusiasta del arte correo, frecuentemente divulgaba sus ideas por el sistema postal (figura 40), de manera que este concepto se expandió rápidamente por la red, siendo captado de inmediato por los artistas postales. Es por esta razón que, a partir de entonces, la red de arte correo comenzó también a ser llamada de *Eternal Network*.

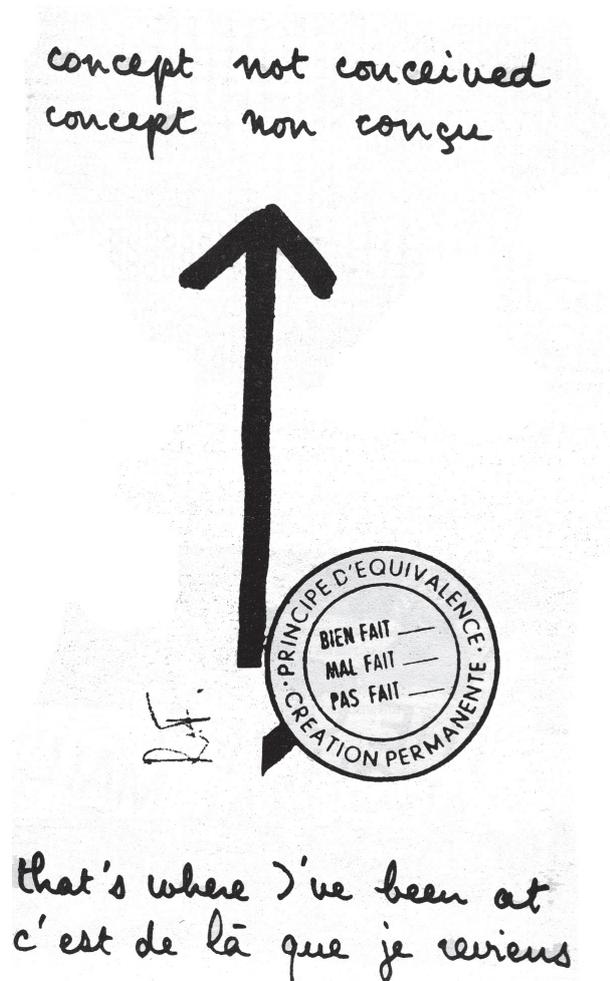


Figura 40 - Robert Filliou, *sin título*, 1971, tarjeta postal.



7.2 Cada cosa a su tiempo: las diferentes fases del arte correo

Las actividades del arte correo se iniciaron a mediados de la década de los cincuenta y han continuado hasta la actualidad, siendo, por lo tanto, un fenómeno bastante duradero en el efímero mundo del arte contemporáneo. Su trayectoria ha estado marcada por sucesivas fases, caracterizadas por su flexibilidad cronológica y establecidas más que nada para facilitar una clasificación inherente al relato histórico. En este sentido es posible detectar sucesivas fases en la historia del arte correo.

7.2.1 Primera fase: Ray Johnson es el centro de la red

La primera fase —que se establece a partir de mediados la década de los cincuenta con los primeros envíos de Ray Johnson— se caracteriza por un periodo más privado en el que su figura era central. Los participantes de la red se reducían a conocidos y personas relacionadas directamente con el mundo del arte (figura 41), o sea, la expresión era individual e implicada en relaciones recíprocas, prácticamente una consecuencia natural de la correspondencia entre artistas. En este momento el correo era un medio habitual utilizado también por los artistas de los grupos experimentales como el Nuevo Realismo, The New York Correspondence School y Fluxus; algunos de sus nombres figuran como los precursores del arte correo.

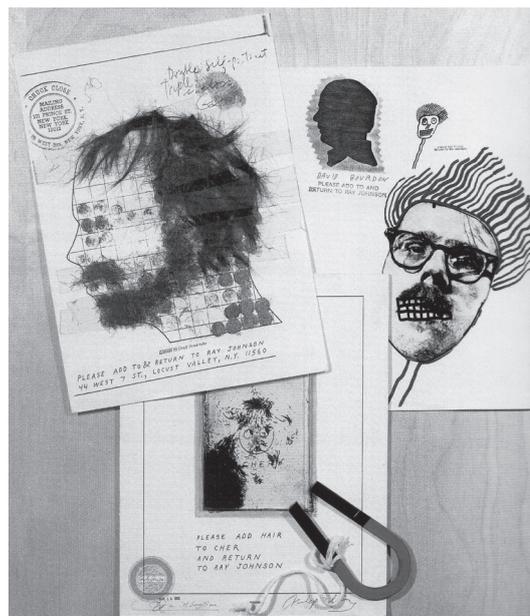


Figura 41 - Correspondencia entre Ray Johnson, Chuck Close, David Bourdon, Geoff Hendricks, Philip Glass, entre otros, s.f.

7.2.2 Segunda fase: la red se amplía

Durante la segunda fase —que se establece aproximadamente a mediados de los sesenta hasta mediados de los setenta— es cuando el arte correo realmente llega al público general y se establece efectivamente como una red internacional:

La red internacional de correspondencia comenzó como una combinación de subredes y su crecimiento derivó del resultado de la interacción y colaboración entre las listas de correo. Durante la década de 1970, el aumento de la visibilidad de los participantes en estas listas a través de exposiciones y publicaciones logró suprimir muchas de las pequeñas diferencias entre las redes regionales y nacionales. El resultado ha sido una red internacional. (Crane, 1984c, p. 133)⁴⁸

Es por lo tanto en este momento cuando la red pasa a ser relacionada con el concepto de “*Eternal Network*” de Robert Filliou, una vez que la comunicación internacional emerge con toda su fuerza tornando posible el potencial del arte correo para el intercambio social y para la contribución de nuevas formas de comunicación en el mundo (Friedman, 1995b).

Es también en este momento cuando se hacen las primeras menciones del arte correo en los medios de comunicación de masas con la publicación de los artículos de Thomas Albright en *Rolling Stones Magazine* (1972) y de David Zack en *Art in America* (1973).

Aparte de esta inclusión “mediática”, las incontables exhibiciones y publicaciones especializadas que se esparcieron por el mundo fueron fundamentales para esta expansión, pues proporcionaron un mayor conocimiento y acceso a la red. En este sentido, los zines “*Amazing Facts Magazine*” (1968) y “*New York Correspondence School Weekly Breeder*” (1971) se destacan como las primeras publicaciones específicas de arte correo y “*New York Correspondance School of Art Exhibition*” —organizada por Marcia Tucker y Ray Johnson en el Whitney Museum of American Art de New York en 1970— y “*La Communication à distance et l’objet esthétique*” —organizada por Jean-Marc Poinot en la Bienal de Paris en 1971— como las dos primeras grandes exposiciones de arte correo.

En esta fase, se instauró con gran fuerza el lema “*do-it-yourself - DIY*” (hágalo usted mismo), impulsado por la democratización de los medios de reproducción mecánica, tales

.....
48 Original en inglés: The international correspondence art network began as a combination of sub-networks. Early growth resulted from interplay and collaboration among mailing lists. During the 1970s, increased visibility of participants on these mailings lists through exhibitions and publications blurred many of the minor distinctions between regional and national networks. The result as an International Network.



como la fotocopia. También es importante resaltar que en este momento algunos artistas Fluxus, como Ken Friedman, que hasta entonces habían participado en la red de un modo más privado y unipersonal, se implicaron intensamente en el arte correo a través de una participación más abierta e internacional, de modo que han tenido un papel fundamental en su florecimiento, no sólo por su activa intervención en los envíos sino que también por las reflexiones teóricas acerca del tema.

El primer gran proyecto Fluxus en arte correo, “*Omaha Flow Systems*”, no sólo impulsó la expansión de la red, sino que se volvió en una referencia para muchos proyectos posteriores. Éste al que nos referimos fue concebido y dirigido por Ken Friedman en 1973. Miles de invitaciones fueron enviadas por correo, al mismo tiempo que se utilizaron los medios de comunicación para divulgar el proyecto (figuras 42 y 43). El resultado fue impresionante: más de veinte mil ítems recibidos en el Joslyn Art Museum que fueron expuestos en diferentes locales; un público estimado en miles de personas; además de un sinnúmero de intercambios y contactos, no sólo entre los participantes, sino también entre éstos y el público (Friedman, 1973). Esta interacción fue posible al existir una propuesta abierta al público para que participase directamente en el proyecto, eligiendo una obra para llevar consigo con la condición de contactar con el autor y expresarle su opinión acerca de la misma. El proyecto también involucró a las escuelas de Omaha y de otros estados y países, y contó con la realización de varios festivales paralelos.

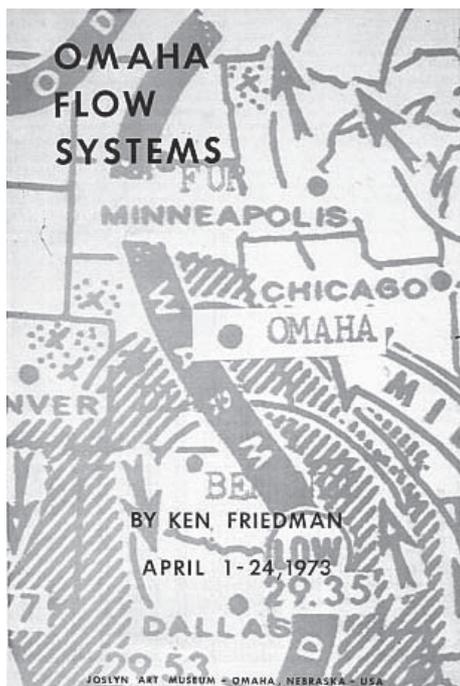


Figura 42 - Poster del *Omaha Flow Systems*, 1973.



Figura 43 - *Omaha Flow Systems*, exhibición de las participaciones, 1973.

7.2.3 Tercera fase: proyección mundial

A mediados de la década de los setenta empieza la tercera fase como reflejo de la amplitud que la red había alcanzado después de los proyectos y exhibiciones realizados en la fase anterior.

Al configurarse como uno de los pocos canales abiertos de comunicación —en especial en relación con el extranjero— capaz de burlar la fuerte censura a que algunas sociedades estaban sometidas, el arte correo llega con gran fuerza a regiones consideradas “periféricas” en el contexto artístico como América Latina y Este Europeo.

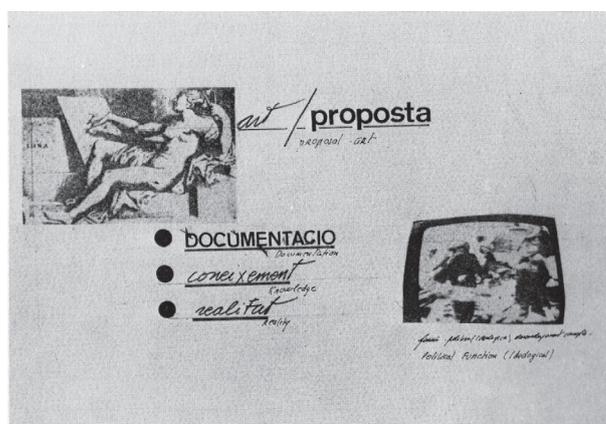
De acuerdo con Argañaraz (1997), se puede afirmar que esta fue “la época de oro” del arte correo por su internacionalización y democratización. Cabe destacar que la participación en la red en estos tiempos era algo que estaba de moda. Es por ello que la relación contradictoria de cantidad *versus* calidad se presenta como uno de las preocupaciones del período. La participación abierta y sin restricciones en la red resultó ser un punto negativo en el sentido de que acompañando a una gran cantidad de participantes se sumó una ola de producciones de muy baja calidad, clasificadas como “correo basura” (*quikkopy crap* o *junk-mail*), que acabaron por provocar que artistas considerados importantes —por su intensa participación y reconocimiento internacional— abandonasen efectivamente la red.

Sobre este aspecto Friedman (1995b) apunta no sólo a la explosión del “correo basura” sino también el exceso de egocentrismo como los motivos que le alejaron del arte correo durante aproximadamente diez años. Sin embargo, Michael Lumb (1997) va más a fondo en el análisis acerca de la salida de la red por parte de los “grandes artistas” que hasta entonces formaban parte de la misma de manera bastante activa. Para este investigador, existen tres razones que justifican este abandono. Primero, que muchos de estos artistas, ya reconocidos en el mundo oficial del arte, no conseguían, ni ideológica, ni cronológica, ni económicamente conciliar sus actividades artísticas “oficiales” con la producción de arte correo. Segundo, el excesivo uso de fotocopias en la red en dicho período era un factor de desmotivación para los artistas, que primaban el intercambio de producciones más artesanales y personales. Y finalmente, el agotamiento del propio medio postal, que para algunos artistas ya carecía de vitalidad.



Esta fase también estuvo marcada por la aparición de decenas de muestras bajo los títulos de “primera” o “primera internacional” a través de las cuales se intentaba ganar el título de protagonista en la red. En Brasil, por ejemplo, las dos primeras exposiciones realizadas en el país se llamaron: “*Primeira Internacional de Correspondencia*” (São Paulo, 1975) y “*I Exposição Internacional de Arte Postal*” (Recife, 1975), de manera que ambas acabaron compartiendo y compitiendo al mismo tiempo por el puesto de muestras precursoras de arte correo y no sólo en ámbito local, sino internacional, algo que resulta imposible de creer para quien conozca la historia del arte correo, ya que con anterioridad a éstas, se habían celebrado ya innumerables muestras internacionales.

Este es también el momento en el cual instituciones importantes se interesan por el arte correo, de manera que esta manifestación comenzó a aparecer de manera más frecuente en bienales y museos de renombre, así como también proliferaron proyectos propuestos por instituciones tales como universidades y espacios sociales de arte y cultura. A partir de esta repercusión en el medio artístico oficial, algunos críticos e historiadores de arte empezaron a considerar el arte correo como una importante forma de expresión artística (Piraí, 1996). Un ejemplo de este interés fue la inclusión del arte correo en la XVI Bienal de São Paulo (1981), que según su comisario Walter Zanini tuvo la participación de casi quinientos artistas de todo el mundo (figura 44). Zanini ha sido un entusiasta del arte correo y en la convocatoria de la bienal afirma que es “innegable la importancia en dar a conocer al público ese nuevo sistema de arte creado para la intercomunicación de los artistas” (1981, p. 7, traducido del original en portugués)



de neutralizarlo (Amaral, 1980). La inclusión sistemática del arte correo en exposiciones oficiales y algunas bienales es una tentativa del sistema por apropiarse de esta manifestación que se concreta por ser marginal y que puede perder significado al abandonar su condición de “alternativa”. Como afirma Padín:

La ley de hierro del sistema en operación: primero la actividad simbólica de los pueblos crea los movimientos artísticos para señalar carencias e imperfecciones en el tejido social y, luego, el sistema, una vez pasado el furor iconoclasta de los primeros momentos, los reencausa a su servicio, mediante la institucionalización y transformando en mercancía aquello que había sido creado para atacarlo, sujetándolo a las leyes del mercado. (citado por Arenazas, 2001)

La institucionalización de prácticas subversivas y marginales es una de las estrategias utilizadas por la historia del arte *mainstream* para determinar qué es y qué no es arte, así como quién es y quién no es importante en un determinado contexto artístico. Al determinar estos límites ella posibilita la cotización de las producciones en el mercado del arte, adecuándose a los intereses del sistema capitalista. Según Stewart Home,

Los mail-artistas, como los dadaístas o los fluxus que les precedieron se hallan divididos a la hora de definir el estatus de su trabajo. Algunos ven lo que hacen como arte, otros no. Desde una perspectiva materialista, el mail-art no es arte porque no es convertido en mercancía por la burguesía. En conjunto queda fuera del proceso social que otorga a una actividad el estatuto de arte. (Home, 2002, p. 160)

Este proceso social de que nos habla Home, es justamente la tentativa de categorización determinista y, en la mayoría de las veces, tendenciosa realizada por una gran parte de los críticos e historiadores del arte. Este intento es altamente pretencioso porque después de Duchamp la respuesta a la pregunta “qué es arte?”, se hizo extremadamente polémica y dudosa.

Bajo esta perspectiva existe una gran dificultad en definir exactamente qué es el arte correo y al mismo tiempo que se encuentra cierta resistencia por parte de algunos artistas a que el tema sea definido y sistematizado:

Si pudieran definir el arte correo en una o dos frases iniciarían su institucionalización y las páginas de los libros de arte acogerían el nuevo término con gran beneplácito, claro que entonces empezaría el fin del arte correo tal como lo conocemos hoy [...] No defino arte correo, lo hago! (Gracia, 2002, s.p.)

Pese a la presencia del arte correo en grandes exposiciones como las bienales, principalmente en los años ochenta, este tema todavía se caracteriza por ser una laguna en la historia del arte. Uno de los aspectos de esta ausencia es que la comercialización del



arte correo, si ocurre, es poco significativa y muy criticada por los artistas. Las estrategias utilizadas por el sistema del arte para institucionalizar y consecuentemente incluir el arte correo en el mercado no fueron exitosas, muy probablemente, por no haber un núcleo central en la red, lo que provoca el suceso de acontecimientos simultáneos e imposibilita un control general de artistas y obras. Además una gran parte de las producciones son colectivas, anónimas o no permiten la distinción entre original y copia.

Por otro lado, las bienales tuvieron un papel positivo en el sentido de ampliar el conocimiento de esta manifestación a un público aún extraño a ella. Además de esto, las asociaciones que se formaron y el apoyo de instituciones públicas sin fines lucrativos, como universidades o fundaciones, consolidaron los ideales de la red, dificultando que la misma se hiciera uno más de los productos del mercado del arte. Cabe destacar que, de acuerdo con Friedman (1995a), esta época se ha caracterizado por una gran intensidad de moral, pasión y compromiso, así como por un interés real en el concepto de red, en el que el aspecto social es más importante que el producto artístico.

En esta fase también se puede decir que muchos artistas, aportando visiones e ideas particulares, se situaron como auténticos líderes del movimiento: Carlo Pittore, Chuck Welch, Ken Friedman, Vittore Baroni, Ruggero Maggi, Guglielmo Achille Cavellini, Ullises Carrion, Ana Banana, Bill Gaglione, Shozo Shimamoto, Dobrica Kamperelic, Hans Ruedi Fricker, Michael Crane, John Held Jr., Judith Hoffberg, Edgardo Antonio Vigo, Guillermo Deisler, Clemente Padín, Paulo Bruscky, Hugo Pontes, Guy Bleus, György Galántai, Klaus Groh, Pawel Petasz, Géza Perneczky, Rea Nikonova, Robert Rehfeldt, Ruud Janssen, Robin Crozier, Ryosuke Cohen entre otros. Artistas que —con raras excepciones— son ignorados por el sistema hegemónico del arte, no figurando en la mayor parte de las publicaciones de historia, teoría o crítica de las artes.

7.2.4 Cuarta fase: análisis y reflexiones

A partir de mediados de los años ochenta se iniciaron los análisis teóricos más comprometidos sobre el arte correo una vez que en este momento esta práctica adquiere madurez y se establece como un fenómeno artístico: es practicada por millares de personas alrededor del mundo y tiene su propio discurso e historia. Como resultado se empiezan a publicar los primeros libros y a desarrollar las primeras investigaciones académicas dedicadas exclusivamente al tema.

En este período también se hizo el intento, especialmente por parte del suizo Hans Rudi Fricker, de llevar a cabo uno de los primeros encuentros personales entre artistas a través de congresos y del turismo. Desafortunadamente, por cuestiones de distancia, tiempo y/o dinero, no gozaron de gran éxito en cuanto a número de participantes, aunque igualmente demostraban el énfasis que la conexiones y relaciones interpersonales asumían en la red de arte correo.

Como importantes publicaciones del período se deben destacar los libros “*Correspondence Art*” de Michael Crane & Mary Stofflet (1984) y “*Eternal Network: A Mail Art Anthology*” de Chuck Welch (1995) que, pese a los casi diez años de diferencia entre sus fechas de publicación, son notables referencias para entender el fenómeno porque trazan una revisión histórica del arte correo a través de la contribución de distintos participantes de la red (figura 45).



Figura 45 - Portada de los libros “*Correspondence Art*” (izquierda) y “*Eternal Network*” (derecha).

La disolución de las dictaduras en Latinoamérica y la caída de los gobiernos totalitarios del Este Europeo a finales de los ochenta/inicio de los noventa significaron también un punto decisivo para enmarcar la cuarta fase en el arte correo, una vez que la disminución de las fuerzas represoras y opresoras y el consecuente incremento de las libertades políticas y sociales, así como también de expresión, permitió la efectiva comunicación —sin interrupciones forzadas por parte de la censura— entre los diferentes artistas de la red. Sin embargo, esto también puede haber derivado en una disminución del carácter político-ideológico de las producciones de arte correo que hasta entonces se mostraba de forma relevante en dichos contextos, debido a su significativa importancia a la hora de mantener las líneas de comunicación abiertas.



Un momento relevante del período que se ha de destacar fue la propuesta de “Huelga de arte” (*Art Strike*, 1990-1993) de Stewart Home (1995). No fue concebido para ser un proyecto de arte correo, sin embargo muchos de los que se involucraron estaban íntimamente relacionados con y a través de la red. La propuesta de Home era generar un debate crítico internacional acerca del concepto de arte, con la intención de plantear a los artistas cuestiones del “por qué” y “para quién” del hacer artístico, así como discutir la legitimación del arte como algo asociado al poder socio-económico y como marca de distinción, privilegio y buen gusto. Serán muy pocos los que realmente dejan de trabajar, distribuir, vender, exponer o discutir su producción artístico-cultural en el período comprendido entre el 1 de enero de 1990 y 30 de enero de 1993. Sin embargo, la propuesta y sus planteamientos acaban siendo una referencia no sólo para el arte correo sino también para otras redes de artistas al indicar el camino para que el networking internacional pueda ser utilizado a la hora de difundir planteamientos sociales radicales.

7.2.5 Quinta Fase: la red en la red



Figura 46 - *Networker Congress Statements*, 1992.

Las nuevas tecnologías de comunicación que se popularizan a finales de los años ochenta/inicio de los noventa, como el fax y, principalmente Internet también sirvieron para enmarcar esta última fase y revitalizar la red. Hubo algunos proyectos importantes que trataron de la relación entre las nuevas tecnologías de comunicación y el arte correo, como el “*Fax Congress*” (1992) o el “*Decentralized World-Wide Networker Congresses – NC92*” (1992) (figura 46). Este último ha movilizó a innumerables artistas correo en distintos países y servido de referencia para la apropiación de Internet por la red de arte correo en los años posteriores.

Fue, por lo tanto, la consolidación de Internet como un espacio de desarrollo de proyectos artísticos, a partir de los primeros años de la década de noventa, lo que realmente demostró su relevancia para el arte correo,

puesto que a través de ella este movimiento artístico se desvinculaba del uso predominante del sistema epistolar, establecía nuevos modos de hacer y, más que nada, adquiría una nueva concepción del tiempo de envío/recepción de sus producciones.

A través de Internet se produce una conexión rápida y relativamente democrática entre los distintos puntos del planeta, proporcionando el acceso a un gran número de interesados en las informaciones históricas y estructurales sobre el movimiento internacional de arte correo, al tiempo que divulga con mayor eficacia y amplitud sus proyectos y convocatorias. Además de esto, existe el aspecto intermedia que impregna esta producción en red donde el medio virtual se vuelve una herramienta fundamental. Aunque que en 1995 ya existía Internet, será solamente en 1997-98 cuando la entrada de estas tecnologías en la red se imponga a través de la creación de muchas páginas relacionadas con el tema,⁴⁹ de manera que actualmente hay innumerables webs y blogs donde se puede obtener e intercambiar información acerca del arte correo. Sin embargo, para Pere Sousa esto no es de todo un ventaja porque predominan blogs de estructura demasiado enrevesada y poco manipulables.⁵⁰

Actualmente, la actividad de la red de artistas postales puede ser seguida en Internet a través de la página Web⁵¹ de la asociación internacional de artistas correo (*International Union of Mail Artists - IUOMA*) creada por Ruud Janssen en 1988 y que actualmente cuenta con una comunidad en línea de miles de artistas (figura 47).

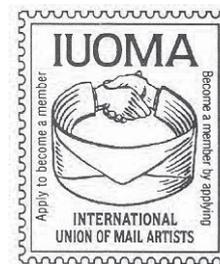


Figura 47 - Sello de la International Union of Mail Artists (IUOMA).

Los efectos de Internet en la red de arte correo fueron el tema de la investigación doctoral realizada por Honoria Starbuck en la tesis titulada “*Clashing and Converging: Effects of the Internet on the Correspondence Art Network*”, analizada en el capítulo anterior. La artista e investigadora, a través del análisis de un determinado número de páginas, proyectos y grupos de discusión en línea, ha concluido que las redes electrónicas contribuyeron de manera positiva a que hubiera no sólo un cambio tecnológico sino también estético en las proposiciones artísticas de la red de arte correo (Starbuck, 2003).

.....
49 Pere Sousa a través de comunicación personal con la autora (2010). Es interesante destacar que <www.merzmail.net> desarrollada por este artista y poeta español, fue la segunda web publicada en castellano, siendo la primera <www.artepostal.org> desarrollada por el mexicano Gerardo Yepiz.

50 Pere Sousa a través de comunicación personal con la autora. 2010.

51 Página Web: <http://www.iuoma.org/> y red social: <http://iuoma-network.ning.com/>



Para el artista correo italiano Vittore Baroni (2005b) el gran número de integrantes de la red como resultado de la conexión digital no ha sido tan positivo, pues, según el artista, provocó la fragmentación del arte correo en miles de proyectos individuales, perdiendo su “filosofía” comunitaria. Baroni también cree que el arte correo en la contemporaneidad se estancó, pues para él:

Últimamente, el Arte Correo se está cerrando en sí mismo por su imposibilidad general de proponer nuevos conceptos de red, diferentes al gastado formato de “show temático”, el envejecido zine “ensamblado”, la interminable cadena de cartas del tipo “agregue y páselo”. (2005, p. 156)

Sin embargo, para Michael Lumb (1997) lo que ha ocurrido fue un cambio de concepto de lo que se puede entender como un artista correo: mientras que a finales de los años cincuenta, lo que le definía era la conexión con Ray Johnson y la NYCS; en los sesenta y setenta fue la exploración del sistema postal; pasando a ser en los noventa una deliberada y conocida participación en la red como un acto social, en que los envíos en sí mismos pasan a tener poca o ninguna importancia.

De esta forma, el arte correo pasa a poner todo su énfasis en la comunicación y la colaboración, creando una nueva y legítima plataforma de participación, estableciéndose como uno de los precursores de la “necesidad contemporánea de constituir redes” (Cauquelin, 2005, p. 152) y contribuyendo de modo significativo al entendimiento del panorama actual del arte y de las redes sociales.

8. Práctica múltiple: lo que circula en la red

*Without solidarity or empathy,
Mail-Art is an angel with burning wings.*
(Guy Bleus, 1995)

En el arte correo las más diferentes propuestas estéticas son puestas en circulación a través del sistema postal. De manera que en esta forma de expresión artística “el correo es utilizado como vehículo, como medio y como fin, formando parte/siendo la propia obra” (Bruscky, 1985a, p. 77).

El tránsito de los envíos también forma parte de la estructura de funcionamiento del arte correo, de modo que su producción también está condicionada por parámetros de la burocracia postal como la dimensión, los franqueos y el peso. Según Ulises Carrion (1984), las mejores piezas de arte correo son aquellas en que el sistema postal se integra como un elemento funcional y esencial del trabajo.

Además, el éxito o el fracaso de una producción de arte correo no esta pendiente sólo de su calidad visual/estética sino sobre todo de su calidad comunicativa de provocar una respuesta y así mantener la dinámica de la red. De manera que en la propia red hay una “selección natural” de lo que tiene o no calidad, es decir de lo que funciona o no como arte correo, como afirma el artista Andrej Tisma:

Los autores de ideas pobres, de ejecución defectuosa y con una débil posibilidad de energía creativa que irradie de su trabajo no encuentran ninguna respuesta por parte de otros participantes en la red de arte correo. Sus obras siguen sin respuesta ya que nadie en el arte correo está bajo ninguna obligación de contestar, y se ven excluidos de la red después de un tiempo (o más bien, se han excluido). Por otra parte, valiosas obras de gran alcance y que provocan reacciones diversas, incentivan a que sus autores realicen obras nuevas y eficaces. (1986, p. 6)52

.....
52 Original en inglés: Authors of poor ideas, with faulty execution, and a weak potential of creative energy radiating from their work do not find any response from other participants in the mail-art network. Their works remain unanswered, since in mail-art nobody is under any obligation of answering, and they will find themselves excluded from the network after some time (or rather, they will have excluded themselves). On the other hand, valuable works cause powerful and various reactions, which will encourage their authors to produce new and effective works.



La capacidad comunicativa de los envíos es, por lo tanto, un elemento dimensionador de la actividad de los artistas correo y sirve para estrechar lazos y delimitar sus redes. Además de los intereses comunes y de la ideología que sustenta la red.

8.1 Ideología utópica

A pesar de la aparente libertad que parece envolver el medio, existen algunas “pautas operacionales” relacionadas con las convocatorias de arte correo que fueron creadas en el transcurso de su desarrollo. Existe una polémica alrededor de este tema una vez que estas pautas muchas veces son asociadas a reglas estrictas, presuponiendo el arte correo como algo dogmático. Sin embargo, estas pautas —establecidas a partir de las frecuentes exposiciones de la década de setenta— deben ser entendidas más como un direccionamiento ético de comportamiento dentro de la red o como un acuerdo mutuo de confianza y complicidad entre sus participantes, que como normas rígidas.

Las pautas ampliamente divulgadas en la red y que suelen ser seguidas por los artistas en sus convocatorias son:

- las obras no son comercializadas;
- en los proyectos de exposición no existen jurados de admisión;
- no hay devolución de obras;
- no hay censura;
- hay total libertad de medios;
- soportes y todas las obras recibidas son expuestas y
- todos los participantes reciben la respectiva documentación gratuitamente.

La disconformidad con estas pautas suele generar una serie de polémicos debates, especialmente si ocurre en el ámbito de la comercialización⁵³ o de la selección⁵⁴ de

.....
53 Sobre la comercialización es interesante verificar el debate “Opiniones sobre subastas de mail art” (http://www.boek861.com/opiniones_sub.php) suscitado por Cesar Reglero a partir de la posible ocurrencia de una subasta de mail art en París en 2003 convocada por Marc Florant Contemporary Art.

54 Sobre la selección se puede destacar la exhibición “*Mail Art then and Now Mail Art Internacional Show*” en el Franklin Furnace de Nueva York, que no sólo ha generado un polémico debate por parte de los artistas sobre el tema sino que además ha resultado en el boicot de la exposición por grande parte de ellos. Todo porque la Dra. Ronny Cohen, comisaria de la muestra, había afirmado que buscaba exhibir el “arte” dentro del arte correo (Welch, 1995b, p. 190), es decir, ha intentado exponer el arte correo como el arte convencional y sus obras maestras.

producciones. Por otro lado, la admisión de las mismas lleva al entendimiento del arte correo como una tendencia:

- no-competitiva —no hay premios;
- igualadora —consagrados artistas postales exponen junto con anónimos; y
- anticonsumista —no comerciable.

Aspectos que le caracterizan como una forma alternativa de arte, sin sumisión al “mercado del arte, sin jerarquías y sin fronteras. Esa visión un tanto utópica, es la visión que predomina tanto en el discurso como en la práctica de los que asumen el arte correo como “un intercambio internacional de arte, ideas y amistad, un instrumento humano de comunicación” (Bleus, s.f.). Sin embargo, hay que tener en cuenta que en el mundo del arte correo, como en la vida misma, también uno puede toparse con sentimientos como sospecha, celos y sexismo, con rumores o chismes, con censura por grupos de puristas etc., y que por lo tanto, a partir de una visión menos utópica y más realista, la comunicación y el intercambio sólo ocurrirán cuando realmente haya empatía entre las partes.

En el arte correo el envío asume, por lo tanto, la doble condición de “dispositivo poético” y “dispositivo social”, algunas veces la primera se sobrepone a la segunda, otras veces pasa el contrario, sin embargo las producciones más interesantes son las que logran las dos condiciones en igual medida.

Pese a que la calidad socio-poética de los envíos sea el determinante en la continuidad de una red comunicativa entre dos o más artistas, el gran interés en el arte correo —y que no debemos perder de vista— es su carácter marcadamente social y en este sentido, el foco se dirige a los artistas, no percibidos como genios, lo que suele pasar en el *mainstream*, pero sí reconocidos como actores sociales que provocan y al mismo tiempo están receptivos a la interacción. Es en esta doble acción cuando estos artistas constituyen redes.

Los envíos que circulan en la red no son, por lo tanto, el aspecto más importante cuando se investiga el arte correo, sin embargo, el conocimiento de los principales métodos y medios utilizados facilita la comprensión de la dinámica de la red.



8.2 Dialéctica de los medios

De acuerdo con Julio Plaza (1981), el artista del arte correo tiene a su disposición el mundo de la información, interaccionando dentro de él, creando y recreando, traduciendo y manipulando la información a través de estos medios. De esta forma, el arte correo, además de utilizarse como un medio alternativo de circulación de arte —el sistema postal—, se realiza a través de una amplia diversidad de métodos y medios, como:

- divulgación de convocatorias;
- propuestas de “añade y retorna” o “añade y pásalo”;
- creación de tarjetas postales, cartas, sobres, sellos de artista (*artistamps*) y sellos de goma de artista (*artist rubberstamps*);
- simulacros postales;
- xerografía artística;
- publicación de revistas y zines; etc.

La amplitud de formas que los artistas correo utilizan para sus envíos confieren al arte correo una logística particular, que es al mismo tiempo innovadora e imprevisible. Como afirma Charles François:

La red de arte correo funciona como un gran juego corriendo a través de minijuegos llamados proyectos. Invitaciones, creaciones, textos y listas se convierten en objetos que unen a los artistas en la distribución experimental de sensibilidad que está en constante transformación. (1995, p. 121)⁵⁵

Hay que señalar que la mayoría de los envíos de arte correo son realizados a partir de la superposición de diferentes elementos como, por ejemplo, el uso simultáneo de collages, sellos y fotocopias. De modo que,

[...] en este tipo de arte predomina el espíritu de mezcla de medios y de lenguajes, el juego es precisamente invadir otros espacios-tiempo. [...] El mail art o arte correo (que también es una placentera artesanía) es esencialmente un arte de vehículo y comunicación interpersonal o de microgrupos. En él todo es contenido: vehículos dentro de vehículos. (Plaza, 1981, p. 8, traducido del original en portugués)

Uno de los aspectos de la complejidad del arte correo es la multiplicidad de posibilidades de lo que circula en la red, de manera que —a diferencia de la gran mayoría

.....
⁵⁵ Original en inglés: The mail art network operates like a big game running through mini-games called projects. Invitations, creations, texts and lists become artefacts that link actors together in the experimental sharing of ever-changing sensibilities.

de manifestaciones artísticas— es imposible tener un estilo o una apariencia determinada que defina lo que es o no es arte correo. Como señala Cirlot:

Las ideas en torno al Mail Art y a los que lo practican son realmente muy diversas y pueden plantearse desde múltiples puntos de vista: desde una actividad con claras connotaciones sociológicas hasta incluso de carácter psicológico. Tampoco pueden olvidarse toda una serie de aspectos puramente formales en relación con la apariencia del Mail Art en sí. El aspecto de la obra varía enormemente y puede presentarse tanto bajo una fórmula de austeridad implacable como llegando a sorprender por su exagerado barroquismo. Todo se halla en función de cómo aparecen los mensajes escritos (si los hay), la tipografía empleada, los sellos y matasellos, los pequeños dibujos o esquemas adjuntos, así como un repertorio de múltiples y diversos pequeños objetos que van desde cualquier cosa cotidiana, por más trivial que pueda parecer, hasta elementos marcados por su carácter sofisticado y raro. El color o los colores de todas estas obras de Mail Art contribuyen también en no poca medida a determinar el conjunto de la obra. (1994, pp. 4-5)

Los elementos como la sátira, la parodia y la resignificación de los objetos que circulan cotidianamente a través del correo, en especial relativos a la burocracia oficial o a la propaganda enviada (*junk mail*) igualmente son frecuentes en la red. Esto se realiza a través de la manipulación o imitación de las tipografías y/o estilos más usuales; de la transformación de los avisos y logotipos según el interés de los artistas; del reciclaje o reutilización de lo que es recibido.

El lenguaje es otro elemento de gran fuerza y presencia en el arte correo, de manera que las palabras aparecen para presentar, amplificar, explicar y dar apoyo a las ideas y percepciones que oscilan desde el ámbito personal y humorístico al extremadamente serio y comprometido (Crane, 1984b). Este último aspecto proporciona —al mismo tiempo que es proporcionado por— la abundante presencia de poetas experimentales en la red.

La red también va servir para la distribución de la documentación o información relacionados a los *performances* o arte de acción, práctica artística que despunta en los sesenta. En el mismo período en el que el arte correo ya se había dado a conocer en el medio artístico de vanguardia, de manera que los artistas de performance se apropian de la red para circular las notas, fotografías, instrucciones, entre otros documentos relacionados con sus acciones. Algunos artistas incluso han conseguido reunir el sistema postal como parte integrante de sus propuestas, lo que se conoce como acción postal (*postal action*). La primera acción postal conocida fue “*Thank you*” (1959) de Dick Higgins (Crane, 1984a, p.94) (figura 48).



THANK YOU

Dick Higgins

-dedicated to Allan Kaprow and George Brecht

Any number of couples of either sex may be included in any performance of thank you. Any performer may be included in more than one couple if desired. Index cards are typed by the director to say "thank you social situation." These words may appear anywhere on the card such that neither phrase obscures the other. Identical cards are sent to each member of each couple in identical envelopes containing other identical materials, for example, one pair of identical envelopes--identical except for the addresses--might contain identical cards plus identical neckties, labels or coins. Each envelope is mailed to each member of each couple in the care of the other member of each couple. For example, if Miss A and Uncle B are members of one couple, then the card for Miss A is sent care of Uncle B, and the card for Uncle B is sent care of Miss A. Each envelope is addressed by typewriter, and each is stamped "personal" in the lower left-hand corner. The performance continues couple by couple and concludes when the last couple has finished reacting to the opening of the envelopes.

Figura 48 - Dick Higgins, *Thank you*, 1959, instrucciones, acción postal.

Las obras de arte correo se configuran, por lo tanto, a partir de una “dialéctica entre los medios”, denominada por Dick Higgins (1967) “*intermedia*”, de forma que sus partes, cuando aisladas, pierden su significado. De modo que en el arte correo la importancia no se concentra específicamente en los envíos, sino en todo el proceso de circulación. No obstante, por una cuestión sistemática, en el presente apartado los elementos que forman parte de la logística del arte correo serán descritos y ejemplificados separadamente, aunque, deben ser entendidos en sus más diferentes posibilidades de combinación.

8.2.1 Listas

Cuando Fluxus empezó a utilizar el sistema postal de manera más efectiva y con objetivos menos privados, la escena artística experimental era todavía reducida y desconocida, lo que dificultaba el encuentro de los que tenían los mismos intereses. Para minimizar esta barrera se crearon las listas de envíos y listas de miembros Fluxus que son publicadas regularmente por George Maciunas. A través de estas listas era posible saber quienes compartían los intereses Fluxus, donde actuaban y que producían, de manera que a través de ellas se podía entrar en contacto para el intercambio de arte e ideas.

A partir de 1966, Ken Friedman empieza a hacer compilaciones anuales de las listas Fluxus, actualizándolas para que nuevos artistas pudieran ser localizados e identificados fácilmente. Las proporciones que estas listas alcanzaron fueron enormes, tanto es así que en 1972 tenían 1400 nombres y direcciones (Friedman, 1995b, p. 9).

Las listas de intercambios se configuran como el primer “*modus operandi*” del arte correo. Sin embargo, cabe señalar que en un primer momento estas listas servían principalmente para el intercambio de las producciones —tanto experimentales como tradicionales (dibujo, pintura etc.)— entre los artistas a través de los correos y será solamente a finales de los años sesenta e inicio de los setenta cuando estas listas empiezan a ser utilizadas más específicamente en la red de arte correo.

8.2.2 Convocatorias

Una gran mayoría de la veces la actividad de los artistas correo ha empezado por el llamamiento de alguna convocatoria. Las convocatorias de arte correo son proyectos



creados por artistas y/u organizaciones en los que generalmente hay un tema que se va a desarrollar, que puede ser de enfoque puramente artístico o lúdico. Sin embargo, hay un gran número de convocatorias claramente comprometidas y que se apropian de la red para realizar denuncias, alertas o apoyos a situaciones injustas o de riesgo.

La determinación del tamaño del envío y de las técnicas utilizadas son fijadas previamente por el promotor, siendo en la mayoría de las veces, determinadas como de libre elección por el participante. Además, esas convocatorias generalmente también son de libre adhesión.

En las primeras fases, las comunicaciones de nuevas convocatorias eran hechas solamente por vía postal, en que los materiales referentes a las mismas eran divulgados a las direcciones encontradas en las listas de participantes de otras convocatorias o catálogos de exposiciones, siendo, así, más dirigidas a determinados artistas o grupo de artistas. Después del surgimiento de Internet, los anuncios de convocatorias se esparcen por la red virtual, siendo más ampliamente accesibles a cualquier interesado. No obstante, la entrada de Internet en la red ha cambiado paulatinamente la forma y el contenido de los envíos que actualmente ya no se restringen al sistema epistolar, más bien al contrario, se configuran como mayoritariamente virtuales.

8.2.3 Proyectos de autoría colectiva

Las propuestas llamadas “añade y pásalo” o “añade y pásalo” son otra manera de promocionar la participación en la red. En ellas generalmente hay una imagen u objeto preexistente que el destinatario tendrá que interferir o manipular para darle un nuevo carácter.

La comunicación y participación no es necesariamente bidireccional —de envío y retorno entre proponente y receptor—, una vez que puede, al contrario, darse de manera multidireccional. En este último caso, se requiere que un destinatario envíe a otro y éste a otro y así sucesivamente, creando una cadena de envíos hasta que se decida (o ya esté preestablecido) que la obra está lista para retornar al proponente.

En Internet estas propuestas son muy comunes por la facilidad en capturarse imágenes y manipularlas virtualmente sin la necesidad de impresión, lo que abarata el coste, además de hacer que el “juego” sea más veloz.

Estos proyectos de autoría colectiva ya era realizados por los surrealistas en sus juegos artísticos imbuidos del sentido de la cooperación, como en el caso del *cadavre exquis*, sin embargo, fue a través de Johnson que esta actividad se consolidó en el medio postal (figura 49), puesto que “su amor por la colaboración y por el hábito de reciclar trabajos viejos en nuevos, creó un flujo dentro del arte correo que circunda el globo con las instrucciones ‘añade y retorna’ a Ray Johnson” (Bloch, 1995, s.p.).⁵⁶

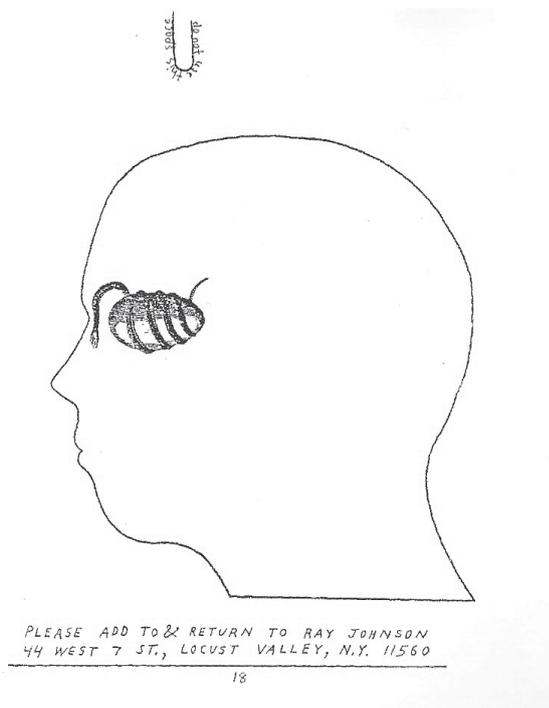


Figura 49 – Ray Johnson, “add to & return”, c. 1960, dibujo fotocopiado.

El proyecto “*Brain Cell*” (figura 50), desarrollado por Ryosuke Cohen, desde 1985,⁵⁷ es un óptimo ejemplo del funcionamiento del “añade y pásalo”. A través de este proyecto, Cohen busca romper con la linealidad de la comunicación establecida tradicionalmente por los correos, creando redes más complejas de recorridos de las propuestas artísticas. Los intercambios propuestos por el artista implican la posibilidad de intervención en los envíos recibidos para reenvío a nuevos destinatarios, de forma que los mensajes recorren itinerarios no-lineales hasta que retornen al artista.

.....
 56 Original en inglés: His love of collaboration and a habit of recycling old works into multi-layered new ones resulted in a flurry of mail art circling the globe with instructions to “add to and return” to Ray Johnson.

57 Pese a que el proyecto haya empezado en 1985, todavía sigue activo y el artista tiene casi ochocientas “células” retornadas. Cabe destacar que las intervenciones son realizadas en hojas de grande formato como 30x42 centímetros, por ejemplo.

8.2.4 Tarjetas postales

Como se ha visto anteriormente, desde las vanguardias históricas, como el dadaísmo o el futurismo, hasta el arte conceptual la tarjeta postal ha sido utilizada como soporte artístico, no obstante Ray Johnson también fue el precursor de su uso en la red.

La tarjeta postal de artista también llamada de “*postcard*”, según Vittore Baroni (2005, p. 41), o “*mail-artcard*”, conforme Guy Bleus (2005, p. 93), es uno de los medios más utilizados por los artistas correo, sin embargo no ha concentrado a su alrededor ningún grupo de artistas dedicados exclusivamente a su producción como pasa con los sellos y sellos de goma de artista.

Según Baroni (2005), nunca se ha publicado ningún tipo de manifiesto de las tarjetas postales de artistas, del mismo modo que son prácticamente inexistentes las publicaciones dedicadas exclusivamente a este medio. El autor cree que esto probablemente ocurra porque la tarjeta postal no permite, al revés de la estampilla o sello de goma, la apropiación y la parodia de los símbolos burocráticos; además, también destaca que la tarjeta postal “reproduce” en miniatura (rectángulo) el formato tradicional de la pintura, forma/concepto de la cual muchos artistas correo normalmente desean alejarse.

Sin embargo, Michael Lumb (1997) defiende que la postal es el arte correo por excelencia debido a su contenido abierto, lo que posibilita la interacción/lectura por todos los implicados en el sistema postal, es decir la cadena de personas que va desde el trabajador de correos que sella, pasando por el cartero hasta llegar al receptor.

Los artistas correo igualmente se aproximan a la tarjeta postal intentando redefinir sus límites y reglas, como por ejemplo cuando se utilizan objetos y los envían a descubierto (figura 51) —lo que hoy día ya no es más posible debido a las reglas de los correos que ya no permiten que los objetos sean enviado fuera de un embalaje—, o cuando rompen con el tamaño estándar creando micro o macro tarjetas, o cuando crean tarjetas en formatos especiales, con partes removibles, elementos en relieve o producidas en materiales diversos (figura 52). También hay varios artistas correo que utilizan el formato estándar de la tarjeta



Figura 51 - George in Georgia, *More leather the walkin'kind*, s.f., suela de cuero sellado.



postal creando piezas únicas o series limitadas en las cuales emplean las más variadas técnicas como collage, fotocopia, fotografía etc.



Figura 52 - Tim Drage, sin título, disco de 45 rpm enviado con la dirección escrita sobre el vinilo y con el sello en la parte central, 2000.

Según Bleus (2005), lo importante en los *mail-artcards* no es la forma, las medidas y tampoco el tema, sino la intención y expectativa del artista. Mientras tanto, este autor clasifica los temas más recurrentes en la red de arte correo como los de promoción o autopublicidad y los de mensajes antimilitaristas, ecológicos y de crítica socio-política.

Hay que destacar también las postales de carácter más conceptual que ponen en evidencia la propia red de arte correo, que juegan con las convenciones burocráticas que

envuelven los envíos postales o que incitan a la reflexión sobre la propia naturaleza de la tarjeta postal como la postal “*Is there any post?*” de Pier Van Dijk (figura 53).

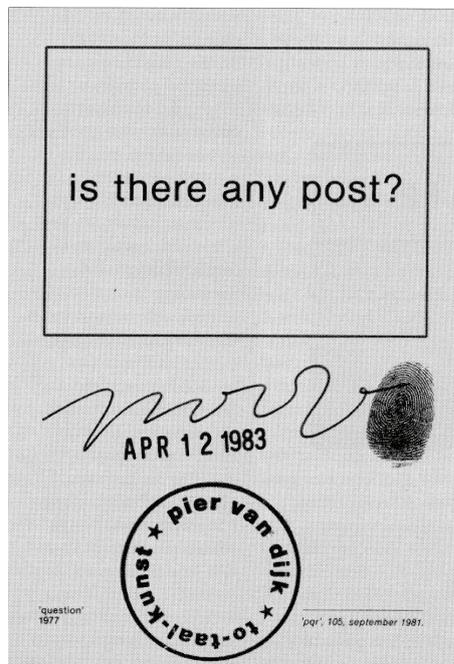


Figura 53 - Pier Van Dijk, *Is there any post?*, Países Bajos, 1983.

8.2.5 Sellos de artista

Los sellos de artista son como pseudo-sellos de correos, es decir, imitan su forma y tamaño, sin embargo tienen un uso artístico. Los sellos de artista son impresos o grabados, contienen perforaciones, son adhesivos o engomados, siendo producidos muchas veces en edición limitada (firmada y numerada), contienen alguna indicación sobre el autor de la emisión —que puede ser real o ficticio—, llevan alguna denominación y pueden sustituir aparentemente un sello en un envío postal, teniendo el mismo aspecto y calidad de impresión que tendría un ejemplar oficial.

Por otro lado, existen las “imágenes de sellos” que difieren de los sellos de artista. Las imágenes de sellos son sugerencias que recuerdan sellos, pero en realidad son acuarelas, dibujos o grabados que generalmente tienen las perforaciones diseñadas y se presentan en tamaños mayores que las estampillas convencionales. Ambos tipos son ampliamente utilizados por los artistas correo, aunque no se limitan a las actividades de la red, siendo muchas veces comercializados.



El sello de artista nació antes del establecimiento del arte correo con el artista francés neorrealista Yves Klein. Este artista, como se ha mencionado anteriormente, elaboró una estampilla azul en 1957 y la fijó en las invitaciones para su exposición causando un escándalo burocrático cuando llegó a ser enviada y timbrada con éxito en la década de los cincuenta (Held, 1998). Esta acción se convirtió en un punto de referencia para el arte correo a pesar de no estar vinculada a él. Sin embargo, el reconocimiento de los sellos de artista como un género artístico se daría a partir de su frecuente utilización por los artistas *Fluxus* y del *New York Correspondance School*.

Robert Watts, a través de las estampillas llamadas “*Yamflug*” (1963) y “*Fluxpost*” (1965), fue el primero artista Fluxus en crear y exhibir sellos de artista (figura 54).



Figura 54 – Robert Watts, *Yamflug*, 1963, sellos de artista.

Realizados de igual manera que las estampillas oficiales, estos sellos fueron impresos en diferentes colores y se separaban por un marcoafiligranado. Además de esto podían ser adquiridos a través de máquinas dispensadoras mediante el pago de 5 centavos de dólar por cada unidad. Imágenes de diversos rostros con las más distintas expresiones figuraban en cada uno de ellos, de modo que Watts subvertía la iconología gubernamental (Gache, 2005), al colocar la imagen de personas anónimas en el lugar de personalidades conocidas.

La exposición “*Artist Stamps and Stamp Images*” (Canadá, 1974) organizada por Jas Felter, fue la primera de este género, asumiendo un papel importante en su divulgación y expansión, tanto es así que el catálogo de la exhibición es una referencia sobre el tema.

Otra forma de sellos de artista, y quizá la más sencillas de ellas, es jugar con las propias estampillas oficiales, haciendo verdaderos collages por encima del sobre. Encima estos collages aparte de la intención artística que poseen, también intentan subvertir la burocracia del sistema postal, facilitando que pudieran ser aprovechadas por otros artistas.

8.2.6 Sellos de goma (estampillas de artista)

El uso artístico de los sellos de goma tuvo inicio en 1913 con los futuristas rusos en la producción de sus libros y su experimentación gráfica. Los dadaístas también se interesaron por experimentaciones con este material, como ejemplo, en 1918, antes de construir los Merz, Kurt Schwitters realizó los llamados *Stempelzeichnungen*, en los que timbraron palabras de manera rítmica y de forma firme sobre fondos claros, generalmente acuarelados, creando poemas visuales a partir de este material. Desde entonces, los sellos son utilizados masivamente por artistas correo (figura 55) de todo el mundo que se apropian de sellos administrativos, haciendo interferencias con ellos; o que crean sus propios modelos con mensajes y/o imágenes personalizadas (Sousa, 1994).



Figura 55 - Selección de sellos de Art and Marginal Communications exhibition. Ecart Publications, Suiza, 1974.

La utilización de los sellos en los envíos hace que la identificación sea fácil porque el receptor puede inmediatamente determinar el origen del mensaje, que es compartido por toda la red (Held, 1991b).

Numerosos artistas trabajan casi exclusivamente con la técnica de los sellos de goma en diversas composiciones a través de la repetición de los timbres o de la creación de marcas de artistas. Debido a su amplia utilización fueron creadas publicaciones, archivos, convocatorias y galerías destinadas exclusivamente a los mismos. El primer libro dedicado



a los sellos de goma fue *Art et communication marginale: tampons d'artistes* del artista Hervé Fischer (1974). Pero fueron las innumerables revistas las principales responsables por la divulgación de estos trabajos, como ejemplo se puede citar la *Karimbada*,⁵⁹ creada por el brasileño Unhandeijara Lisboa en la década de los setenta (figura 56).

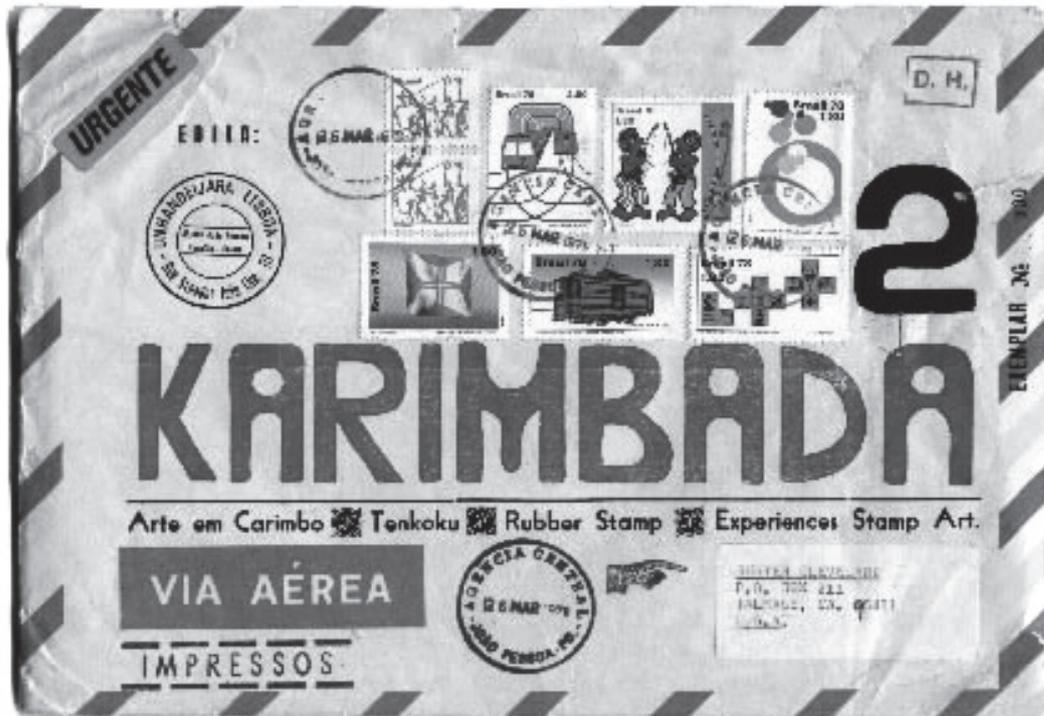


Figura 56 - Unhandeijara Lisboa, *Karimbada*, 1979, sobre-portada de la publicación.

8.2.7 Simulacros postales

Otra forma de hacer arte correo es a través del aprovechamiento del elemento denominado “ruido”, que no es otra cosa que la apropiación de la burocracia inherente al sistema postal en los envíos. Belén Gache (2005) denomina esta práctica como “simulacros postales”, porque en ella los datos del emisor y/o receptor generalmente están premeditadamente equivocados, encubriendo el real objetivo del artista que es el uso subversivo de los avisos, formularios, sellos etc. que son emitidos por el propio correo para registrar el itinerario realizado por la carta. Por la amplia diversidad de propuestas, elijo aleatoriamente algunos ejemplos de cómo esto puede funcionar.

.....
⁵⁹ El término “*Karimbada*” viene de la palabra “*carimbo*” que significa timbre en portugués.

En 1965, el artista Ben Vautier realizó su propuesta titulada “*The Postman’s Choice*”. Vautier colocaba una dirección de destino diferente en cada lado de una postal que tenía frente y reverso idénticos. Después despachaba las postales sin colocar la dirección del remitente, de modo que las mismas no podían ser devueltas. Así, quedaba a cargo del cartero tanto la elección del destino de envío como también la opción de despachar o no la correspondencia.

Otra propuesta interesante es “*La Correspondance Indirecte*” (figura 57) realizada por Guy Bleus en las décadas de setenta y ochenta. En esta propuesta, una carta enviada a una dirección ficticia vuelve al remitente —que puede ser o no el propio artista— como una “correspondencia indirecta” a él mismo. Tanto el tiempo transcurrido como el itinerario recorrido por las cartas, que llenan al artista de incertidumbres y curiosidad, quedan registrados en el sobre bajo la forma de avisos y sellos. Entusiasmado, Bleus afirma que:

Con una correspondencia indirecta entre dos o más personas, nunca se sabe de qué país extranjero vendrá la respuesta, ni cuándo llegará, pero el viaje es fascinante, lleno de peligros, lleno de aventuras. Esta es la mejor manera justamente por eso, es al mismo tiempo el más rápido y el más corto! (cf. Siegmann, 2002, p. 42)⁶⁰

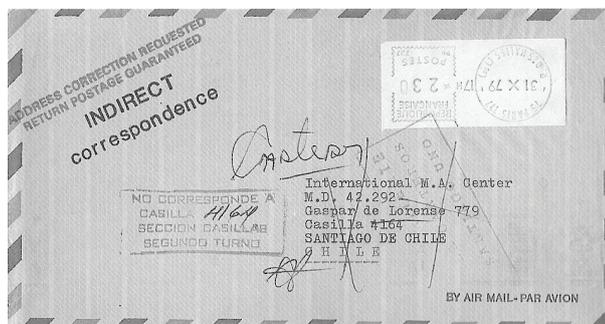


Figura 57 - Guy Bleus, *Correspondance indirecte*, sobre, 1979.

Otros dos proyectos realizados por artistas latinoamericanos se producen de manera bastante semejante a la propuesta de Bleus, subvirtiendo el orden convencional al hacer del propio remitente el destinatario.

.....
 60 Original en francés: Avec une correspondance indirecte entre deux ou plusieurs personnes, on ne sait jamais via quel pays étranger la réponse viendra, ni quand elle arrivera, mais le détour est fascinant, plein de dangers, plein de aventures. C’est le plus beau chemin et justement par cela, tout à la fois le plus rapide et le plus court!



Uno de ellos es el proyecto “*Sem destino*”, realizado en el periodo de 1975 a 1983, por el artista brasileño Paulo Bruscky. Aquí el artista imprimió en los sobres las palabras “*sem destino*” en el lugar del destinatario, de tal forma que al no encontrarlo, la correspondencia volvería al remitente. En esta acción, el artista colocaba él mismo los sobres en los buzones de diversas ciudades (figura 58) o los enviaba, ya sellados, para contactos suyos de diferentes locales, solicitándoles que los colocaran en el buzón. Después de despachados los sobres comenzaban a retornar al artista. Con esa actitud Bruscky “altera la estructura de funcionamiento de los correos y subvierte el orden remitente-destinatario” (Freire, 2006c, p. 147), cuestionando la burocracia de los correos a través de su propio *modus operandi*.

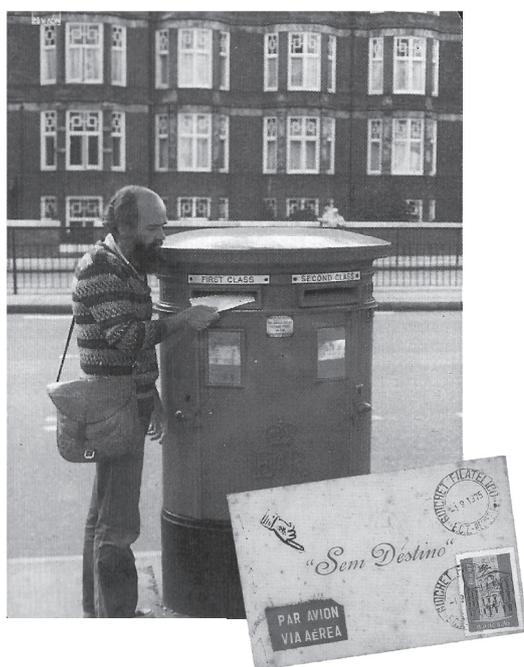


Figura 58 - Paulo Bruscky, *sem destino*, acción postal, Inglaterra, 1982.

Con la misma intención de apropiarse de las interferencias burocráticas emitidas por el correo, el argentino Edgardo Antonio Vigo creó el personaje ficticio llamado Otto von Mach y envió a él cartas con direcciones inexistentes. Todas las correspondencias fueron devueltas y en sus sobres —del mismo modo que en las propuestas de Bleus y Bruscky— estaba registrado el itinerario realizados por la carta, su entrada y salida en los diferentes países, las fechas y avisos del correo del tipo “destinatario desconocido” o “dirección inexistente” que pasaban a ser un elemento intrínseco de la propuesta.

Además de todo este juego con la burocracia postal a través de los “simulacros postales”, hay que considerar como algo importante el intercambio artístico de las marcas del sistema postal oficial, una vez que la comunicación recibida o enviada contiene los sellos y estampillas del país/local de origen, que en sí mismas pueden servir tanto como objeto de entendimiento de diferentes culturas como elementos de apreciación por la calidad estética que normalmente poseen.

8.2.8 Fotocopias

Descentralizando parte de la producción artística de los grandes centros internacionales de producción y exhibición de arte, el arte correo debe su manifestación en gran medida a la democratización de los medios de reproducción, responsables de la facilitación de la transmisión de mensajes interpersonales. Uno de los principales medios que contribuyeron a dicha democratización fue, por su bajo coste y capacidad de multiplicación inmediata, la fotocopia.

Como afirma Baroni (2005), la difusión a gran escala de las máquinas fotocopadoras en la década de los sesenta ha causado una verdadera revolución por permitir la ampliación, reducción y mezcla de varios elementos del montaje en una serie enorme de nuevas soluciones estilísticas.

En el denominado arte fotocopia, xeroxarte, copiarte, arte xerox o xerografía artística “la obra de arte reproducida es cada vez más la reproducción de una obra de arte creada para ser reproducida” (Benjamin, 1994, p. 171). Tal práctica concreta, por lo tanto, las ideas de Walter Benjamin acerca del uso de la reproducción en la producción artística que —al anular el criterio de autenticidad de la obra de arte— transforma la función social del arte en una *praxis* política.

Ahora bien, hay que señalar que el excesivo uso de las fotocopias fue una de las justificaciones para la crítica y consecuente salida de muchos artistas de la red a finales de la década de los setenta, que preferían intercambiar producciones más artesanales y de autoría reconocible, cuestionando y rechazando la calidad del material fotocopiado.

Sin embargo, muchos artistas correo se apropiaron de la fotocopia para realizar sus proposiciones (figura 59), siendo utilizada ampliamente en la producción de poesía



visual, tarjetas postales, estampillas de artista, sobres, proyectos de adición y pásalo y en publicaciones como libros de artista y revistas colectivas. Así, la red de arte correo “no sólo estimuló sino que también difundió la práctica del xeroxarte por medio de un intercambio simultáneo de trabajos/exposiciones/investigaciones/etc.” (Bruscky, 1985b, p. 132, traducido del original en portugués).



Figura 59 - Paulo Bruscky, *postAÇÃO*, fotocopia y collage, 1975

8.2.9 Revistas y zines

Un resultado directo de la democratización de los medios de reproducción es la producción de publicaciones alternativas, soporte muy utilizado por toda la escena marginal: artistas correo, poetas, movimiento punk etc.

En el ámbito del arte correo se debe señalar la importancia del artista Fluxus Dick Higgins, pues la creación de la “*Something Else Press*” en 1963 y “*Something Else Press Newsletter*” fueron un hito en la historia del arte correo. La editorial de Higgins fue una innovación, pues se dedicaba a publicar el arte de vanguardia y experimental en libros duraderos y atractivos por su diseño bien elaborado, transformándose rápidamente en el núcleo central del arte experimental desarrollado en América de Norte. Al mismo tiempo, con el periódico Higgins creó un medio de bajo coste en lo cual era posible compartir

arte e ideas entre miles de lectores a través de una red de participación abierta. Cabe destacar que esto no fue pensado inicialmente como un proyecto de arte correo a pesar de haber tenido una importancia crucial en ello. Fue a través de las publicaciones editadas por Higgins que las obras de varios artistas como Robert Filliou, Georges Brecht, Daniel Spoerri e inclusive Ray Johnson se hicieron públicas.

Las revistas que circulan en la red están destinadas a fortalecer la comunidad de artistas tanto publicando sus producciones como divulgando e informando sobre diferentes eventos y exposiciones. Estas publicaciones son la mayoría de las veces fruto de un esfuerzo colectivo, contando con la participación de varios artistas para su realización y normalmente se configuran como un *zine*, es decir, son autoediciones de bajo coste, de distribución relativamente reducida y no comercial, que se centran en temas que son generalmente ignorados por las revistas convencionales. Muchas de los textos encontrados en estos zines llenan la laguna bibliográfica sobre arte correo que existe en el ámbito académico o de la crítica de arte, de manera que sirven como una importante fuente de referencia.

Una aportación muy importante en este sentido fue la revista “*Commonpress*” (Stuka Frabryka, s.f.) del polaco Pawel Petasz. Creada en diciembre de 1977, se ha convertido en una referencia fundamental en la historia del arte correo sirviendo de inspiración para innumerables revistas similares que aparecieron posteriormente. *Commonpress* funcionaba a través de la edición colectiva en que en cada número un artista correo diferente se hacía cargo como editor.

Petasz trabajaba como coordinador, asignado un número a cada participante que deseaba trabajar bajo la bandera *Commonpress*, cooperando con los editores de cada número. Sin imponerles restricciones en relación al tema elegido, de forma que su trabajo era crear una lógica temática secuencial, disponer los datos para la participación, distribuir el logotipo de la revista, informar acerca de los problemas de los próximos números y compilar las direcciones de los participantes que deberían recibir un ejemplar obligatoriamente. Este último ítem se hizo imposible por la enorme cantidad de participantes de modo que se acabó restringiendo a los participantes de cada edición sumado a algunos artistas con los que mantenía una correspondencia frecuente (Sztuka Fabryka, s.f.).



La llegada a Polonia de la Ley Marcial de 1981 y sus duras restricciones impidieron a Petasz seguir con la revista. Ésta pasa entonces a ser coordinada voluntariamente por el canadiense Gerald Jupiter-Larsen hasta 1992, cuando llega a su último número (n.100).

Otro importante modo de publicación bastante frecuente en la red son las “*assembling magazines*”, revistas producidas a través de la suma de las contribuciones de diferentes artistas. Se supone que las revistas ensambladas tomaron su nombre del título de la publicación llamada “*Assembling*” (1970-1981) del escritor y crítico Richard Kostelantz (Lumb, 1997). Sin embargo, las revistas ensambladas ya servían anteriormente a los artistas Fluxus como Friedman, que en 1968 produce la “*Amazing Facts Magazine*”, referencia del concepto en el arte correo.

En la red este tipo de revistas es muy común y el número de ejemplares, bien como de copias que cada artista tiene que enviar, está condicionado como mínimo al número de participantes definido por el editor. En relación a las “normas editoriales” normalmente sólo hay un tamaño máximo delimitado, lo que conlleva a un sinfín de tamaños, formatos, soportes, de manera que dichos ejemplares se aproximan al concepto de libro de artista y para el arte correo sirven como importantes documentos de lo que circula en la red. Sin embargo, como en este tipo de publicaciones muchas veces no hay un control estricto por parte del editor, la calidad del contenido puede ser cuestionable.

De manera general se pueden citar: *Amazing Facts Magazine* (EUA, 1968), *New York Correspondence School Weekly Breeder* (EUA, 1971-7?), *Banana Rag* (EUA, 1971-1991), *FILE Magazine* (Canada, 1972-89), *VILE* (EUA, 1974-83), *Dadazine* (EUA, 1976-78); *Prop* (EUA, 1978-1986); *Umbrella editons* (EUA, 1978-2005), *Arte Postale* (Italia, 1979-2001), *Wellcomet Boletim* (Brasil, 1985-1989), *P.O.Box* (España, 1995-99), como algunas de las innumerables publicaciones creadas en la red de arte correo (figura 60).

Muchas de estas publicaciones dejaron de ser impresas y enviadas por correo, para asumir un formato electrónico. Este nuevo formato para las publicaciones alternativas no sólo ha significado una reducción de costes sino que también indica la fuerte influencia de la popularización de Internet en la red.

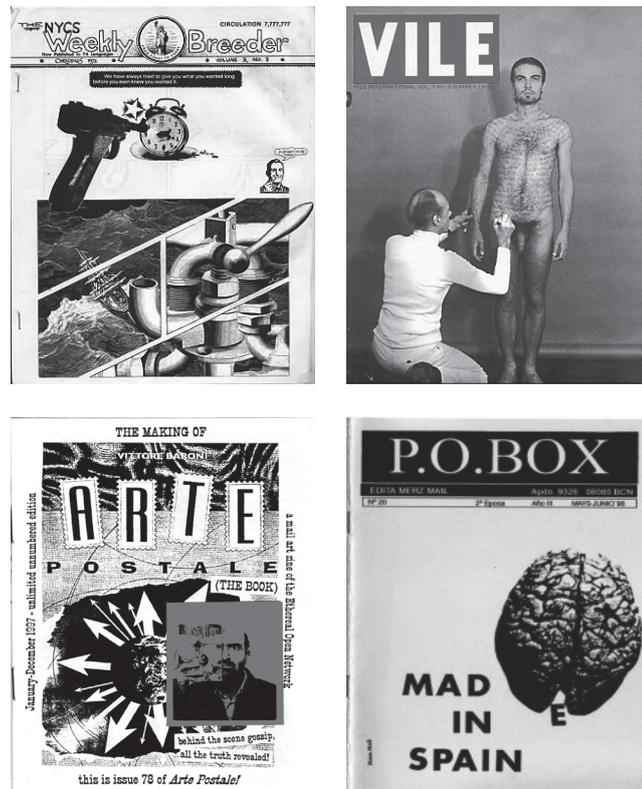


Figura 60 - Selección portadas de zines de arte correo.

De acuerdo con Chuck Welch (1995c), la primera publicación dedicada exclusivamente al arte correo electrónica fue “*Netshaker On-line*”, editada por él bajo el seudónimo “Crackerjack Kid” (1994-9?), asequible a los suscriptores de *Prodigy*, *CompuServe* y *America Online*. A partir de esta referencia, incontables páginas de Internet fueron creadas en los más diversos idiomas, en las cuales no sólo se pueden encontrar importantes referencias bibliográficas acerca del tema, como también imágenes e información actualizada de convocatorias, exposiciones y encuentros, etc.

Como direcciones electrónicas de referencia hay, por ejemplo:

- *P. O. Box*
 (<http://www.merzmail.net>)
- *Vórtice Argentina*
 (<http://www.vorticeargentina.com.ar>)
- *BOEK861*
 (<http://boek861.com>)
- *Escáner Cultural*
 (<http://www.escaner.cl>)
- *Artpool*
 (<http://www.artpool.hu>)



- *MailArt@Oberlin*
(<http://www.oberlin.edu/library/art/mailart>)
- *The International Union of Mail-Artists* (<http://www.iuoma.org>)
- *Crosses.net*
(<http://www.crosses.net>)
- *Mail Art Guy Bleus*
(<http://www.mailart.be>)
- *Blog de Arte Postal*
(<http://arte-postal.blogspot.com>)
- *The Eletronic Museum of Mail Art*
(<http://home.actlab.utexas.edu/emma>)
- *The University of Iowa Museum of Art*
(<http://sdrc.lib.uiowa.edu/atca/subjugated/cover.htm>).

8.2.10 Exhibiciones

La importancia del arte correo no se centra en el envío entendido como un objeto, sino en el proceso de correspondencia como un todo, lo que incluye tanto el tránsito y el contenido de los mensajes como la relación de intercambio entre emisor y receptor. A pesar de entender que las exposiciones son sólo un resultado parcial de todo este proceso, ellas se muestran como un importante registro de esta práctica.

Aún teniendo en cuenta que lo que circula en la red no es más importante que la red misma, las innumerables exhibiciones de arte correo debido a la extensa participación de artistas de las más diversas nacionalidades con la consecuente amplitud de soluciones artísticas para un tema dado —en términos de variedad de respuestas, medios, técnicas, lenguajes etc.— pueden ser consideradas de gran relevancia para el espectador:

Una exposición de arte correo circunstancialmente podría abrir el potencial por parte del espectador para una nueva comprensión del arte como un foro para el debate en lugar de simplemente de decoración de la pared. Si bien el trabajo (exposición) ha dejado de ser arte correo, no obstante, las señales de riqueza de respuestas que pueden ser obtenidas a través de la red puede estimular al espectador a reflexionar sobre la importancia y relevancia en comunicarse con los demás de esta manera. (Lumb, 1997, p. 83)⁶¹

.....
61 Original en inglés: A mailart exhibition could incidentally open-up the potential on the part of the viewer for a new understanding of art as a forum for debate rather than simply as decoration for the wall. Whilst the work (exhibition) has ceased to be mailart, it nevertheless signals the richness of response that can be elicited from the network and may encourage the viewer to consider the importance, and relevance to them of communicating with others in this way.

A partir de todo lo descrito se observa que es posible encontrar como producciones de arte correo los mas diferentes soportes y materiales: anuncios, folletos, collages, tarjetas, catálogos, revistas, diagramas, panfletos, recortes de periódicos, dibujos, fotografías, pinturas, poesía, serigrafías, grabados, carteles, sellos, timbres, sobres, textos, telegramas, fotocopias, documentación de acciones, grabaciones sonoras, música, videos, manifiestos, objetos tridimensionales y un sinfín de posibilidades. La infinidad de cosas que circula en la red es tan grande que es imposible delimitar por su materialidad lo que es o no arte correo, de modo que será el concepto de comunicación e intercambio en red como el modo de distribución por la vía postal lo que irá definir este tipo de producción artística.

4 MARCO ANALÍTICO: prosopografía y sistematización

9. International Union of Mail-Artists.	217
9.1 Los participantes IUOMA	218
9.2 Participantes IUOMA y la red analógica de arte correo	225
9.3 Participantes IUOMA y la red analógico-digital de arte correo	228
9.4 Las motivaciones de los artistas correo de IUOMA	230
10. Cuestionarios en línea (Grupo-2).	263
10.1 Quiénes son los entrevistados	265
10.2 Etapas de participación en la red	267
10.3 Motivación	268
10.4 Actividad en la red	270
10.5 Intención/Actitud como artista correo	272
10.6 Temática	276
10.7 Dispositivos de envío	280
10.8 Actividades artísticas paralelas	284
11. Quiénes son los artistas correo latinoamericanos entrevistados	287
11.1 Conociendo mejor a los entrevistados latinoamericano	288
11.2 Taxonomías	304
12. Metadatos de sistematización	309



Como ha afirmado Michael Lumb (1997) en su tesina de master el arte correo es una “escultura social”, de manera que en su estructura la inmaterialidad de la red es más relevante de que la materialidad que circula por ella. Bajo esta perspectiva, los nudos de la red –es decir, los artistas correo– son los elementos esenciales para su entendimiento. Sin embargo, como la red de arte correo está formada por centenares de redes invisibles y dispersas por todo el planeta, el análisis de sus usuarios es un tema de una gran complejidad. En este sentido, para hacer una aproximación del perfil del artista correo se ha decidido analizar dos fuentes diferentes de datos.

Una de ellas ha sido la red social virtual de la Internacional Union of Mail-Artists – IUOMA (Grupo-1), que al estar disponible en línea permite que se obtengan datos de sus miles de participantes. La otra ha sido el cuestionario en línea contestado por un centenar de artistas correo (Grupo-2) realizado con la intención de profundizar en cuestiones pertinentes a esta investigación. El análisis de estos datos, bajo la perspectiva prosopográfica, ha hecho posible trazar un perfil aproximado de las personas que participan en la red de arte correo.

En este apartado, en la primera parte se analizan los perfiles de los miembros de IOUMA (Grupo-1) en relación a procedencia, género, etapas y motivación.

En la segunda parte, son analizadas las respuestas al cuestionario disponible en línea (Grupo-2) tanto en relación a los parámetros de la primera parte, o sea, procedencia, género, etapas y motivación, cuanto a los parámetros establecidos por los instrumentos de investigación que fueron: contexto político, actitud/intención, temáticas recurrentes, dispositivos utilizados y actividades artísticas paralelas.

En la tercera parte se han estudiado específicamente los artistas latinoamericanos que han contestado al cuestionario (Grupo-2), creándose taxonomías relacionales para la realización del análisis.

La cuarta y última parte trata de los parámetros de sistematización (metadatos) creados por esta investigación y que pueden ser útiles a los procesos de catalogación y digitalización de los archivos de arte correo.

9. International Union of Mail-Artists – IUOMA (Grupo -1)

La Unión Internacional de los Artistas Correo (IUOMA) fue creada en 1988 por el artista correo holandés Rudd Janssen. Según su propio creador (Janssen, 2008), esta comunidad empezó como un juego, pero algunos de los artistas correo deseaban que se hiciera realidad, y lo han conseguido. Tanto es así, que los artistas la mencionan en sus currículos, utilizan su sello en sus páginas web, envíos o publicaciones, participan en el grupo de discusión de *Yahoo*, en la red social virtual *Ning* y en los proyectos o convocatorias propuestas por sus miembros.

Sus actividades se iniciaron en la red postal y rápidamente se expandieron hacia la red digital. En 2002, se ha creado un grupo de discusión a través de *Yahoo Groups*⁶² que actualmente cuenta con más de medio millar de inscritos. Posteriormente, en 2008, a través de la plataforma *Ning*⁶³ para la creación de redes sociales, se ha creado la comunidad virtual de IUOMA⁶⁴ que cuenta actualmente con más de dos mil participantes⁶⁵.

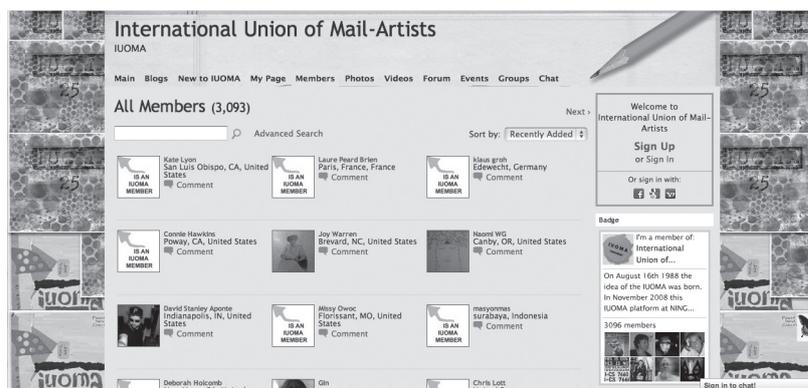


Figura 61- Comunidad IOUMA en línea (septiembre/2013)
<http://iuoma-network.ning.com/profiles/members/>

En esta red social algunas de las características de sus participantes como país de procedencia, género, inicio de la participación en la red de arte correo, motivación de esta participación y otros datos personales como dirección web, residencial y electrónica son

62 Ver <http://groups.yahoo.com/group/iuoma/>

63 Ver <http://www.ning.com>

64 Ver <http://iuoma-network.ning.com>

65 Los datos fueron recogidos de Internet en noviembre de 2011 cuando había 2004 miembros, aunque cabe destacar que esta red social es dinámica y crece diariamente. Actualmente, cuenta con prácticamente tres mil miembros (junio/2013).



solicitadas para la subscripción en la red. Pese a que la contestación de estos ítems no era obligatoria, la gran mayoría de los afiliados los ha contestado, lo que ha hecho posible el análisis que se presenta a continuación.

9.1 Los participantes de IUOMA

En relación a los países se encontraron 84 procedencias distintas, como puede ser verificado en la tabla siguiente (tabla 6).

Tabla 6 - Relación de países participantes de la comunidad IUOMA (Grupo-1)			
	País	Cantidad	Porcentaje General (%)
1.	África del Sur	18	0,90
2.	Argelia	3	0,15
3.	Costa de Marfil	1	0,05
4.	Egipto	2	0,10
5.	Kenia	1	0,05
6.	Libia	1	0,05
7.	Marruecos	1	0,05
8.	Nigeria	3	0,15
9.	Sudán	2	0,10
11.	Túnez	1	0,05
	ÁFRICA	33	1,65
11.	Armenia	1	0,05
12.	China	1	0,05
13.	Chipre	1	0,05
14.	Filipinas	11	0,55
15.	Georgia	1	0,05
16.	Hong Kong	4	0,20
17.	India	21	1,05
18.	Indonesia	4	0,20
19.	Irán	1	0,05
20.	Israel	1	0,05
21.	Japón	16	0,80
22.	Kazajistán	1	0,05
23.	Corea del Sur	10	0,50
24.	Líbano	2	0,10
25.	Malasia	5	0,25
26.	Nepal	1	0,05
27.	Pakistán	1	0,05
28.	Palestina	1	0,05

29.	Singapur	3	0,15
30.	Sri Lanka	2	0,10
31.	Tailandia	4	0,20
	ASIA	92	4,39
32.	Albania	2	0,10
33.	Alemania	45	2,25
34.	Andorra	1	0,05
35.	Austria	4	0,20
36.	Bélgica	15	0,75
37.	Bielorrusia	1	0,05
38.	Bosnia	1	0,05
39.	Bulgaria	2	0,10
40.	Croacia	5	0,25
41.	Dinamarca	9	0,45
42.	España	55	2,74
43.	Finlandia	6	0,30
44.	Francia	61	3,04
45.	Grecia	43	2,15
46.	Holanda	42	2,10
47.	Hungría	9	0,45
48.	Islandia	4	0,20
49.	Italia	123	6,14
50.	Letonia	2	0,10
51.	Lituania	2	0,10
52.	Luxemburgo	1	0,05
53.	Macedonia	2	0,10
54.	Malta	1	0,05
55.	Noruega	5	0,25
56.	Polonia	9	0,45
57.	Portugal	31	1,55
58.	Reino Unido	85	4,24
59.	Republica Checa	2	0,10
60.	Romania	14	0,70
61.	Rusia	28	1,40
62.	San Marino	1	0,05
63.	Serbia y Montenegro	5	0,25
64.	Eslovenia	1	0,05
65.	Suecia	12	0,60
66.	Suiza	5	0,25
67.	Turquía	13	0,65
68.	Ucrania	2	0,10
	EUROPA	649	32,39



69.	Argentina	51	2,54
70.	Brasil	71	3,54
71.	Chile	10	0,50
72.	Colombia	7	0,35
73.	México	21	1,05
74.	Panamá	1	0,05
75.	Perú	3	0,15
76.	Puerto Rico	9	0,45
77.	Republica Dominicana	3	0,15
78.	Trinidad y Tobago	3	0,15
79.	Uruguay	5	0,25
80.	Venezuela	15	0,75
	LATINOAMÉRICA	199	9,93
81.	Canadá	93	4,64
82.	Estados Unidos	876	43,71
	NORTEAMÉRICA	969	48,35
83.	Australia	43	2,15
84.	Nueva Zelanda	5	0,25
	OCEANÍA	48	2,40
	NO CONTESTARON	14	0,70

Sin embargo, pese a esta gran diversidad geográfica hay una marcada concentración de Estados Unidos (43,7%). Los demás países presentan una participación mucho menos significativa: Italia (6,1%), Canadá (4,6%), Reino Unido (4,2%), Brasil (3,5%), Francia (3%), España (2,7%), Argentina (2,5%), Alemania (2,3%), Grecia, Australia y Holanda (2,1%), Portugal (1,5%), Rusia (1,4%), México e India (1%) y los 68 países restantes presentaron una participación inferior al 1%. Para una mejor visualización de estos datos ha sido elaborado un gráfico que presenta los 16 países con porcentaje de participación mayor del 1% (gráfico 01).

Los países que figuran como los más participativos en la red a través de los datos de IUOMA en cierta medida corresponden a lo que ha pasado realmente en la red de arte correo, es decir, siempre hubo una predominio de participación norteamericana tanto en los envíos como en las publicaciones. De la misma manera que envíos procedentes de Italia, Canadá, Francia, Reino Unido, Rusia, Brasil, Argentina, México, Alemania también sobresalen en los archivos de los participantes de la red. No obstante, países como Polonia, Japón o Uruguay, donde también hubo una actividad considerable de arte correo, no alcanzan en IUOMA el 1%.

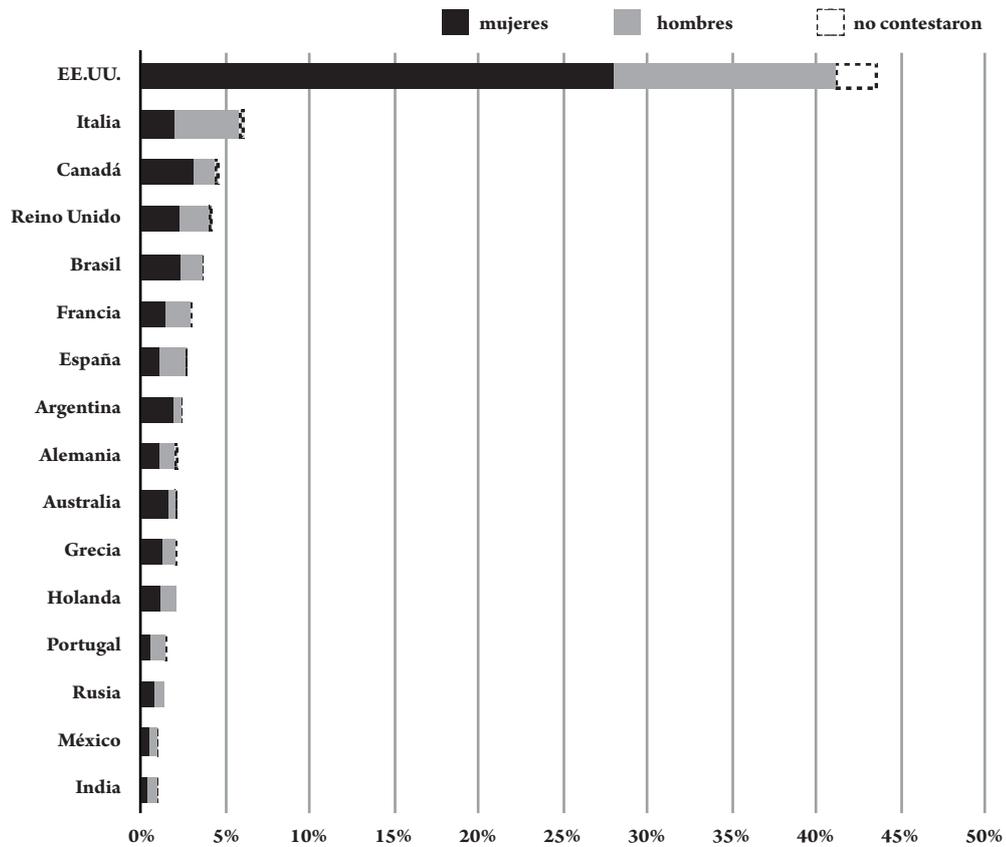


Gráfico 1 - Distribución de los miembros de IUOMA (Grupo-1) por países de procedencia.

Ahora bien, si pensamos en zonas geográficas los datos corresponden a lo que ocurre efectivamente en la red (gráfico 02), es decir hay una importante concentración en Norteamérica (48,35%) y Europa (32,39%) y luego hay una participación bastante significativa desde Latinoamérica (9,93%), mientras que las demás regiones presentan muy poca participación en la red si pensamos principalmente en términos de publicaciones.

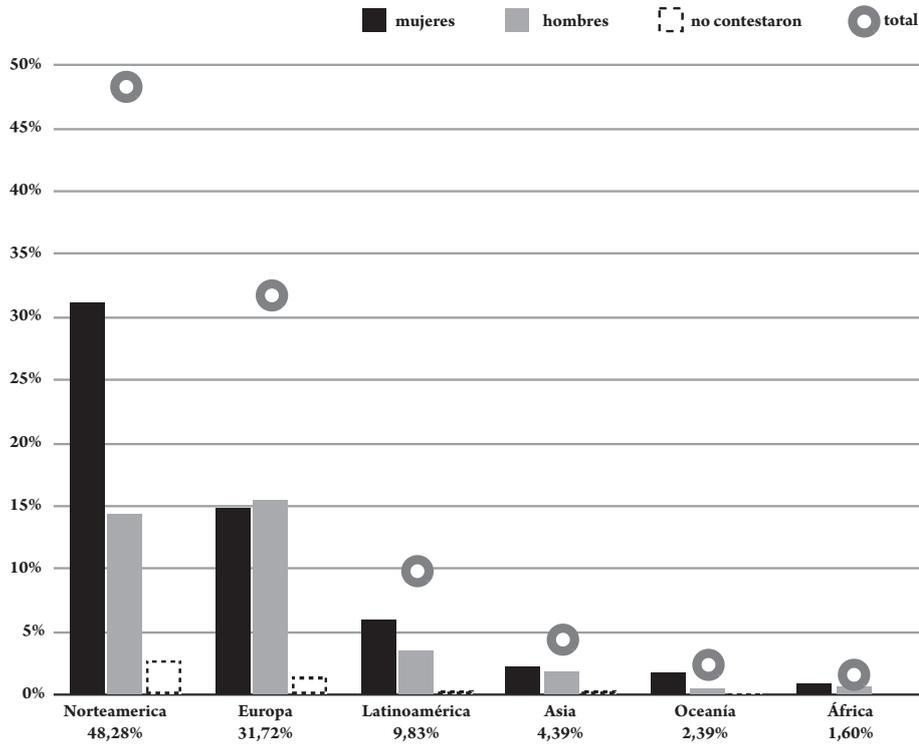


Gráfico 02 – Distribución de los miembros de IUOMA (Grupo-1) por regiones de origen.

En cuanto al género de los participantes de IUOMA se pudo verificar que hay un 20% más de participación femenina (57,88%) que masculina (37,18%) (gráfico 03).

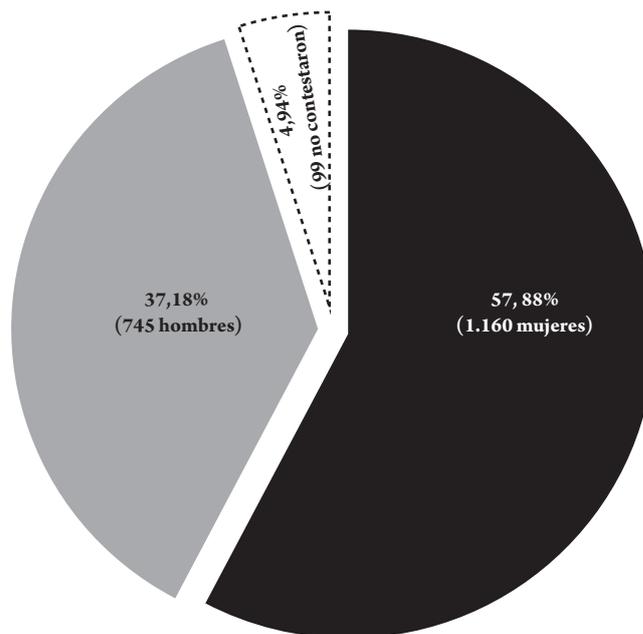


Gráfico 03 – Participación femenina y masculina en IUOMA (Grupo-1)

Sin embargo, en la red de arte correo se puede decir que hay un cierto equilibrio de participación de ambos géneros, con una cierta tendencia de predominio masculino, una vez que los nombres más conocidos de artistas/autores en la red es en su mayoría relativo a este género.

No obstante, si atendemos al dato referente al año de inicio de la participación en la red de arte correo, observamos que el perfil de los participantes de IUOMA cambia bastante. De los 2.004 perfiles de participantes de IUOMA analizados 1.689 (84,28%) contestaron cuando habían empezado a participar de la red de arte correo; mientras que los 315 restantes (15,72%) no contestaron. Como el porcentaje de los que han contestado ha sido bastante alto, este dato ha servido para relacionar a los artistas de IUOMA con las cinco fases del arte correo (tabla 07 y gráfico 04).

Tabla 07 – Cuantitativo de género de la comunidad IUOMA (Grupo-1) distribuido por las fases del arte correo					
	1º fase (1955-1964)	2º fase (1965-1974)	3º fase (1975-1984)	4º fase (1985-1994)	5º fase (1995-2011)
nº mujeres	4	15	54	77	856
% mujeres/ fase	22,22%	30,61%	36,49%	43,75%	65,95%
%mujeres/ total	0,24%	0,89%	3,20%	4,56%	50,68%
nº hombres	11	33	87	89	384
% hombres/ fase	61,11%	65,31%	58,78%	50,57%	29,58%
% hombres/ total	0,65%	1,89%	5,15%	5,27%	22,74%
nº no contestado	3	2	7	10	58
% no contestado/ fase	16,67%	4,08%	4,73%	5,68%	4,47%
% no contestado/ total	0,18%	0,12%	0,41%	0,59%	3,43%
nº total	18	49	148	176	1298
% total	1,07%	2,90%	8,76%	10,42%	76,85%

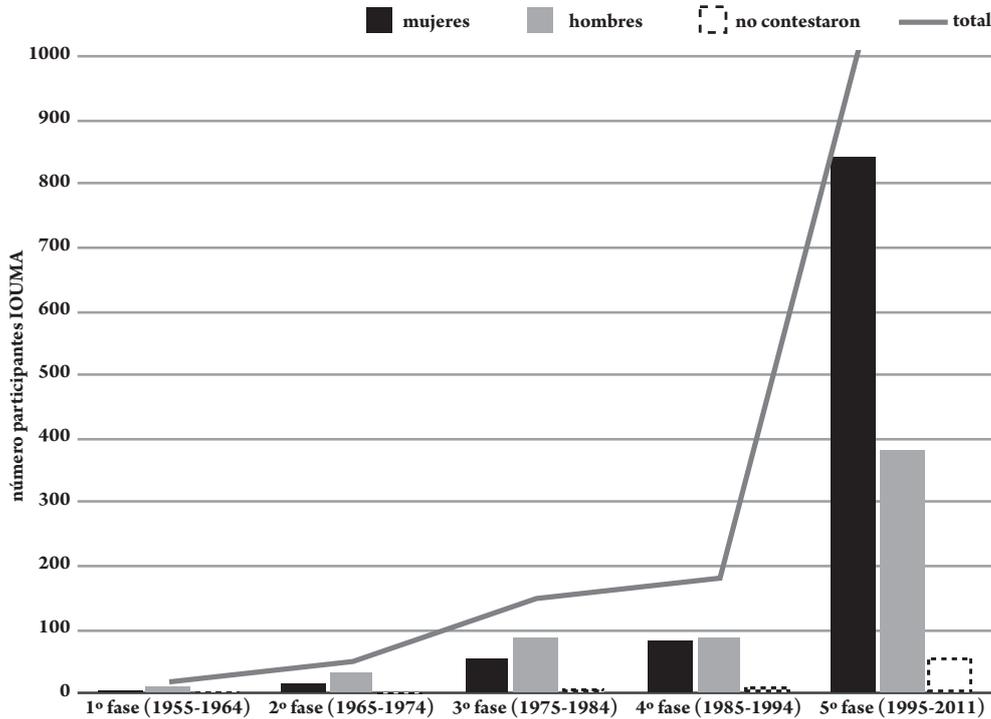


Gráfico 04 – Distribución de los participantes IUOMA (Grupo-1) según las fases del arte correo.

Al analizar estos datos se ha observado que un 76,85% de los participantes de IUOMA empezaron sus actividades como artistas correo en la quinta fase, es decir a partir de 1995, acompañando la implantación y popularización de Internet. Además, se verifica que el alto índice de participación femenina encontrado también está vinculado a este período, puesto que representa un 50,68% del total. Por lo tanto, como hay una predominio acentuado de participación relacionada con la quinta fase sobre las demás, se ha optado por analizar los datos de las cuatro fases anteriores separadamente de la última, con el fin de obtener un perfil más acertado de quienes fueron los artistas que formaron la red de arte correo en su formato todavía analógico. De esta forma se determina la Etapa I, referida al período pre-Internet y que engloba las fases I, II, III y IV; y la Etapa II, referida al período pos-Internet y que engloba la fase V.

9.2 Participantes de IUOMA y la red analógica de arte correo (Etapa I)

El muestreo según el período de inicio de la participación en la red de arte correo nos ha dado un valor total de 391 miembros de IUOMA que han participado en las cuatro primeras fases del arte correo. Es sobre este montante que se establecerá el análisis a seguir.

En relación al género de los participantes (gráfico 05) se ha comprobado una inversión de lo que ocurre a toda la comunidad IUOMA, es decir, la participación masculina (56,01%) pasa a superar a la femenina (38,36%), manteniéndose en aproximadamente un 6% los que no han contestado a la pregunta.

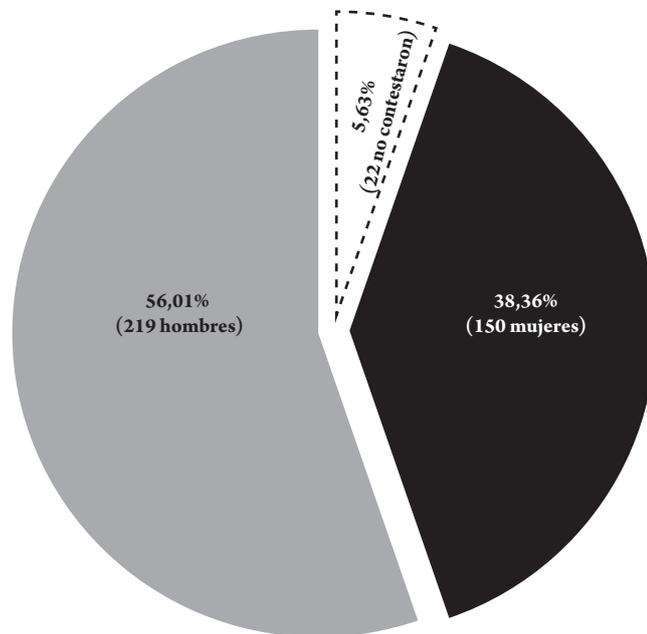


Gráfico 05 - Participación femenina y masculina en IUOMA (Grupo-1) en la Etapa I

La participación según la nacionalidad se reduce a prácticamente la mitad de países, exactamente 38 (tabla 08), sin embargo cambia poco el panorama de las nacionalidades más prominentes.

Tabla 08 - Relación de países participantes de la comunidad IUOMA (Grupo-1) en la Etapa I			
	País	Cantidad	Porcentaje general (%)
1.	Argelia	1	0,26
	ÁFRICA	1	0,26
2.	India	1	0,26
3.	Indonesia	1	0,26
4.	Japón	1	0,26
5.	Filipinas	1	0,26



6.	Tailandia	1	0,26
	ASIA	5	1,28
7.	Austria	1	0,26
8.	Bélgica	5	1,28
9.	Dinamarca	2	0,51
10.	Finlandia	1	0,26
11.	Francia	14	3,58
12.	Alemania	17	4,35
13.	Grecia	3	0,77
14.	Islandia	1	0,26
15.	Italia	28	7,16
16.	Holanda	9	2,30
17.	Noruega	1	0,26
18.	Polonia	1	0,26
19.	Portugal	4	1,02
20.	Rumanía	1	0,26
21.	Rusia	2	0,51
22.	Serbia y Montenegro	2	0,51
23.	España	11	2,81
24.	Suecia	2	0,51
25.	Suiza	3	0,77
26.	Reino Unido	21	5,37
	EUROPA	129	32,99
27.	Argentina	2	0,51
28.	Brasil	10	2,56
29.	Chile	2	0,51
30.	Colombia	1	0,26
31.	México	4	1,02
32.	Puerto Rico	1	0,26
33.	Uruguay	3	0,77
34.	Venezuela	1	0,26
	LATINOAMÉRICA	24	6,14
35.	Canadá	19	4,86
36.	Estados Unidos	201	51,41
	NORTEAMÉRICA	220	56,27
37.	Australia	7	1,79
38.	Nueva Zelanda	2	0,51
	OCEANÍA	9	2,10
	NO CONTESTARON PAÍS	3	0,77

En la Etapa I (gráfico 06), Estados Unidos (51,41%) sigue predominando como origen de los participantes de IUOMA y los demás países presentan una participación mucho más reducida: Italia (7,16%), Reino Unido (5,37%), Canadá (4,86%), Alemania

(4,35%), Francia (3,58%), España (2,81%), Brasil (2,56%), Holanda (2,30%), Australia (1,79%), Bélgica (1,28%), Portugal y México (1,02 %) y los 25 países restantes presentaron una participación inferior al 1%.

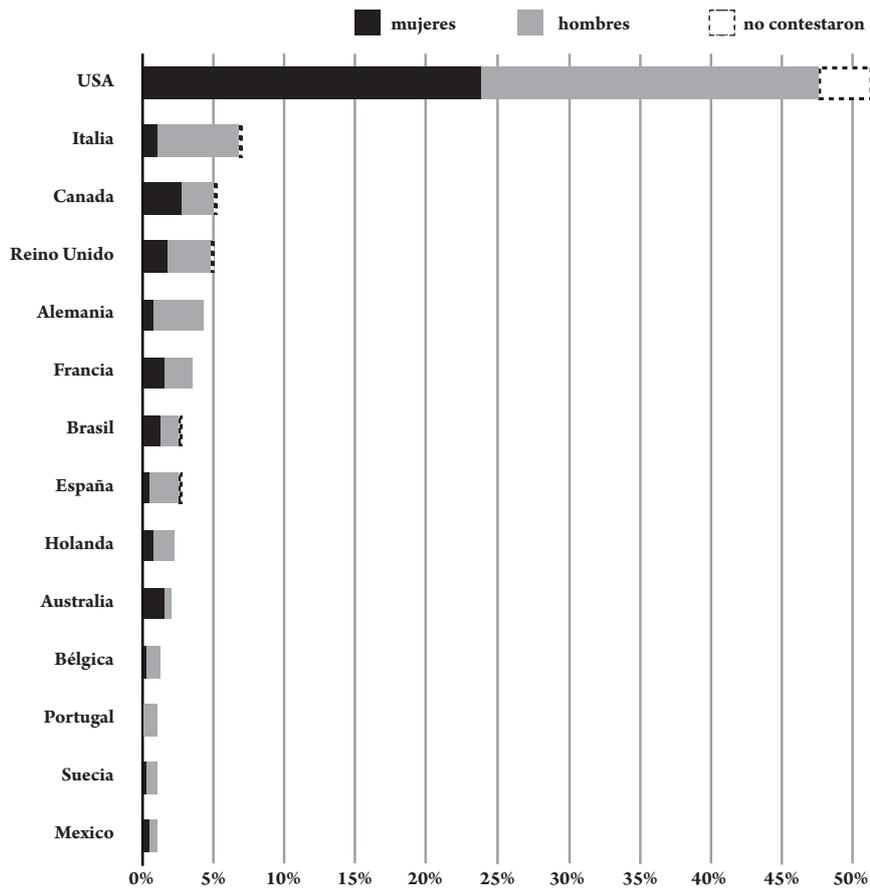


Gráfico 06 – Distribución de los miembros de IUOMA (Grupo-1) por países de procedencia en la Etapa I

En relación a los seis continentes (gráfico 07) también los participantes provienen principalmente de Norteamérica (56,27%) y de Europa (32,99%). Los índices de las demás regiones desciende en participación: Latinoamérica (6,14%), Oceanía (2,10%), Asia (1,28%) y África (0,26%).

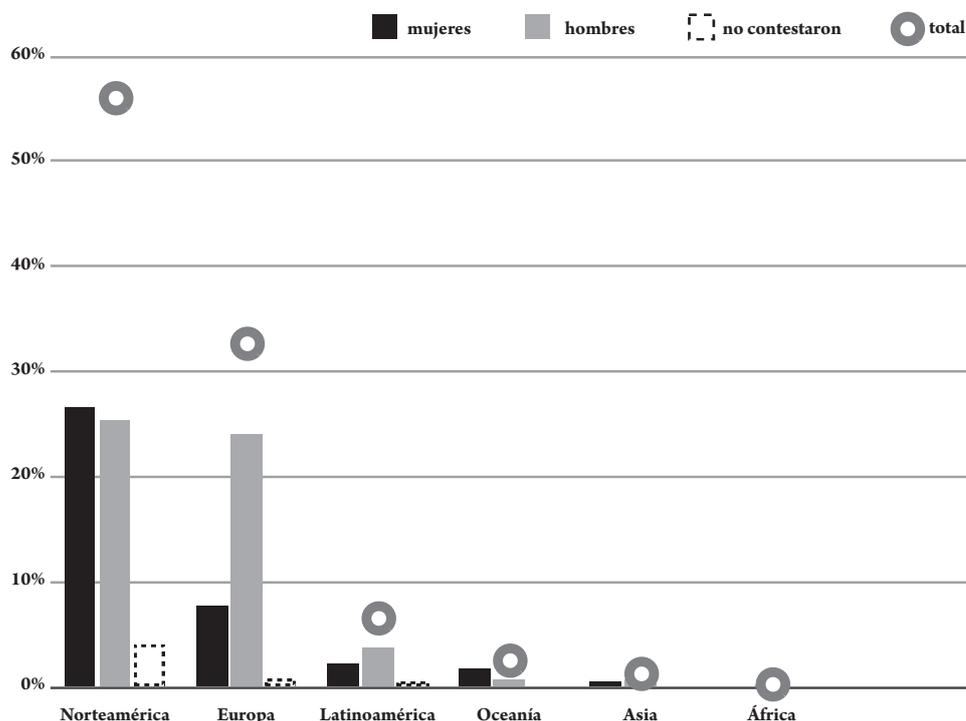


Gráfico 07 – Distribución de los miembros de IUOMA (Grupo-1) por regiones de origen en la Etapa I

Otro aspecto a destacar es que la participación femenina claramente disminuye en relación a la participación masculina (tabla 09), es decir, su participación es nula en África, menor en Asia, Europa y Latinoamérica y mayor en Oceanía y Norteamérica, presentándose en esta última región de manera bastante equitativa.

Tabla 09 – Número y porcentaje de hombres y mujeres de la comunidad IUOMA (Grupo-1) según las regiones para la Etapa I				
	Hombres	Mujeres	No contestaron género	Total
África	1 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	1
Asia	3 (60%)	2 (40%)	0 (0%)	5
Europa	96 (74,42%)	30 (23,26%)	3 (2,33%)	129
Latinoamérica	15 (62,50%)	7 (29,17%)	2 (8,33%)	24
Norteamérica	99 (45%)	104 (47,27%)	17 (7,73%)	220
Oceanía	3 (33,33%)	6 (66,67%)	0 (0%)	9

9.3 Participantes de IUOMA y la red analógico-digital de arte correo (Etapa II)

Los participantes que indicaron haber entrado en la red en la quinta y última fase (1995-2011) fueron 1.298. Es sobre este montante que se establecerá el análisis a seguir.

En relación al género de los participantes (gráfico 08) se ha verificado que se ha mantenido la relación que encontramos para toda la comunidad IUOMA, es decir, la participación femenina (65,95%) es bastante mayor que la masculina (29,58%), mientras que un 4,47% no ha contestado a la pregunta.

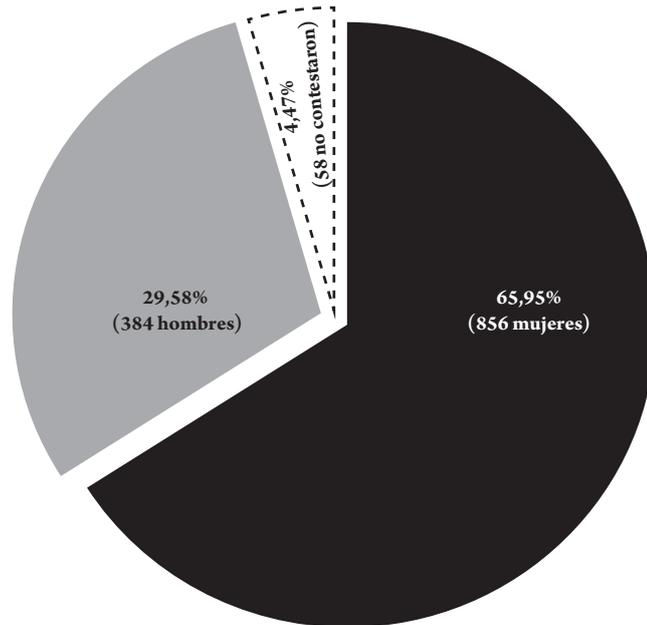


Gráfico 08 - Participación femenina y masculina en IUOMA (Grupo-1) en la Etapa II

La participación según la nacionalidad se corresponde con la cantidad de países presentes en el análisis de toda la comunidad IUOMA, manteniéndose también el panorama general de las nacionalidades más prominentes.

En relación a los seis continentes (gráfico 09) también los participantes provienen principalmente de Norteamérica (51,77%) y de Europa (32,01%). Los índices de las demás regiones desciende en participación: Latinoamérica (10,01%), Oceanía (2,74%), Asia (5,72%) y África (1,93%).

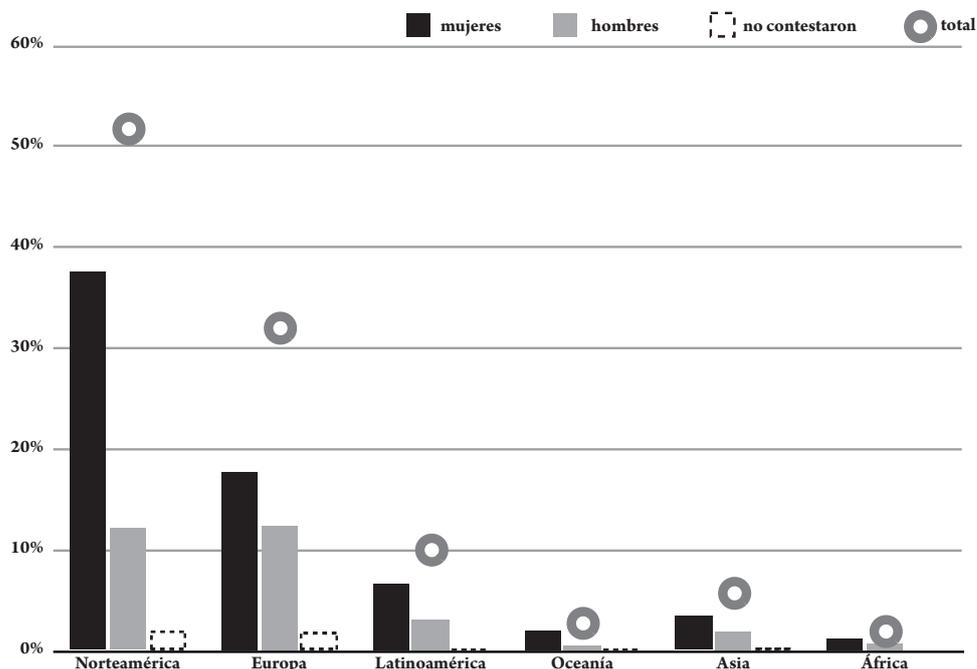


Gráfico 09 - Distribución de los miembros de IUOMA (Grupo-1) por regiones de origen en la Etapa II

En la Etapa II, la participación femenina es mucho más grande que la masculina para todas las regiones (tabla 10), manteniéndose el patrón general del análisis global de la comunidad en relación a este aspecto.

Tabla 10 - Número y porcentaje de hombres y mujeres de la comunidad IUOMA (Grupo-1) según las regiones para la Etapa II

	Hombres	Mujeres	No contestaron género	Total
África	9 (37,5%)	15 (62,5%)	0 (0%)	24
Asia	24 (33,80%)	43 (60,56%)	4 (5,64%)	71
Europa	154 (38,79%)	220 (55,41%)	23 (5,79%)	397
Latinoamérica	39 (31,45%)	83 (66,93%)	2 (1,61%)	124
Norteamérica	151 (23,52%)	466 (72,58%)	25 (3,89%)	642
Oceanía	7 (20,58%)	25 (73,52%)	2 (5,88%)	34

9.4 Las motivaciones de los artistas correo de IUOMA

Un aspecto muy interesante e importante del análisis de los perfiles de los participantes de IUOMA son los datos acerca de la motivación en participar de la red de arte correo. En el perfil de la red social está la pregunta abierta “*Why I am involved in*

Mail-Art?” (¿Por qué estoy involucrado en el arte correo?) que los participantes pueden contestar de manera libre.

A fin de poder analizar las respuestas cuantitativamente primero se ha realizado un análisis cualitativo que ha posibilitado la creación de distintas categorías. Estas categorías sirvieron para agrupar las respuestas según el posicionamiento u opinión de cada participante.

Como se ha mencionado anteriormente en el marco metodológico de esta investigación, debido a la amplitud de ideas que podemos encontrar en las respuestas de los participantes IUOMA acerca de la motivación en participar de la red hubo la necesidad de crear categorías y subcategorías para facilitar el análisis de los datos.

A partir de la utilización del programa de análisis cualitativo de datos Atlas.ti ha sido posible analizar más detalladamente el contenido de las respuestas para crear y analizar las categorías y subcategorías de motivación. Los datos relativos a estas respuestas son presentados en número de ocurrencias para las subcategorías y de citas en el caso de las categorías⁶⁶.

También se presentan para cada categoría su ocurrencia en las diferentes regiones (África, Asia, Europa, Latinoamérica, Norteamérica y Oceanía) y etapas (I y II). Para facilitar el análisis y crear un patrón equiparable entre las diferentes regiones, estos datos no se presentan en número de ocurrencias o citas como en las categorías y subcategorías, sino que se describen a partir de porcentajes. Cabe destacar, que para simplificación en la presentación de los resultados y por la poca significación de los valores decimales, se ha optado por utilizar el criterio de redondear matemáticamente los porcentajes hasta el número entero más próximo (hacia abajo para fracción menor que 0,5 y hacia arriba para fracción mayor que 0,5).

.....
66 La diferenciación entre citas y ocurrencias es debido a que las citas corresponden al número exacto de declaraciones en que las categorías aparecieron, mientras que la suma de las ocurrencias de las subcategorías no corresponden al número exacto de citas da categoría a cual pertenecen, puesto que las mismas pueden solaparse dentro de una misma declaración.



9.4.1 Categorías de motivación

En la primera fase del análisis cualitativo demuestra la motivación de los miembros IUOMA en participar de la red están agrupadas en las siguientes categorías y subcategorías (tabla 11):

Tabla 11 – Categorías y subcategorías de motivación.	
Categorías (citas)	Subcategorías (ocurrencias)
Actividad profesional (145)	Artista (92) Comisario (20) Crítico (1) Estudiante (16) Investigador (16) Profesor (14)
Expresión Utópica (538)	Aceptación (2) Imaginación (10) Amistad (66) Inspiración (49) Amor (16) Internacional (164) Anonimato (2) Libertad (98) Belleza (19) Originalidad (5) Bondad (2) Paz (13) Comprometido (27) Reconocimiento (7) Confidencialidad (11) Sin pretensiones (12) Democrático (48) Sistema alternativo (66) Expresarse (65) Solidaridad (19) Generosidad (37) Unión (1)
Interés Ocasional (433)	Auto promocionarse (38) Coleccionar (27) Curiosidad (153) Invitación (132) Observación (59) Participar (53)
Network (671)	Arte en movimiento (70) Comunicación (166) Conexión (226) Cooperación (83) Enriquecimiento cultural (42) Intercambio (260)
Placer (529)	Adicción (33) Divertido (190) Estimulante (54) Le gusta (126) Pasatiempo (11) Placentero (74) Sorprendente (97) Terapéutico (10)

Producción Artística (648)	Arte (227) Arte factible (50) ATC - Artist trending cards (7) Efímera (7) Experimental (38) Libro de artista (6)	Otras lenguajes (58) Pequeño formato (55) Poesía visual (12) Postales (42) Proceso creativo (240) Sellos de artista (27) Sobres artísticos (30)
Sistema Postal (272)	Corresponderse (197) Enviar correspondencia (28) Recibir correspondencia (47)	

Además de las categorías citadas en la tabla también hubieron otras respuestas (193) en las que el participante ha declarado no saber su motivación (11), en que la respuesta no fue comprensible (67) o que no hubo nada en especial (2) que lo llevara a participar de la red, a los que se suman los que directamente no han contestado y han dejado la respuesta en blanco (113).

9.4.1.1 Categoría Actividad Profesional

En esta categoría la participación es o fue motivada por una actividad escolar, académica o profesional.

Algunos ejemplos de declaraciones que encajan en esta categoría:

Estoy en una clase donde mi tarea es buscar arte postal y me ha llamado mucho la atención. Especialmente porque me fascina la idea de poder comunicarme con personas de otros países. (Ana Bedolla, EUA)

I'm an art teacher and we are working around mail-art right now. (Kathy de Wit, Bélgica)

As a part of my Foundation course and Fine Art degree. (Natalie Rose Craven, Reino Unido)

I'm involved in Mail-Art because I am a curator of art. (Elvira Marra, Italia)

As part of my masters degree in digital arts and because I love it! (Susan Mortimer, Reino Unido)

I am a designer, photographer and artist and the mail-art to combine all these elements, the exchange is fascinating. (Cintia Nagatomo, Brasil)

Se han encontrado 145 citas que corresponden a la mención de la motivación como una actividad personal. La cantidad de ocurrencias de las subcategorías en dichas citas



ha sido 92 ocurrencias para artista; 20 para comisario; 16 para investigador y estudiante, 14 para profesor y solamente uno para crítico. Como se puede ver en el siguiente gráfico (gráfico 10):

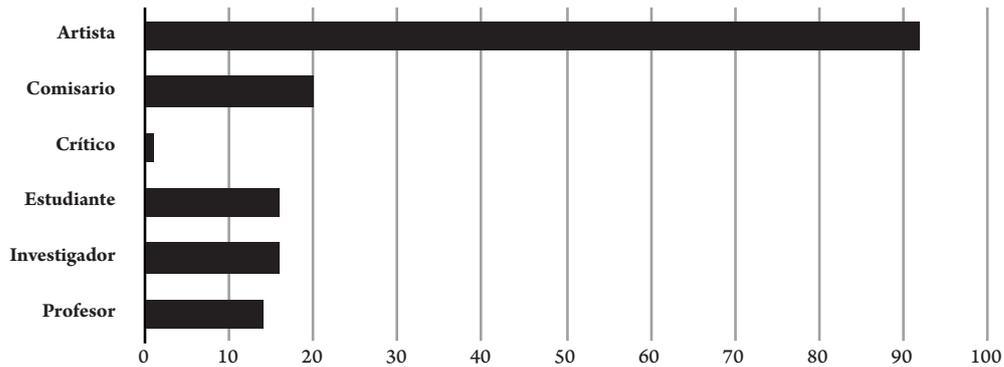


Gráfico 10 - Ocurrencias de las subcategorías de Actividad Profesional para la comunidad IOUMA (Grupo-1)

Considerando la categoría *Actividad Profesional* es interesante observar que es como artistas (92) el modo en que se reconocen y que esta actividad es una motivación importante para participar en la red. Cabe destacar la presencia significativa del **ámbito académico** como motivación relacionada a esta categoría una vez que las subcategorías estudiante (16), investigador (16) y profesor (14) suman 46 ocurrencias.

Como puede verse en el gráfico abajo (gráfico 11), en relación a las regiones la categoría *Actividad Profesional* ha sido más significativa en África (12%), seguida de Latinoamérica (11%). En Asia y Europa estuvo entre un 8% y 9%, presentándose con menos expresividad en Norteamérica (6%) y Oceanía (4%).

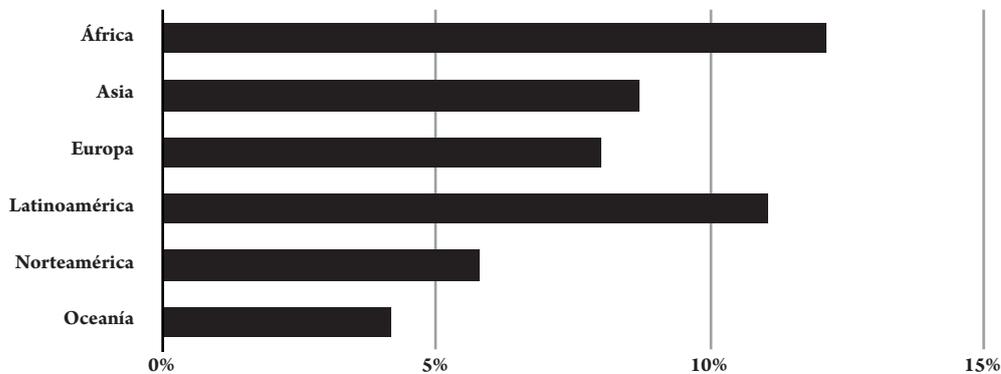


Gráfico 11 - Categoría Actividad Profesional según las regiones de origen de los miembros de IUOMA (Grupo-1)

En relación a las fases del arte correo, la categoría *Actividad Profesional* ha sido un poco más significativa en la Etapa II (7,09%) que en la Etapa I (5,63%), conforme al gráfico inferior (gráfico 12).

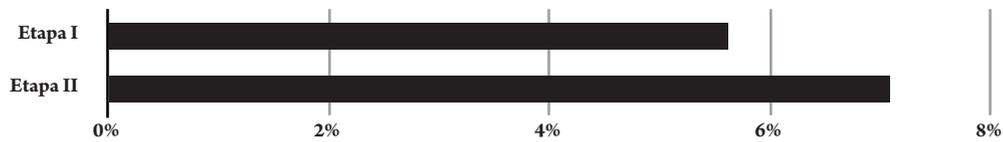


Gráfico 12 - Categoría Actividad Profesional según las etapas de participación de los miembros de IUOMA (Grupo-1)

9.4.1.2 Categoría *Expresión Utópica*

La categoría *Expresión Utópica* abarca todas las declaraciones que de alguna manera vislumbran la red de arte correo como un espacio de valores y sentimientos, en los que hay un compromiso ético y solidario. En esta categoría encontramos frases soñadoras, utópicas, comprometidas o románticas. Es una categoría bastante importante visto que en 503 citas ella estuvo presente, es decir en prácticamente el 25% de todas las motivaciones.

Algunos ejemplos de declaraciones que encajan en esta categoría:

The Mail Art is a wonderful expression of the communication, the exchange and the disinterested creativity. The Mail Art constructs new Utopias. (Juan Angelo Italiano, Uruguay)

Because when an unfortunate event happens in the world, mailartists orchestrated campaign to reverse. (Keyla Holmquist, Venezuela)

Its the only democratic way of border-wide communications. (Klaus Groh, Alemania)

Because there's no money involved. I feel that money and art should always remain separate. (Pedro Pescador, EUA)

With Mail Art, that I carry out from 1967, I hope to express my being, my concerns and my hopes. Like a member of a community and a determined culture I could not quit expressing, although I want the opposite, the own contents of that unit totally. In my works I pretend glorify our being and our world putting our existence in the best of evidence but, for it, I should put all that makes in evidence impossible that aspiration. That is to say, express not only the good and marvellous of the life but, also, denounce all that goes against its: the injustice, the insult, the infamy and all those iniquities that somebody could take on the one which, ideologically, we know like "immorality." For it, my work, not only with Mail Art, they take on a character of politic contestation (in the good sense), trying to influence, in the possible, in the restitution of the justice and the dignity. (Clemente Padín, Uruguay)



Se han creado 21 subcategorías para *Expresión Utópica* (gráfico 13). Cabe destacar que estas subcategorías –así como las subcategorías de las demás categorías de esta investigación– han sido establecidas muchas veces a partir de la comprensión del contenido de la cita, es decir, a partir de una interpretación de la investigadora sin significar que las palabras elegidas para la clasificación fueran explícitas en el texto.

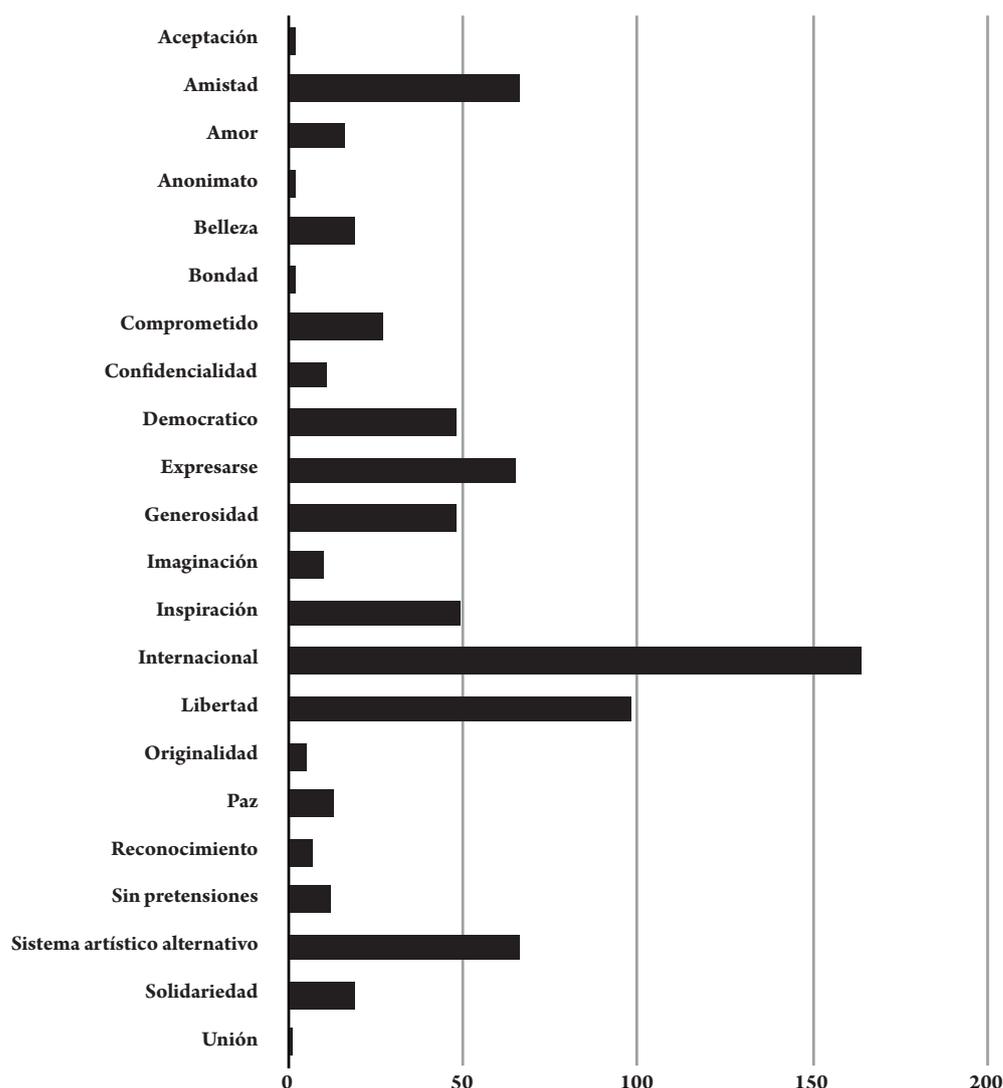


Gráfico 13- Ocurrencias de las subcategorías de Expresión Utópica para la comunidad IOUMA (Grupo-1)

En el análisis de esta categoría se ha podido observar que el arte correo como una expresión internacional es uno de los aspectos más significativos puesto que ha sido encontrado en 164 citas.

El sentimiento de libertad y el valor de la amistad también fueron representativos, puesto que representan, respectivamente, 98 y 66 ocurrencias. Algunos encuentran en el arte correo una fuente de inspiración (49) para su propia producción y como espacio para expresarse (65), de imaginación (10) y originalidad (5), debido a la amplitud y la consecuente cantidad de propuestas que circula por la red.

El entendimiento del arte correo como un sistema artístico alternativo donde no hay comercialización, censura ni jerarquías también se ha presentado de forma significativa en 66 motivaciones. Bajo una perspectiva afín también ha sido importante la visión del arte correo como una actividad democrática (48) y sin pretensiones (12); en la que se encuentran la generosidad (37), la solidaridad (19), confidencialidad (11), la paz (13) y la unión (1). El entendimiento del arte correo como una actividad políticamente comprometida (27) que también puede ser destacada.

Pocos han destacado el anonimato (2), o su opuesto, el reconocimiento (7) como una motivación.

Las demás ocurrencias fueron pautadas en los sentimientos belleza (19), amor (16), aceptación (2) y bondad (2).

El análisis de la categoría *Expresión Utópica* en relación a las regiones se ha presentado de modo bastante equitativo entre el 23-28% (gráfico 14). Latinoamérica ha presentado el mayor valor con un 28% mientras que Oceanía el menor con un 23%. Estos datos son muy reveladores puesto que demuestran cómo los valores y sentimientos diseminados por la red importan en la decisión de adherirse a ella y corroboran con la bibliografía en que muchos artistas/autores defienden esto como el gran diferencial de arte correo si se compara con las demás manifestaciones artísticas.

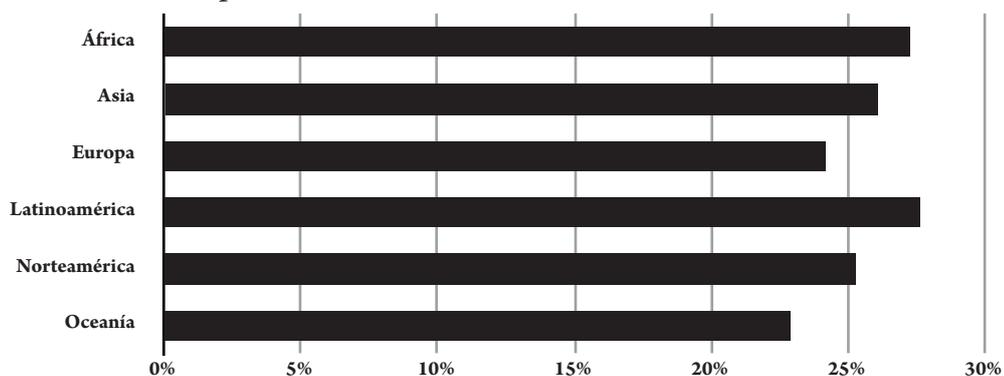


Gráfico 14 - Categoría Expresión Utópica según las regiones de origen de los miembros de IUOMA (Grupo-1)



La categoría *Expresión Utópica* ha sido un poco más significativa en las primeras fases del arte correo, Etapa I (29,16%), que en la última, Etapa II (27,81%), conforme el gráfico siguiente (gráfico 15).

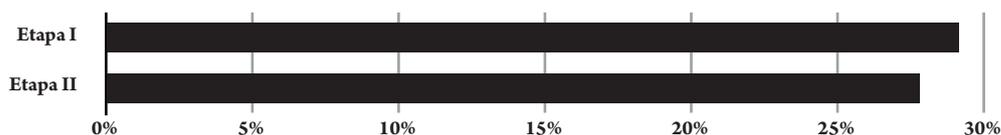


Gráfico 15 - Categoría Expresión Utópica según las etapas de participación de los miembros de IUOMA (Grupo-1)

9.4.1.3 Categoría *Interés Ocasional*

La principal justificación de esta categoría es el interés ocasional por el arte correo tanto a respecto de una participación activa en la red como de una actitud más pasiva de observación y curiosidad.

Algunos ejemplos de declaraciones que encajan en esta categoría:

_I'm not sure... but, something about it is interesting. (Dawn Mudore, EUA)

_I found a book on it last year and found it fascinating. So far I have only been sending art to family. But I also have an mixed media business, so I am interested in the supply end also. (Bekka - Tidbits Trinkets, EUA)

_I have not been active participant but have been close personal friends with mail artists for quite some time. (Diane Sipprelle, EUA)

_I have become interested in mail art through my friendship with Matthew Rose and after having known several mail art mavens. (Herman James, EUA)

_Because I would like to watch the art activities. (Necip Erol Olcay, Turquía)

Es también una categoría representativa puesto que en ella se han clasificado 433 citas. Se han creado seis subcategorías para *Interés Ocasional*: autopromoción, coleccionar, curiosidad, invitación, observar y participar (gráfico 16).

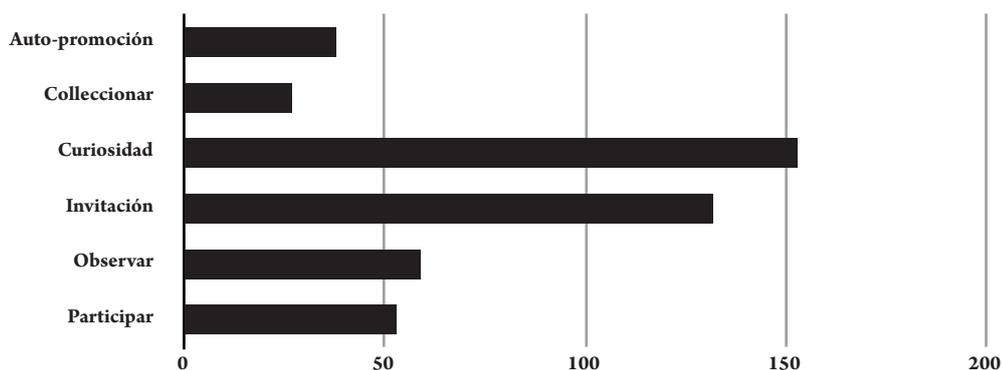


Gráfico 16 - Ocurrencias de las subcategorías de Interés Ocasional para la comunidad IUOMA (Grupo-1)

La motivación por curiosidad (153) y por invitación (132) son los aspectos que más se han destacado en esta categoría.

El primero puede ser explicado por el efecto seductor y sorprendente que el arte correo tiene al juntar arte y correspondencia. Por otro lado, en la red investigada hay una gran cantidad de nuevos participantes, es decir, personas que han ingresado en los últimos años y han conocido la red por medio de Internet, justificando de esta manera la representación bastante significativa de la subcategoría curiosidad como un interés ocasional.

El índice significativo de representación de la subcategoría invitación, por su parte, demuestra como el boca-oreja es importante en la estructuración de la red de arte correo, que pese a ser de participación libre y abierta, acaba funcionando mucho –especialmente si pensamos en las subredes– a partir de personas próximas, como amigos y/o familiares.

Hay participantes que demuestran su motivación de ingreso en la comunidad IUOMA por el interés de observar (59) o participar (53). En estos casos tampoco se pudo observar un gran conocimiento de lo que es la red de arte correo y tanto la participación como la observación parecen ser bastante ocasionales.

Como en la red de arte correo circulan producciones relacionada con los sellos o con las tarjetas postales se ha observado que la motivación también puede estar relacionada con el coleccionismo de estos objetos. El acto de coleccionar como motivación ha sido observado en 27 citas.



Por otro lado, algunos participantes ven en el arte correo un espacio de exposición en la que hay la posibilidad de divulgación y autopromoción (38) de su trabajo artístico y se les presenta como una motivación.

En relación a las regiones, la categoría *Interés Ocasional* ha sido más significativa en África (36%) y Asia (33%). Europa, Latinoamérica y Norteamérica han presentado valores entre un 23% y un 26%. La región en que esta categoría ha tenido menor significación ha sido Oceanía (17%) (gráfico 17).

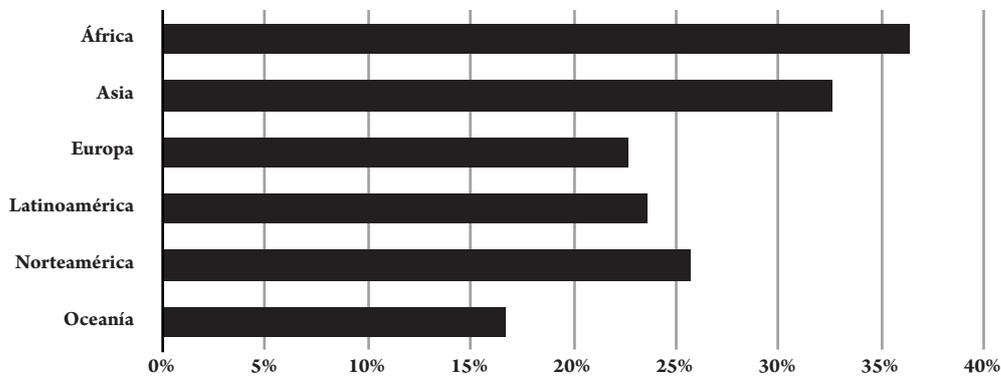


Gráfico 17 - Categoría Interés Ocasional según las regiones de origen de los miembros de IUOMA (Grupo-1)

En relación a las fases del arte correo, la categoría *Interés Ocasional* (gráfico 18) ha sido mucho más significativa en la Etapa II (23,57%) que en la Etapa I (13,81).

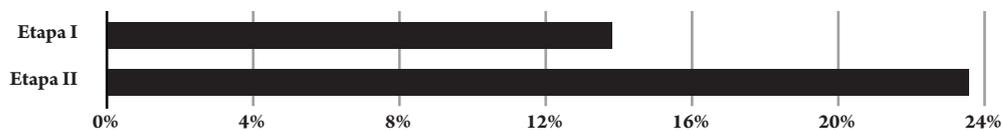


Gráfico 18 - Categoría Interés Ocasional según las etapas de participación de los miembros de IUOMA (Grupo-1)

9.4.1.4 Categoría *Network*

Esta categoría tiene como base el concepto de “*Eternal Network*” descrito por Filliou y Brecht (1968), mencionando anteriormente en el marco histórico. Bajo esta perspectiva, *Network* es una categoría en la que predomina la idea de flujo y cooperación en la red, sin jerarquías entre producción y recepción del arte. Cabe destacar que, a finales

de los sesenta, el término network empezó a ser utilizado por gran parte de los artistas correo para referirse a la red, siendo sus participantes los networkers.

Algunos ejemplos de declaraciones que se encajan en esta categoría:

_The Mail Art is a pioneer concept of Net Art manifestation to built an interactive form of art communication that let to the artist to communicate freely your ideas and development projects without cultural or geographical barriers through international postal service and cyberspace technologies to held a global networking relationship beside the hermetic official art Business. (Tulio Restrepo, Colombia)

_Mail-Art is the best opportunity to meet and be in contact with artists from all over the world. (Bruno Daniele, Italia)

_Artists are by far the most interesting people to communicate with. And the most responsive. _It's amazing how personal and generous their communication mediums are. I love making things and I love getting responses to what I have made through the mail. Mail Art has been an important influence in my life for almost four decades. (Ed Varney, Canadá)

_I like to communicate with other artist through the arts that I probably would never have a chance to meet. (Judy Skolnick, EUA)

_Networking with like minded artists. (Mad Max, Canadá)

_Love the idea of working with artists all over the world who do this strictly for the pleasure of the process and sharing. (Jan Weiss, EUA)

_For the spirit of cooperation, for the respect in artists, for the idea that represents. (Aristotelis Triantis, Grecia)

_The surprise in collaborating with others. (Elisabeth Omdahl, Noruega)

_I like to make exchanges and artworks in collaboration with others.(Ignacio Pérez Pérez, Venezuela)

_I love to create and exchange art through the mail. Meeting other artist...sharing a common goal... Art... (Junanne Peck, EUA)

Esta es una categoría muy significativa puesto que ha estado presente en 671 citas. Para *Network* se han creado seis subcategorías: arte en movimiento, comunicación, conexión, cooperación, enriquecimiento cultural e intercambio (gráfico 19).

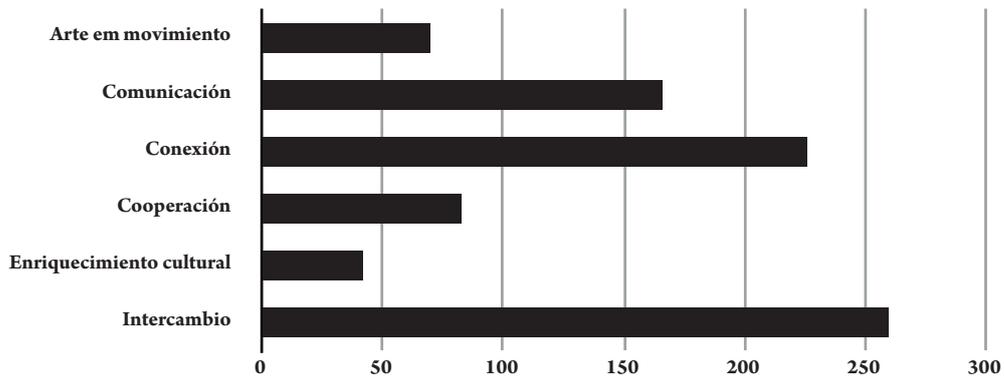


Gráfico 19 - Ocurrencias de las subcategorías de Network para la comunidad IOUMA (Grupo-1)

Los términos o ideas que indican comunicación (166) y conexión (226) predominan en las declaraciones que se agrupan en esta categoría, en la que se considera que el arte correo atrae por tratarse de una red social.

Del mismo modo, los términos o ideas que reflejan el concepto de intercambio (260) y cooperación artística (83) son justificaciones significativas de la participación.

También se han encontrado la idea de flujo artístico y cultural que se han clasificado por las subcategoría denominadas arte en movimiento (70) y enriquecimiento cultural (42).

El concepto de Network (gráfico 20) ha sido más significativo en Latinoamérica (35%), Europa (34%) y Asia (33%). Norteamérica y Oceanía han presentado valores bastante semejantes, respectivamente, un 26% y 27%, mientras que en África esta categoría ha sido menos significativa presentándose con un 18%.

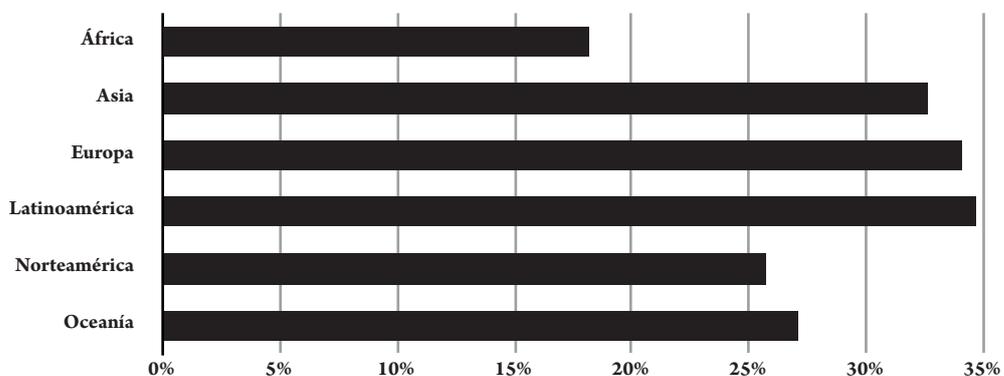


Gráfico 20 - Categoría Network según las regiones de origen de los miembros de IUOMA (Grupo-1)

La categoría *Network* ha sobresalido en la Etapa I, estando presente en el 37,85% de las citas; sin embargo, en la Etapa II también ha tenido un valor significativo apareciendo en un 34,67% de las declaraciones (gráfico 21).

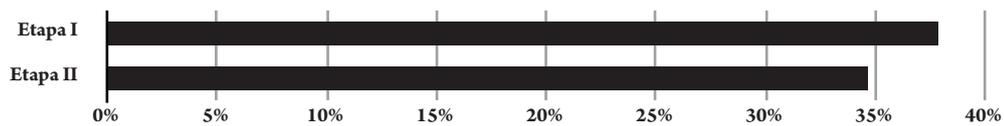


Gráfico 21 - Categoría Network según las etapas de participación de los miembros de IUOMA (Grupo-1)

9.4.1.5 Categoría *Placer*

En esta categoría están las respuestas en las que se acentúa la admiración por el arte correo y su carácter como una actividad placentera y gratificante de diversión, pasatiempo, sorpresa o terapia.

Algunos ejemplos de declaraciones que encajan en esta categoría:

_The fun of ephemerality and surreal surprises. (Catherine Shallcross, EUA)

_It puts something tangible and beautiful and unique into our boxy lives, an antidote to glaring television screens, computer screens, and the commodification of everything. (Julie Teglovic, EUA)

_Mail-art activities make me feel and believe that I exist in this world. (Ivan Zemtsov, Rusia)

_There is nothing in the world I love more than good surprises from strangers. (Jaime Chu, EUA)

_Because a plain envelope could only contain a bill and not be friendly mail. Mail art makes people smile. (Joanne Mansell, Australia)

_The joy of opening letters and receiving things which have been worked on by others. The reality of organically shared moments. The pleasure and privilege of somebody's trust, and reciprocating that trust. These things are real, fun, and interesting. (Peter Farrugia, Malta)

Ha sido una categoría bastante significativa puesto que se han encontrado en 529 citas que tratan de este tema. Las subcategorías de la categoría *Placer* son: adicción, divertido, estimulante, le gusta, pasatiempo, placentero, sorprendente y terapéutico (gráfico 22).

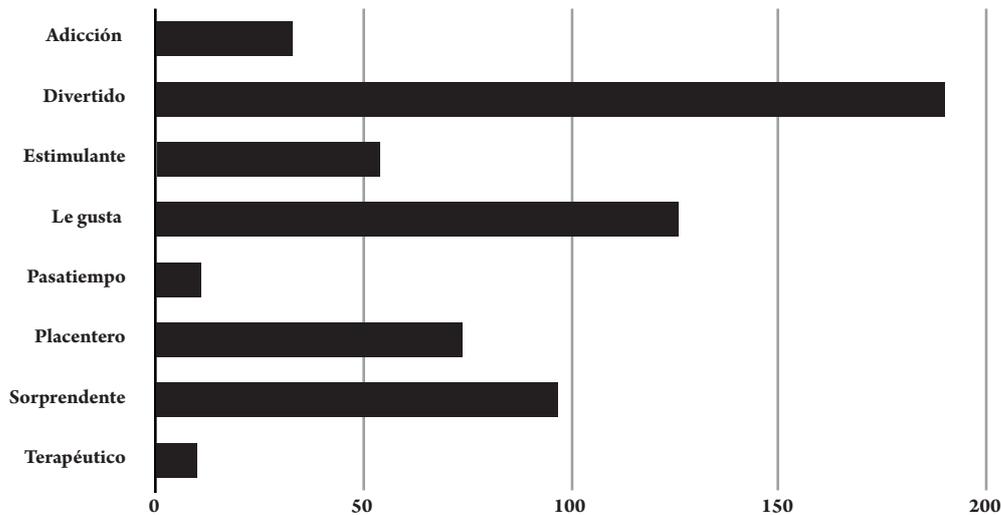


Gráfico 22 - Ocurrencias de las subcategorías de Placer para la comunidad IOUMA (Grupo-1)

La posibilidad de participar de una red abierta y dinámica, apropiándose de esta red con humor y creatividad parece ser importante, en 190 citas los participantes han planteado el arte correo como algo divertido y que les motiva a participar. En este sentido algunos ven el arte correo como algo estimulante (54), sorprendente (97) y placentero (74). Otros comentan que simplemente participan porque les gusta (126) o porque se trata de un pasatiempo (11).

Sin embargo, lo más interesante en esta categoría ha sido el carácter psicológico que el arte correo puede asumir en la vida de los participantes, en este sentido algunos han afirmado que participan porque se trata de una adicción (33) en cuanto otros entienden que participar de la red tiene un efecto terapéutico (10) en sus vidas.

En el gráfico siguiente (gráfico 23) es posible observar que la categoría *Placer* se ha destacado en Norteamérica (33%). En Oceanía también ha sido significativa la motivación por placer, presentándose con un 27%. Las demás regiones África (21%), Europa (20%), Latinoamérica (19%) y Asia (18%) se han mostrado bastante equitativas en este quesito.

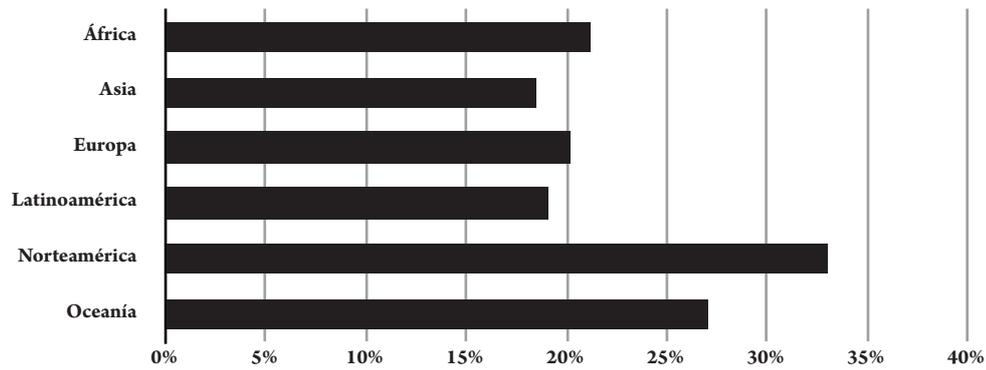


Gráfico 23 - Categoría Placer según las regiones de origen de los miembros de IUOMA (Grupo-1)

En relación a las etapas (gráfico 24), se ha observado que en la Etapa I, la categoría Placer ha sido un poco más significativa, con un 29,67% de ocurrencias que en la Etapa II, presentándose en 27,58% de las citas.

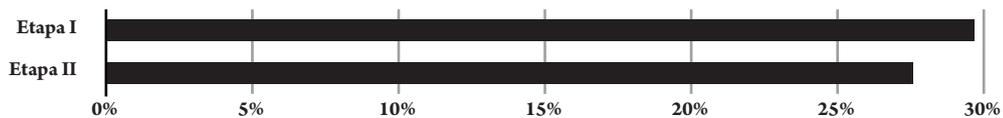


Gráfico 24 - Categoría Placer según las etapas de participación de los miembros de IUOMA (Grupo-1)

9.4.1.6 Categoría *Producción Artística*

En esta categoría están las declaraciones en las que el arte correo atrae por tratarse de una actividad artística, que puede tener características especiales como el ser creativa, experimental y participativa. Sin embargo, el factor principal es que se considera la práctica como arte y es esto lo que justifica la motivación de participar.

Algunos ejemplos de declaraciones que se encajan en esta categoría:

Verme envuelta en las nuevas corrientes artísticas me parece una lucha necesaria, y una reivindicación lógica. (Almudena Díaz Llanos, España)

Because mail art is the most pure form of art! (Annijames Rivero, Venezuela)

Experimental poetry led to mail art. I'm a college educated writer who wanted to explore and practice the routes of vanguard art... When I first got a cell phone, I became interested in photo editing. I do a little music, a little writing, that recipe wouldn't be complete without visual artwork... (Cesar Espino Barros, México)



_I have been interested in visual-verbal art/poetry for a long time. Some of the best and most vital work can be found through mailart channels, I think, and this seems like a particularly great way to see what's happening. (De Villo Sloan, EUA)

_For the passion for art. And the freedom of creativity. The poetry of all the process. I love to send and receive mail art as if it was a fragment of a dream... (Eduardo Cardoso, Portugal)

El arte correo entendido como un potente proceso creativo ha sido la subcategoría que se ha destacado en esta categoría. Han sido 240 las citas que presentan esta motivación. Las subcategorías que componen *Producción Artística* son: arte, arte factible, ATC, efímera, experimental, libro de artista, otros lenguajes, pequeño formato, poesía visual, tarjetas postales, proceso creativo, sellos de artista y sobres artísticos (gráfico25).

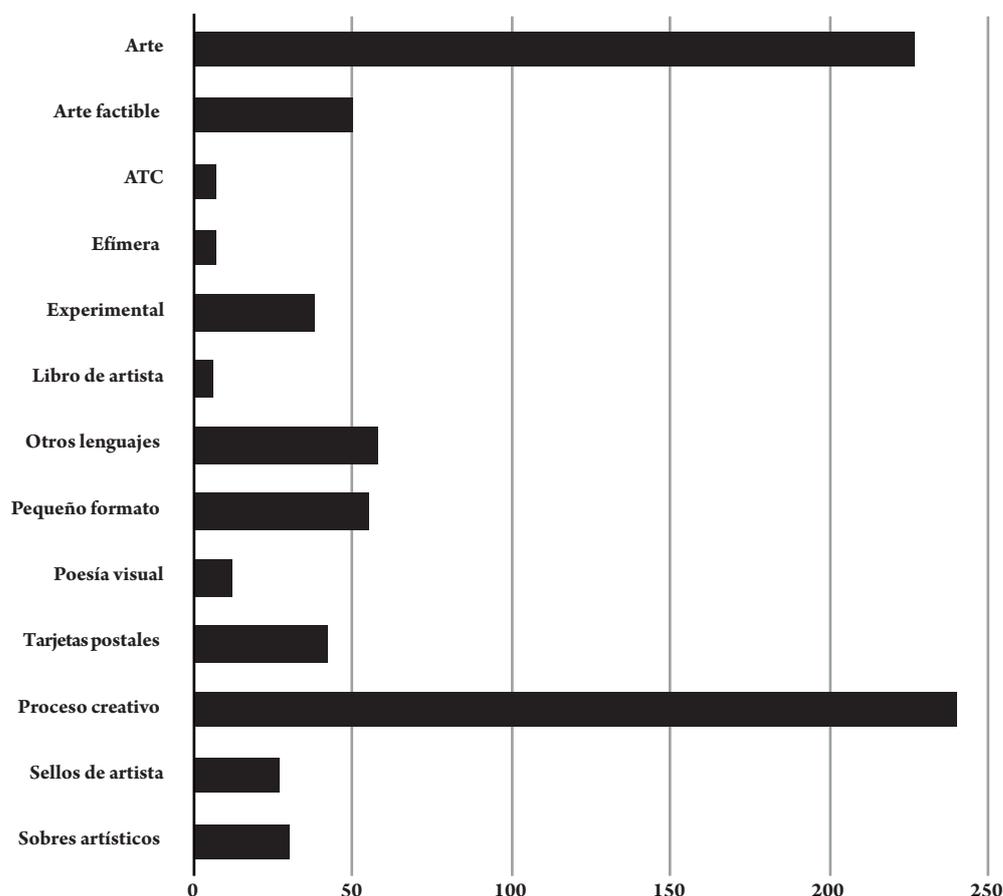


Gráfico 25 - Ocurrencias de las subcategorías de Producción Artística para la comunidad IOUMA (Grupo-1)

Por otro lado, hay también un gran número de citas que relacionan directamente la motivación en participar con el hecho de reconocer el arte correo como Arte (227).

Además, algunos destacan no sólo el hecho de ser arte, sino que lo ven como un arte factible (7), es decir, asequible, posible de ser realizable por cualquiera.

En esta categoría también están las citas que han relacionado el arte correo con algunas poéticas visuales como el ATC - *Artist trending cards* (7), el libro de artista (6), el arte de pequeño formato (55), el arte experimental (38), el arte efímero (7), la poesía visual (12), las postales (42), los sellos de artista (27) y los sobres artísticos (30); así como la posibilidad de crear otros lenguajes (58).

En relación a las regiones, la distribución de la categoría *Producción Artística* (gráfico 26) ha tenido mayor expresividad en Norteamérica con un 36% y Latinoamérica con un 32%. Europa, Asia y Oceanía quedaron con un 28%, 23% y 21%, respectivamente. El valor menos significativo relacionado a esta categoría ha sido en África (12%).

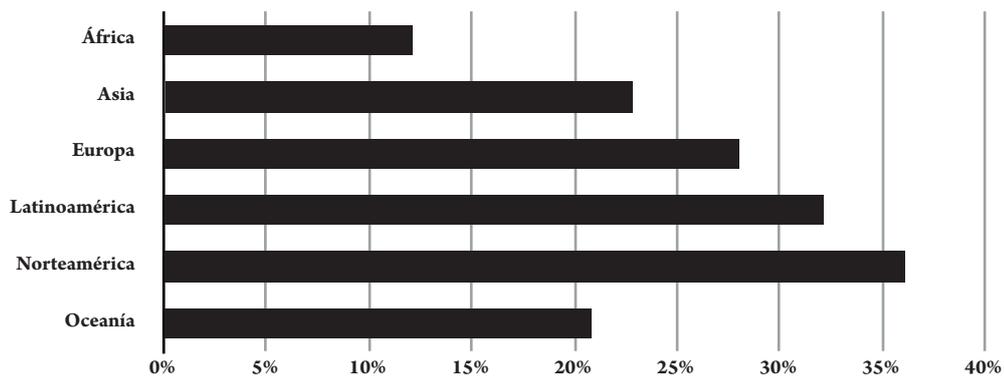


Gráfico 26 - Categoría Producción Artística según las regiones de origen de los miembros de IUOMA (Grupo-1)

La ocurrencia de la categoría *Producción Artística* (gráfico 27) se ha mostrado de manera muy similar tanto en la Etapa I (33,25%) como en la Etapa II (33,74%).

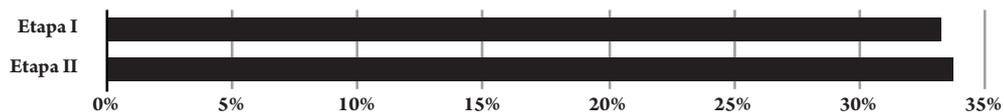


Gráfico 27 - Categoría Producción Artística según las etapas de participación de los miembros de IUOMA (Grupo-1)



9.4.1.7 Categoría Sistema Postal

Esta categoría está relacionada con las afirmaciones en las que se justifica la motivación por el uso del sistema postal como medio de circulación del arte correo.

Algunos ejemplos de declaraciones que se encajan en esta categoría:

_I love the mystery of the post and I don't want it to become a lost art form. (Bianca Jagoe, Australia)

_I like mail, and I like art, and I like mailart. (Elisabeth Langford, Canadá)

_I love handwritten correspondence and dislike plain envelopes. (Juli, EUA)

_I've always loved mail, art, and writing. This is my way of combining three things that I love and of keeping my creativity flowing. (Theresa Ann Aleshire Williams, EUA)

_I love stamps, envelopes, paper and the post office. I have to buy every sheet of stamps that the post office issues for regular mail and post cards, supplemented with international and add-ons. If there's an excuse to mail something, I do. (Annette Dennis, EUA)

Se han presentado 272 citas en esta categoría, que está subdividida en: corresponderse, enviar y recibir correspondencia (gráfico 28)

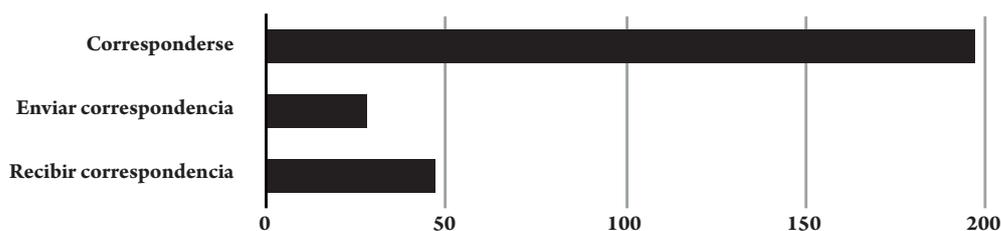


Gráfico 28 - Ocurriciones de las subcategorías de Sistema Postal para la comunidad IOUMA (Grupo-1)

El interés por corresponderse ha sido la subcategoría que se ha destacado apareciendo en 197 citas. Sin embargo, algunos han destacado las acciones de enviar (28) o recibir la correspondencia (27) como una motivación particular.

En relación a las regiones, la categoría *Sistema Postal* (gráfico 29) no ha sido citada como motivación por ninguno de los participantes de África (0%). Sin embargo, ha sido más significativa en Oceanía, representando el 20% de las motivaciones. En Norteamérica

esta categoría también ha sido expresiva, con el 19%. Asia (10%), Europa (8%) y Latinoamérica (5%) presentaron los valores más bajos.

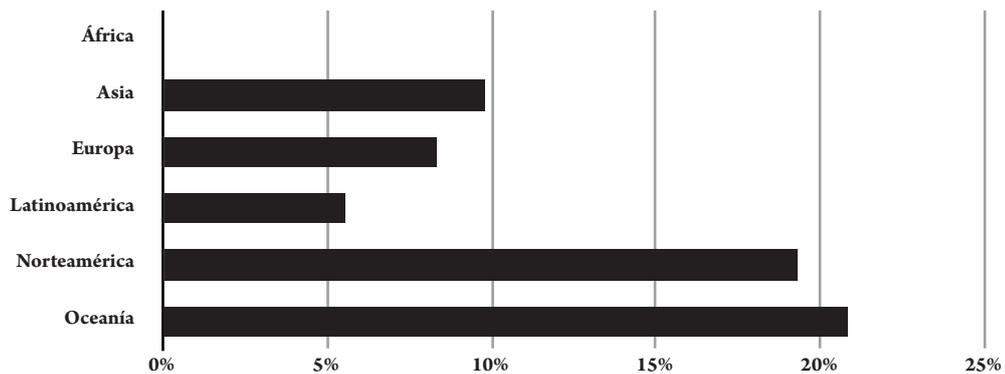


Gráfico 29 - Categoría Sistema Postal según las regiones de origen de los miembros de IUOMA (Grupo-1)

En relación a la categoría *Sistema Postal* (gráfico 30) vemos que ha sido más expresiva en la Etapa II, apareciendo en el 15,25% de las citas que en la Etapa I (10,74%).

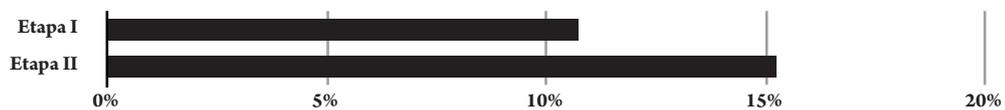


Gráfico 30 - Categoría Sistema Postal según las etapas de participación de los miembros de IUOMA (Grupo-1)

9.4.2 Análisis general de las categorías de motivación

Podemos ver la distribución general de las categorías de motivación a través del siguiente gráfico (gráfico 31):

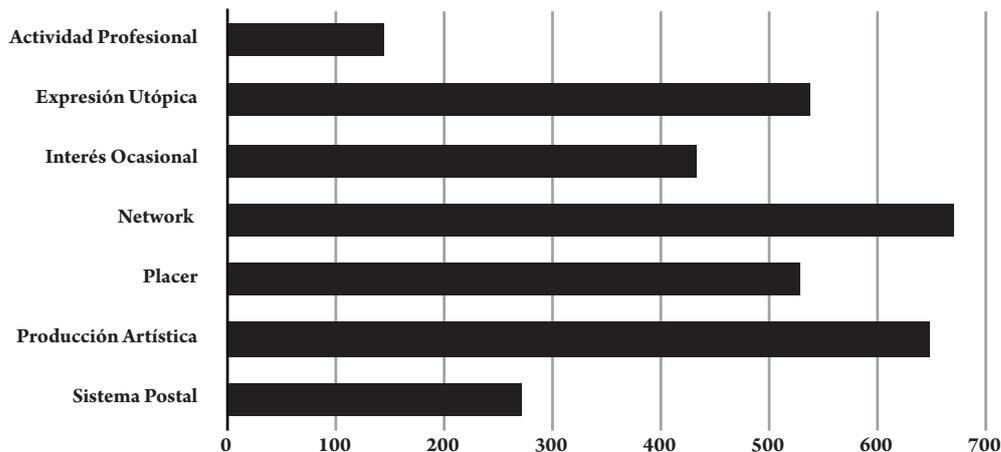


Gráfico 31 - Distribución general de las categorías de motivación de los miembros IUOMA (Grupo-1)

Analizando los datos obtenidos a partir de la categorización de los motivos de participación observamos que las categorías *Network* (671) y *Producción Artística* (648) sobresalen en el panorama total de las citas estudiadas. Este resultado es interesante porque ambas categorías resumen en sí la propia comprensión de lo que es el arte correo, es decir, la puesta en circulación de las más diferentes propuestas estéticas a través de una red de artistas en la cual lo principal es la comunicación y el intercambio de ideas.

Otra categoría destacada ha sido *Expresión Utópica* (538) y en ella vemos la expresión de valores y sentimientos como una justificación a la hora de participar. La idea, difundida tanto en la red como en la bibliografía estudiada, de que el arte correo es un espacio utópico de libertad de expresión y reconocimiento, colaboración y generosidad es reafirmada en el mensaje de motivación de muchos de los participantes IUOMA.

La categoría *Placer* (529) también ha demostrado ser importante y ha sido posible visualizar que el aspecto de diversión y sorpresa se sobresalen indicando el entendimiento del arte correo como un juego artístico estimulante a la participación.

Se ha observado que algunos de los participantes ingresaron en la comunidad IUOMA por un *Interés Ocasional* (433) y que su participación no es regular o es menos activa si se compara con los que afirman haber sido motivados por otros aspectos.

En relación a la categoría *Sistema Postal* (272) se ha podido observar que el medio postal no es el más relevante en la decisión de participar o no de la red y en base a esto entendemos por qué la red analógica una vez transpuesta a la red digital ha tenido tanto éxito

de forma a mantenerse activa a través de envíos por correo electrónico o por las redes sociales virtuales.

La categoría menos significativa ha sido *Actividad Profesional* (145), mismo considerando en ella los participantes que están en la red porque son artistas. Esto es interesante porque demuestra que no hay una relación directa entre la actividad profesional –o más específicamente al hecho de reconocerse como artista– y la participación.

9.4.3 Análisis por región de las categorías de motivación

Este análisis tiene como objetivo ver la distribución de las diferentes categorías –por número de ocurrencias de las citas– en cada una de las regiones, a fin de verificar las principales motivaciones en cada una de ellas. Cabe destacar, que las participaciones fueron muy distintas según las localidades y por lo tanto no es posible comparar la ocurrencia de las categorías de una región con otra directamente. Sin embargo, es interesante observar como las categorías aparecen en cada una de las regiones, para comprender mejor el perfil de sus participantes.

Las regiones aparecen analizadas en orden de importancia, es decir, por la cantidad de participantes en cada una de ellas.

9.4.3.1 Norteamérica

La región responsable del el surgimiento del arte correo es hasta hoy la más representativa tanto en referencias bibliográficas como en participantes, como se ha podido comprobar al analizar la comunidad IUOMA. De los dos mil participantes analizados, 969 eran de Norteamérica (876 de los Estados Unidos y 93 de Canadá), es decir, casi la mitad (48,28%) del total.

De estos, solamente 59 no han contestado su motivación. Por lo tanto, de las 910 declaraciones (gráfico 32), la mayoría se han centrado en las categorías *Producción Artística* (350), *Network* (328) y *Placer* (320). La categoría *Expresión Utópica* también ha sido significativa estando presente en 264 citas, así como *Interés Ocasional* (212) y



Sistema Postal (187). La categoría menos expresiva en Norteamérica ha sido la *Actividad Profesional* presente en sólo 56 citas.

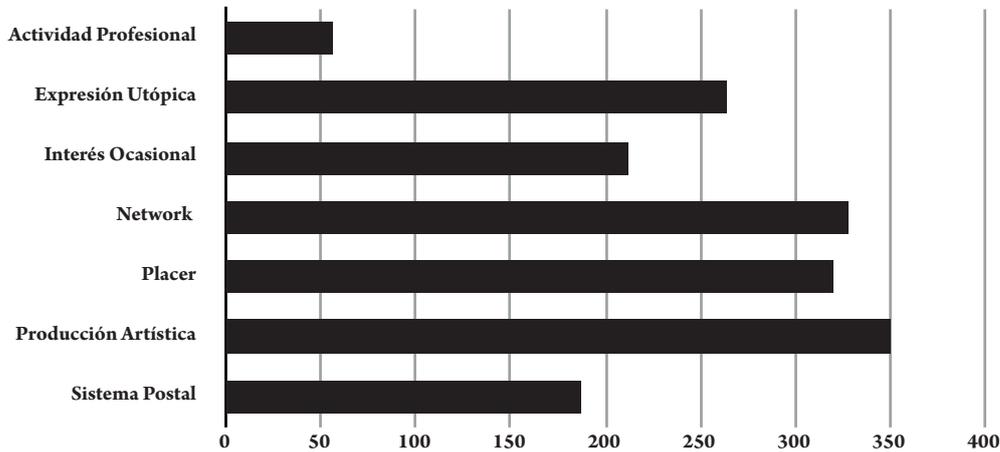


Gráfico 32 - Distribución general de las categorías de motivación de los miembros IUOMA (Grupo -1) en Norteamérica

9.4.3.2 Europa

Europa es la segunda región más representativa en el arte correo en referencias y artistas. Los datos recogidos de los participantes de la comunidad IUOMA corroboran esta información una vez que en ella también los europeos tienen un gran peso con 649 participantes (31,72% del total de participantes). De estos, 97 no han contestado su motivación.

De las 552 declaraciones (gráfico 33), la categoría más recurrente ha sido *Network* (221). Las categorías *Producción Artística* (182) y *Expresión Utópica* (168) también han sido bastante significativas junto con *Interés Ocasional* y *Placer*, presentes en 132 y 131 de las citas, respectivamente. Las categorías menos expresivas para Europa han sido *Sistema Postal* (54) y *Actividad Profesional* (52).

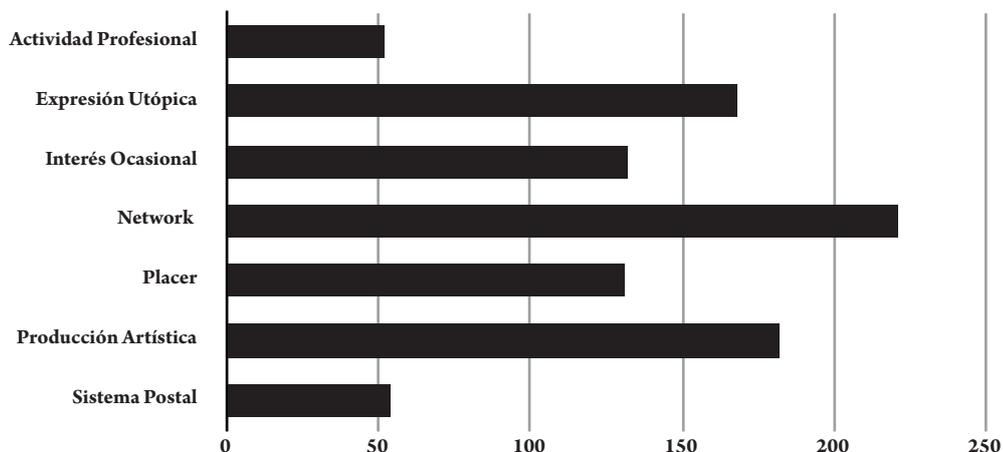


Gráfico 33 - Distribución general de las categorías de motivación de los miembros IUOMA (Grupo -1) en Europa

9.4.3.3 Latinoamérica

En relación a Latinoamérica la participación de los 2000 integrantes de IUOMA analizados ha sido de 199 (9,83% del total de participantes). De estos solamente 19 no han contestado su motivación de pertenecer a la red de arte correo. Por lo tanto, han sido 180 las declaraciones analizadas (gráfico 34).

Para esta región las categorías *Network* (69), *Producción Artística* (64) y *Expresión Utópica* (59) han sido las más significativas. Las categorías *Placer* (38) y *Interés Ocasional* (37) se presentaron con menos expresividad que las anteriores. Siendo las menos significativas de todas las categorías *Actividad Profesional* (22) y *Sistema Postal* (11).

Es interesante observar que el patrón de ocurrencias para Latinoamérica es muy semejante al patrón de Europa.

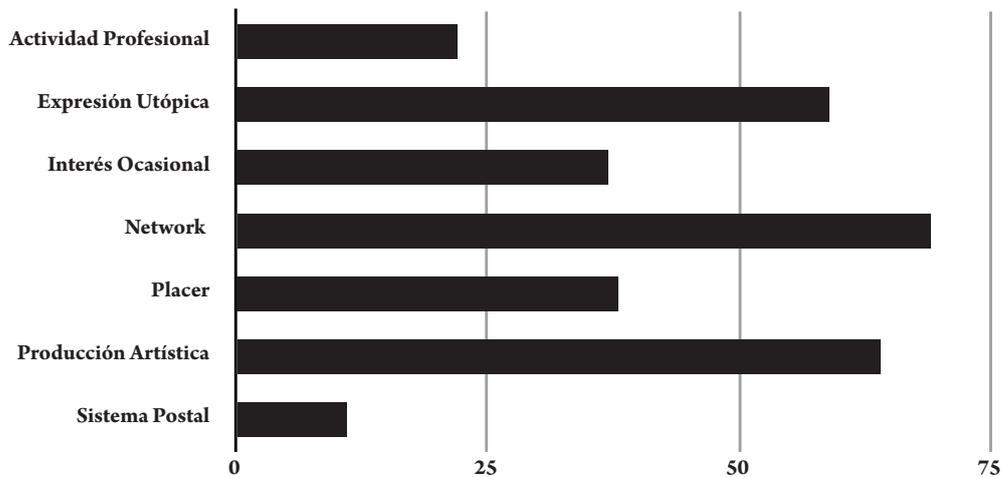


Gráfico 34 - Distribución general de las categorías de motivación de los miembros IUOMA (Grupo -1) en Latinoamérica

9.4.3.4 Asia

Los participantes de Asia han sido 92 (4,39% del total de participantes), de los que 10 no han contestado la motivación en participar de la red. De las 82 citas (gráfico 35) analizadas las categorías más significativas han sido *Interés Ocasional* y *Network*, ambas con 30 ocurrencias. *Expresión Utópica* se ha presentado en 25 citas, *Producción Artística* en 21, *Placer* en 17, *Sistema Postal* en 9 y *Actividad Profesional* en 8.

Asia tampoco ha sido una región muy activa en la red de arte correo, sin embargo presenta en su historia importantes nombres que han participado activamente en el circuito desde su primera fase. Es interesante notar que las categorías más expresivas sean *Interés Ocasional*, *Network* y *Expresión Utópica* porque demuestra que pese a la novedad que la red puede representar para los participantes asiáticos, muchos de ellos están motivados por la posibilidad de conexión, comunicación e intercambio del arte correo y de los valores y sentimientos que a través de él circulan.

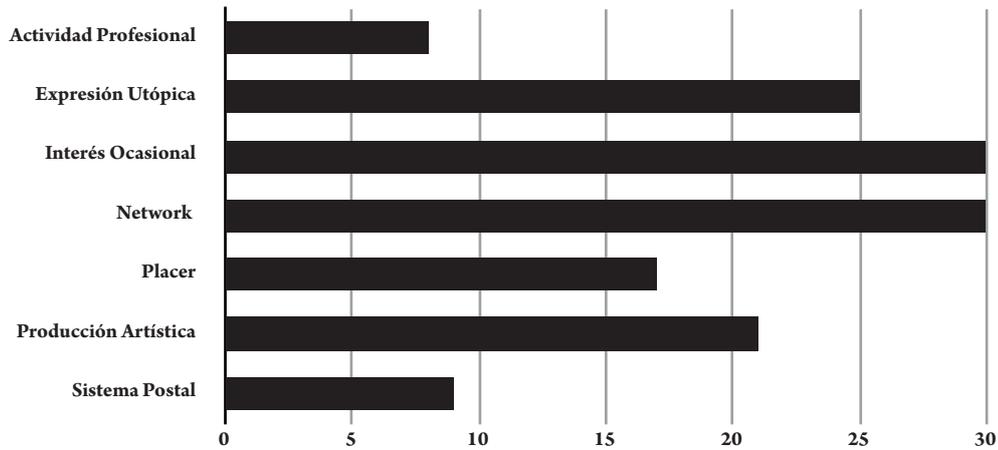


Gráfico 35 - Distribución general de las categorías de motivación de los miembros IUOMA (Grupo -1) en Asia

9.4.3.5 Oceanía

En la región de Oceanía el número de participantes ha sido 48 (2,39% del total de participantes), siendo que únicamente dos los participantes no han contestado su motivación. La categoría más destacada de las 46 respuestas ha sido *Producción Artística* (25). Las categorías *Network* y *Placer* presentaron 13 ocurrencias, *Expresión Utópica* 11, *Sistema Postal* 10, *Interés Ocasional* 7 y *Actividad Profesional* sólo 2, conforme el gráfico siguiente (gráfico 36).

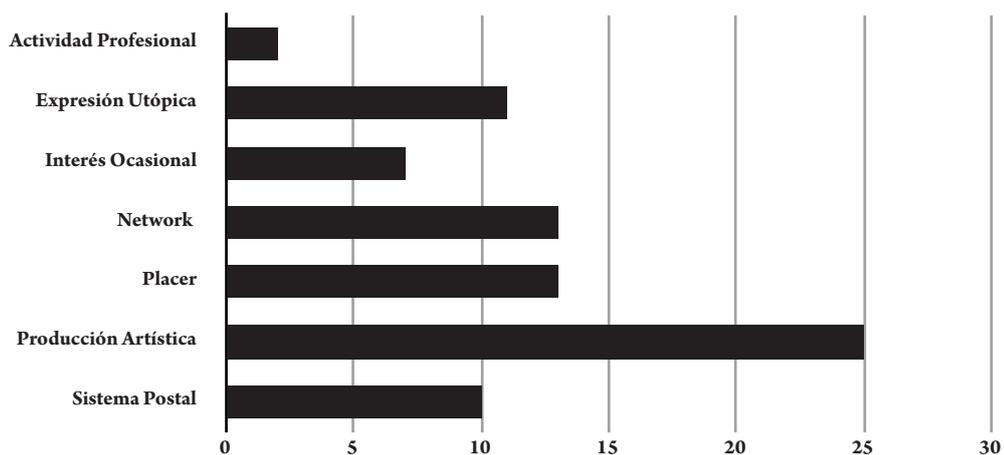


Gráfico 36 - Distribución general de las categorías de motivación de los miembros IUOMA (Grupo -1) en Oceanía



9.4.3.6 África

Han sido 33 los participantes de África (1,60% del total de participantes), 4 no han contestado su motivación, de las 29 citas restantes podemos observar (gráfico 37) que ha sido el *Interés Ocasional* la categoría más significativa con 12 ocurrencias. La categoría *Expresión Utópica* ha estado presente en 9 citas, *Producción Artística* en 7 y *Network* en 6. Las categorías *Actividad Profesional*, *Placer* y *Sistema Postal* han tenido 4 ocurrencias.

África no es realmente una región activa en la red de arte correo y la inmensa mayoría de sus participantes (32) han empezado a participar en la quinta y última fase (1995-2011) lo que corrobora el hecho de que la categoría *Interés Ocasional* sea la más expresiva para esta región.

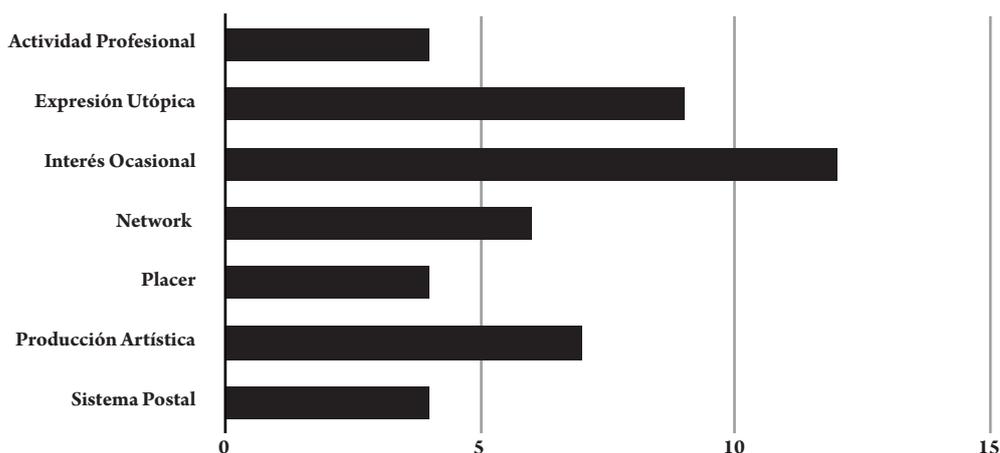


Gráfico 37 - Distribución general de las categorías de motivación de los miembros IUOMA (Grupo -1) en África

9.4.4 Comparativo de la ocurrencia de las categorías de motivación por regiones

Se han elegido solamente Norteamérica, Europa y Latinoamérica para realizar este análisis comparativo porque son las regiones más significativas para el arte correo. Analizando el gráfico (gráfico 38) con los porcentajes de cada categoría para cada una de las tres regiones observamos que existe una tendencia bastante semejante en relación a motivación para las categorías *Actividad Profesional* (ocurrencias entre 5-11%), *Expresión Utópica* (ocurrencias entre 24-28%) e *Interés Ocasional* (ocurrencias entre 22-26%).

También se puede observar una tendencia de similitud de porcentajes de ocurrencias entre Europa y Latinoamérica en *Network* (aproximadamente 34%), *Placer* (ocurrencias entre 19-20%) y *Sistema Postal* (ocurrencias entre 5-8%). Sin embargo, para estas mismas categorías el comportamiento en Norteamérica es bastante distinto, siendo superior en *Placer* (33%) y *Sistema Postal* (19,30%) e inferior en *Network* (25,70%).

En *Producción Artística* es donde se puede percibir una variación un poco más grande en relación a las tres regiones: Norteamérica (36,12%), Latinoamérica (32,16%) y Europa (28,04%).

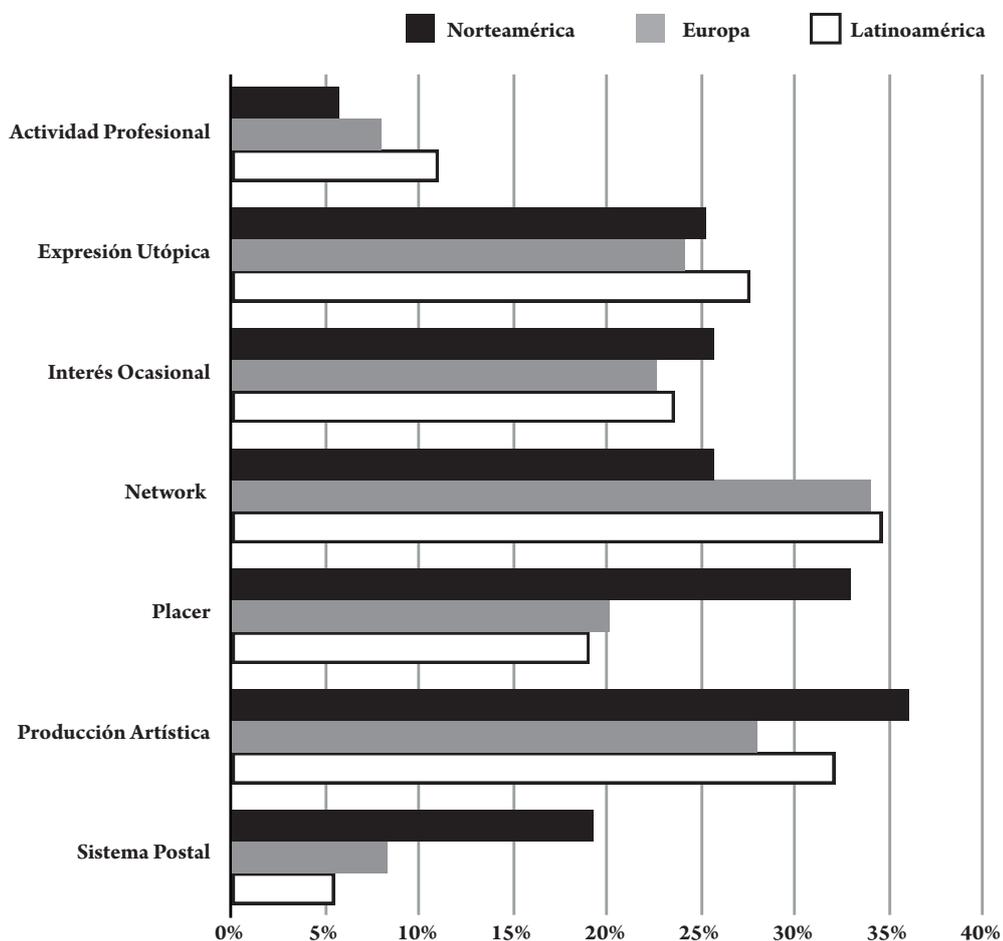


Gráfico 38 – Ocurrencias de las categorías de motivación de los miembros IUOMA (Grupo-1) en Norteamérica, Europa y Latinoamérica



9.4.5 Análisis por etapas de las categorías de motivación

Como hemos visto anteriormente el arte correo tiene dos etapas: la primera en su modo analógico de uso exclusivo del sistema postal convencional y la segunda cuando se suma a éste la conexión virtual y aparece la red digital de arte correo. Veremos en este apartado como ha sido la distribución de las categorías en cada una de estas etapas.

9.4.5.1 Etapa I

En las 391 declaraciones correspondientes a la primera etapa del arte correo (gráfico 39) podemos observar que la categoría más destacada es *Network* (148), seguida de *Producción Artística* (130). Las categorías *Expresión Utópica* y *Placer* presentaron ocurrencias bastante similares, respectivamente, 114 y 116. La categoría *Interés Ocasional* estuvo presente en 54 citas, *Sistema Postal* en 42 y *Actividad Profesional* en 22, siendo ésta última la menos expresiva.

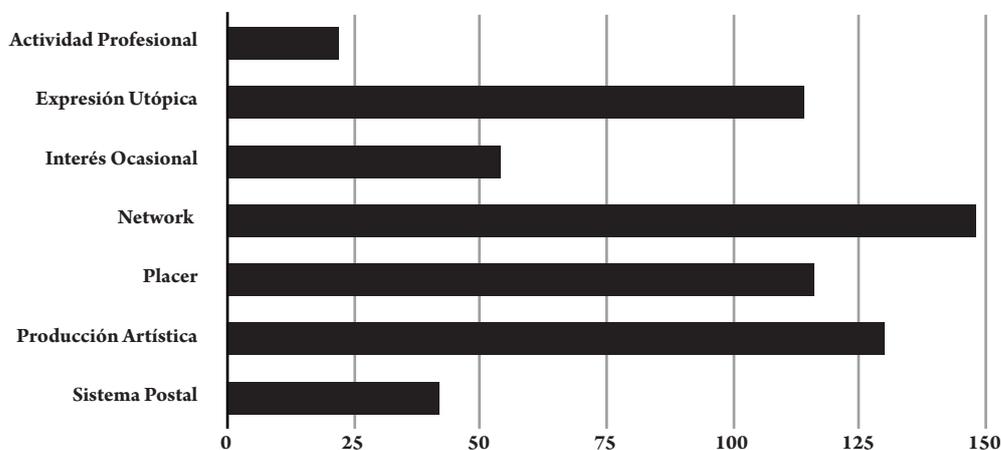


Gráfico 39 – Ocurrencias de las categorías de motivación de los miembros IUOMA (Grupo-1) en la Etapa I.

9.4.5.2 Etapa II

En lo relativo a la segunda etapa fueron analizadas 1.298 declaraciones. En este análisis (gráfico 40) se pudo observar que las categorías más significativas fueron *Network* (450) y *Producción Artística* (438). Las categorías *Expresión Utópica* y *Placer* tuvieron ocurrencias bastante semejantes, respectivamente, 361 y 358. La categoría *Interés Ocasional*

estuvo presente en 306 citas, mientras que *Sistema Postal* en 198 y *Actividad Profesional* en 92.

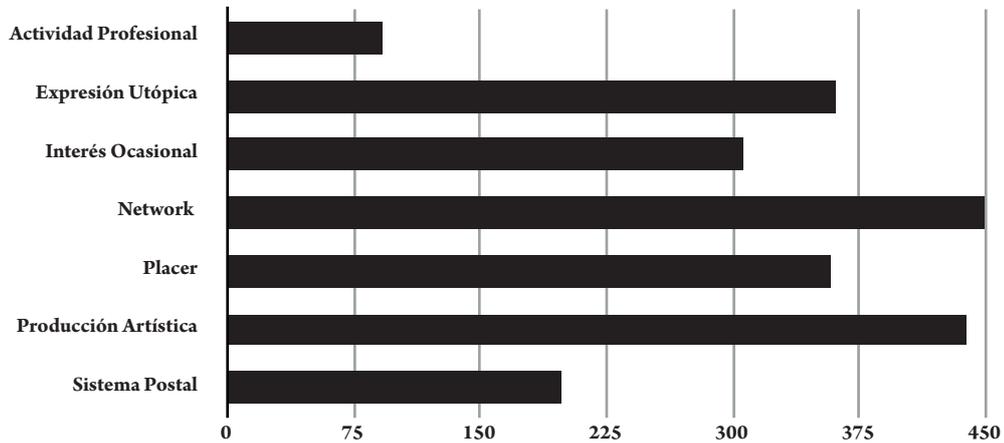


Gráfico 40 – Ocurrencias de las categorías de motivación de los miembros IUOMA (Grupo-1) en la Etapa II

9.4.6 Comparativo de la ocurrencia de las categorías de motivación por etapa

Es interesante observar que de manera general el patrón de ocurrencia de las categorías se mantiene en ambas etapas (gráfico 41). La diferencia más significativa es relativa a la categoría *Interés Ocasional* que es bastante menos expresiva en la primera etapa (13,81%) que en la segunda etapa (23,57%). Esto es interesante porque corrobora el mayor número de participantes de la segunda etapa, en la que la conexión virtual promueve una mayor difusión de la información y mucha más gente se ha aproximado a la red por curiosidad, invitación u otros factores ocasionales.

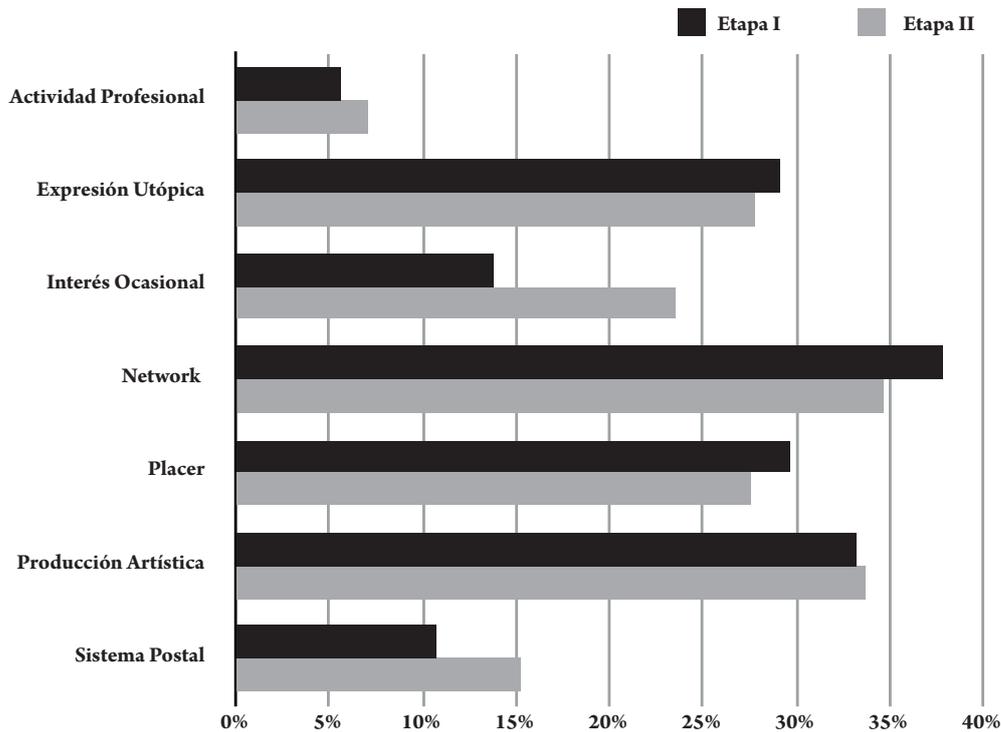


Gráfico 41 – Ocurrencias de las categorías de motivación de los miembros IUOMA (Grupo-1) en las Etapas I y II

9.4.7 Análisis por género de las categorías de motivación

En la comunidad IUOMA podemos observar la participación de ambos géneros, sin embargo, de manera general existe una mayor participación femenina. En este análisis veremos cómo ha sido la distribución de categorías para los hombres y mujeres participantes (gráfico 42 y 43).

9.4.7.1 Género femenino

Producción Artística ha sido la categoría más expresiva para las 1157 mujeres participantes con 427 citas, seguida de *Network* con 399. Las categorías *Expresión Utópica* y *Placer* han tenido un número de ocurrencias semejante, respectivamente, 332 y 327. Menor presencia han tenido *Interés Ocasional* (237) y *Sistema Postal* (201). La categoría menos expresiva ha sido *Actividad Profesional* (91).

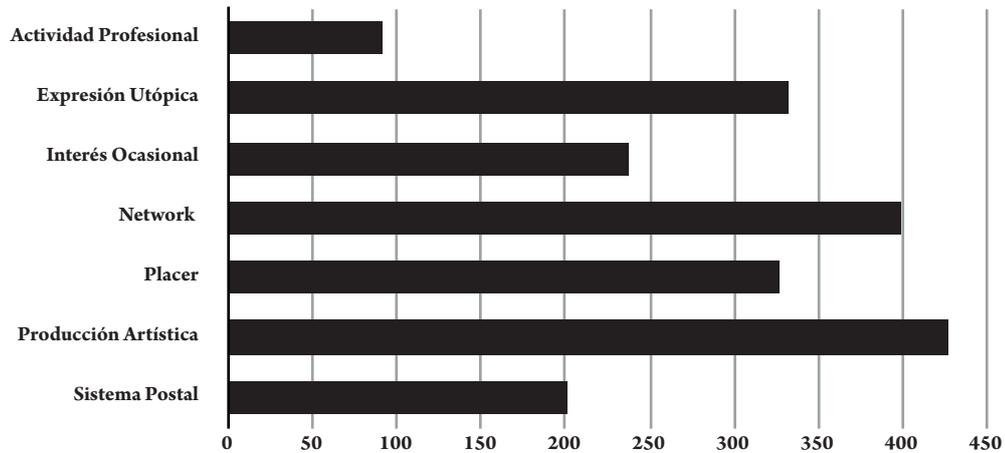


Gráfico 42 - Ocurrencias de las categorías de motivación de los miembros IUOMA (Grupo-1) para el género femenino

9.4.7.2 Género masculino

Los 749 hombres que participan de IUOMA afirmaron que es *Network* (242) su principal motivación. Las categorías *Producción Artística* (192), *Expresión Utópica* (180) y *Placer* (174) tuvieron ocurrencias bastante aproximadas. *Interés Ocasional* estuvo presente en 154, mientras que las categorías menos expresivas han sido *Actividad Profesional* (53) y *Sistema Postal* (51).

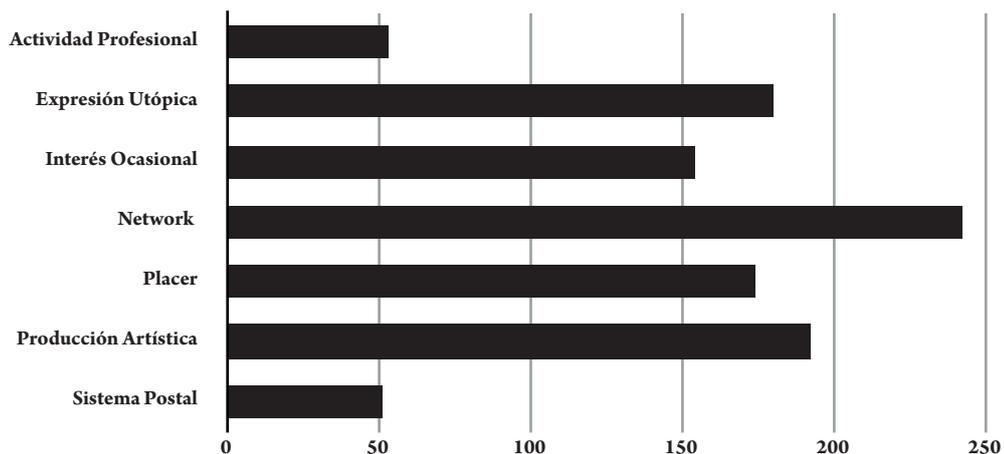


Gráfico 43 - Ocurrencias de las categorías de motivación de los miembros IUOMA (Grupo-1) para el género masculino



9.4.8 Comparativo de la ocurrencia de las categorías de motivación por género

Como la participación ha sido bastante diferenciada en relación al género, es decir, mucho más mujeres (1157) que hombres (749), se han transformado las ocurrencias en porcentajes a fin de posibilitar la comparación de la motivación de participación entre ambos géneros (gráfico 44).

De manera general el patrón de distribución de las categorías es bastante semejante para ambos géneros, habiendo diferencias más significativas en las categorías de *Producción Artística* y *Sistema Postal*, en las que se han destacado las ocurrencias femeninas, respectivamente 36,9% y 17,4%, en relación a las masculinas, respectivamente 25,6% y 6,81%. Es interesante destacar que la categoría *Interés Ocasional* ha demostrado el mismo índice (20,5%) en ambos casos.

En relación a aquellos que no han contestado la motivación, fueron 108 (14,41%) los participantes masculinos en relación a 69 (6,96%) femeninas.

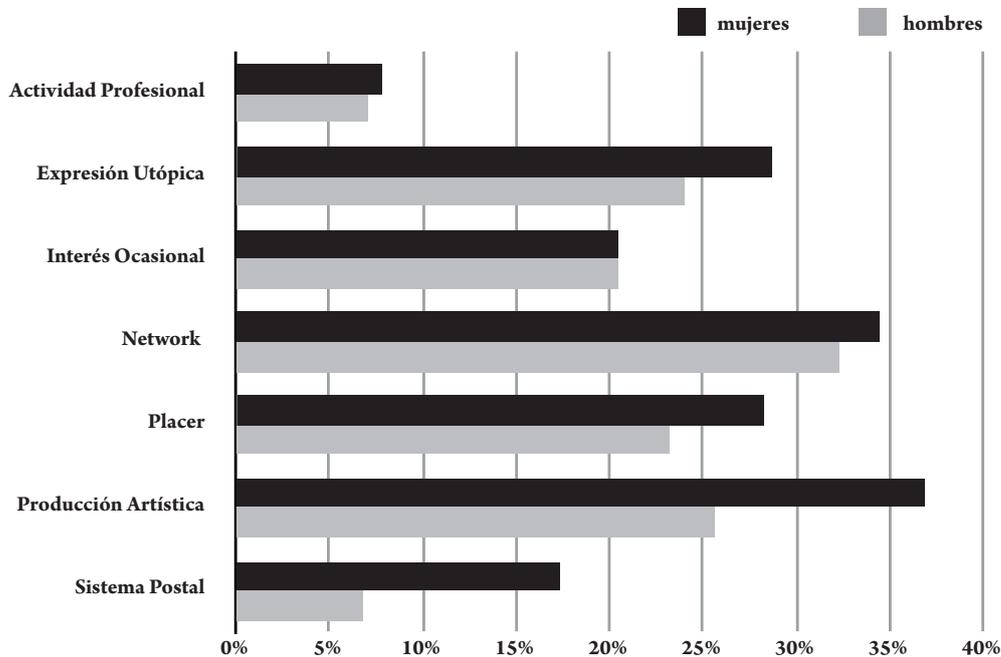


Gráfico 44 - Ocurrencias de las categorías de motivación de los miembros IUOMA (Grupo-1) para los género femenino y masculino

10. Cuestionarios en línea (Grupo-2)

Con el objetivo de profundizar sobre algunas cuestiones en relación al perfil de los artistas correo, se propuso un cuestionario que estuvo disponible en línea durante el curso 2010-2011. Para posibilitar el conocimiento de este cuestionario e incentivar la participación fueron enviados correos electrónicos a alrededor de mil direcciones de artistas correo, recogidas tanto de la comunidad IUOMA como de otras comunidades o páginas web. Aproximadamente el 10% de estos mil contactos (117 artistas correo) han contestado el cuestionario.

La estructura del cuestionario ha sido la siguiente (tabla 12):

Tabla 12 – Estructura del cuestionario aplicado en línea para el Grupo-2
1. DATOS PERSONALES Nombre Fecha y país de nacimiento Sexo Dirección Correo electrónico Página web
2. ¿ CUÁNDO empezaste a participar en la red de arte correo?
3. ¿POR QUÉ entraste en la red de arte correo? (motivación)
4. ¿Todavía continúa activo en la red de arte correo? () si () no *Si no participa más de la red, ¿cuál ha sido el motivo?
5. País o países de actuación como artista correo.
6. ¿Bajo qué contextos políticos ha sido su producción en arte correo? (múltiple elección) () tuvo la producción censurada () produjo en el exilio () produjo bajo régimen dictatorial () produjo bajo democracia () Otro:
7. Indique ¿cuál de las intenciones/actitudes descritas abajo tiene MÁS relación con su trabajo como artista correo? () ACTIVISTA - posición ideológica explícita, producción casi siempre relacionada con alguna causa social, política o ambiental. () ARTÍSTICA - preocupación estética y técnica, usa la red para exponer su producción y realizar intercambios () COMUNICATIVA - objetiva la comunicación, no asumiendo explícitamente ninguna de las posturas anteriores, transitando por ellas libremente * Comente la opción elegida en relación a su actitud/intención como artista correo.



8. ¿Cuáles son las temáticas MÁS recurrentes en su producción en arte correo?

(múltiple elección)

- ARTÍSTICA - que enfatiza el lenguaje y/o la técnica.
- AUTO-PROMOCIÓN - que enfatiza la autoría.
- AUTO-REFERENTE - que tiene el propio arte correo como tema.
- AUTORÍA COLECTIVA - que incita a la interacción del receptor.
- CONMEMORATIVA - que se refiere a personalidades, grupos, instituciones, temas o fechas específicas.
- CRÍTICA - que critica al sistema artístico, mediático, institucional, burocrático.
- ERÓTICA - que tiene la sexualidad como tema predominante.
- HISTÓRICA - que tiene como referencia explícita artistas, obras o períodos de la historia del arte.
- IDEOLÓGICA - explícitamente comprometida con cuestiones políticas, sociales, culturales, ecológicas etc.
- SENSORIAL - que incita los sentidos además de la visión.
- SOLIDARIA - que se relaciona con la defensa de alguna causa específica.
- TECNOLÓGICA - que enfatiza una tecnología específica (analógica o digital).

Otra:

9. Señale los ítems MÁS utilizados en su trabajo como artista correo: (múltiple elección)

- Acción postal
- Arte xerox
- Convocatorias
- Estampilla de artista (sello de goma)
- Poesía Visual
- Proyectos
- Ready-Made
- Sello de artista
- Tarjeta Postal
- Zine
- Otro:

10. Además del arte correo, ¿cuáles otras actividades artísticas DESTACA en su producción? (múltiple elección)

- Arte Xerox
- Collage
- Danza
- Dibujo
- Diseño gráfico
- Escultura
- Fotografía
- Instalación
- Literatura
- Música
- Performance
- Pintura
- Poesía visual
- Teatro
- Videoarte
- Ninguna
- Otra:

11. Una frase para definir el arte correo.

12.. ¿Qué publicaciones/textos acerca del arte correo recomienda?

13. Por favor, escriba aquí una breve biografía acerca de usted.

14. Comentarios adicionales.

10.1 Quiénes son los entrevistados (género, procedencia y contexto político)

En relación a procedencia, el cuestionario ha sido contestado por artistas correo de 22 países diferentes (tabla 13 y gráfico 45). La representación de Norteamérica, así como en la comunidad IUOMA, sigue siendo la más grande con un 40,17% de participación; en segundo lugar está Europa con un 35,04%, seguida de Latinoamérica con un 23,08%. Hubo un único participante asiático (0,85%) y ninguno de África u Oceanía.

Tabla 13 - Relación de países de procedencia de los entrevistados (Grupo-2)			
	País	Cantidad	Porcentaje general (%)
1.	Japón	1	0,85
	ASIA	1	0,85
2.	Alemania	8	6,84
3.	Austria	1	0,85
4.	Bélgica	3	2,56
5.	España	7	5,98
6.	Francia	1	0,85
7.	Grecia	2	1,71
8.	Holanda	4	3,42
9.	Hungría	1	0,85
10.	Italia	6	5,13
11.	Reino Unido	2	1,71
12.	Rusia	5	4,27
13.	Yugoslavia	1	0,85
	EUROPA	41	35,04
14.	Argentina	3	2,56
15.	Brasil	12	10,26
16.	Chile	3	2,56
17.	Colombia	1	0,85
18.	México	2	1,71
19.	Uruguay	2	1,71
20.	Venezuela	4	3,42
	LATINOAMÉRICA	27	23,08
21.	Canadá	3	2,56
22.	Estados Unidos	44	37,61
	NORTEAMÉRICA	47	40,17
	NO CONTESTARON	1	0,85

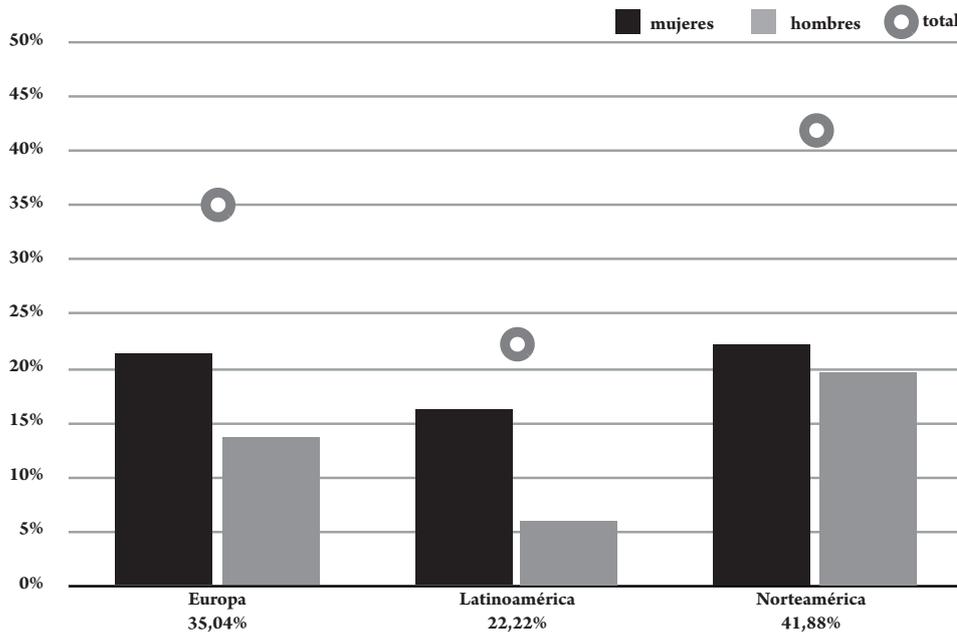


Gráfico 45 - Distribución de los entrevistados (Grupo-2) por regiones de origen

En relación al sexo de los participantes han sido 71 (61%) hombres y 46 (39%) mujeres, conforme muestra el gráfico a seguir (gráfico 46).

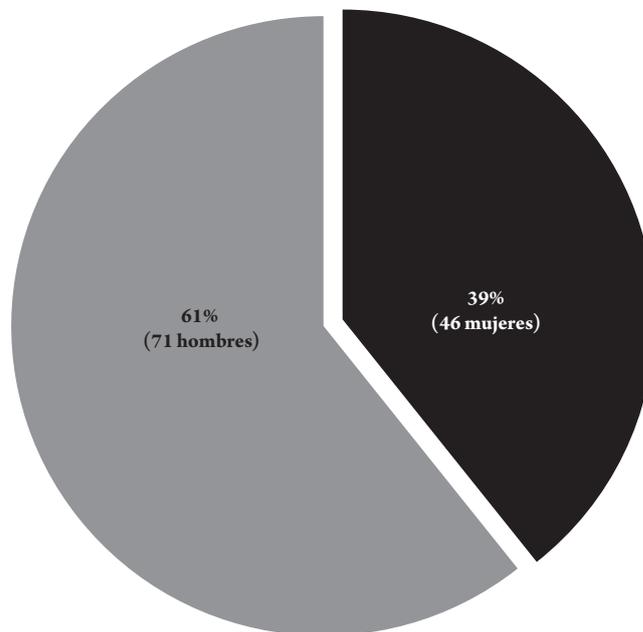


Gráfico 46 - Participación femenina y masculina en el Grupo-2

En relación al contexto político, la gran mayoría de los entrevistados (102) dijo haber participado en la red bajo democracia, mientras que solamente 12 produjeron en

el contexto político de una dictadura, siendo 2 en el exilio. Entre todas las respuestas 15 afirmaron haber tenido su trabajo censurado.

10.2 Etapas de participación en la red de arte correo

En relación a las fases del arte correo, solamente dos de los participantes no han informado el año de entrada en la red de arte correo. En cuanto a los demás la distribución ha sido de acuerdo con los siguientes datos (tabla 14 y gráfico 47). Observando estos datos vemos que hubo un número mayor de hombres en las Fase II (15) y III (21).

Tabla 14 - Cuantitativo de género del Grupo-2 distribuido por las fases del arte correo

	Etapa I				Etapa II
	Fase I (1955-1964)	Fase II (1965-1974)	Fase III (1975-1984)	Fase IV (1985-1994)	Fase V (1995-2011)
Mujeres	0	1	5	17	22
Hombres	0	15	22	18	15
Total	0	16	27	35	37

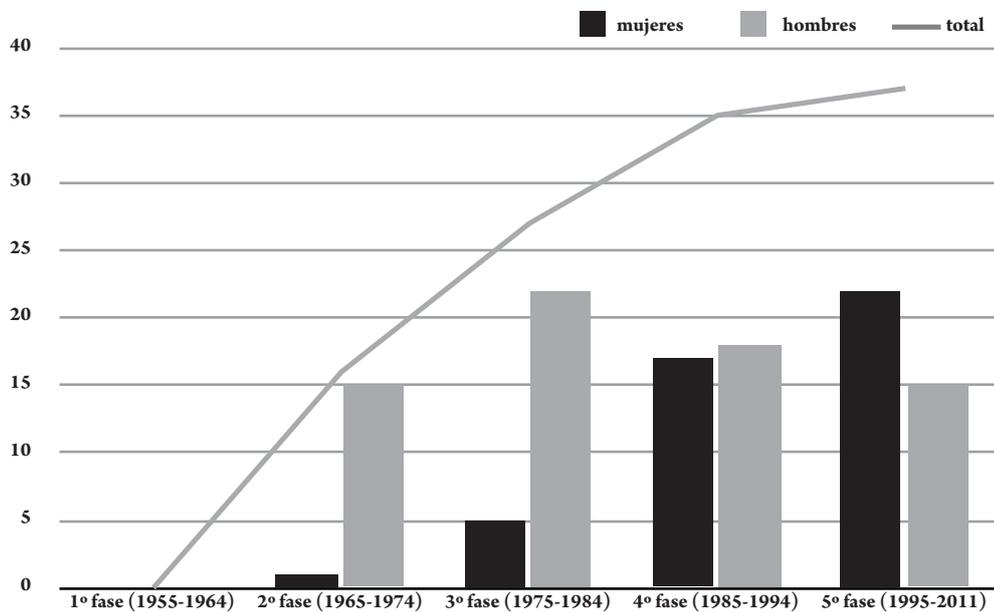


Gráfico 47 - Distribución de entrevistados (Grupo-2) según las fases del arte correo

En relación a las etapas del arte correo, observamos que el número de participantes que han ingresado en la red analógica del arte correo (Etapa I) es bastante mayor que en su vertiente analógica y digital (Etapa II), es decir, que 78 (66,67%) participantes ingresaron



en la Etapa I y 37(31,62%) en la Etapa II y sólo dos entrevistados (1,70%) no contestaron cuando empezaron a participar en la red (gráfico 48). Esto es muy significativo para esta investigación porque los participantes de la Etapa I corresponden a personas que han participado (o participan todavía) activamente de la red, usando especialmente el correo tradicional para sus envíos; es decir, que tienen un importante conocimiento de lo que es y de cómo funciona el arte correo.

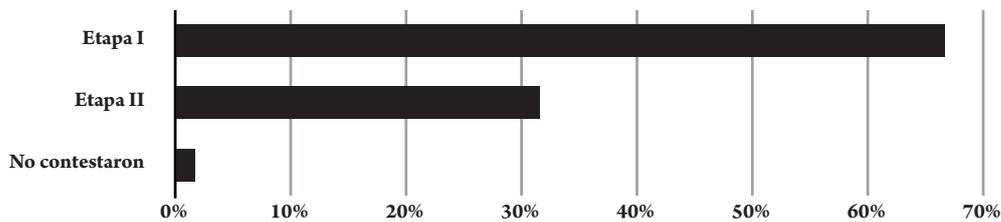


Gráfico 48 – Distribución de los entrevistados (Grupo-2) en las etapas del arte correo

10.3 Motivación

El análisis de la motivación de las respuestas del cuestionario en línea (Grupo-2) ha sido basada en las mismas categorías creadas para el análisis de los participantes de IUOMA (Grupo-1). En un análisis general de todas las respuestas (gráfico 49), observamos que las categorías con más ocurrencias han sido *Network* (83) y *Expresión Utópica* (73). Las ocurrencias de las demás categorías fueron: *Producción Artística* (49), *Interés Ocasional* (44), *Placer* (32), *Sistema Postal* (18) y *Actividad Profesional* (5).

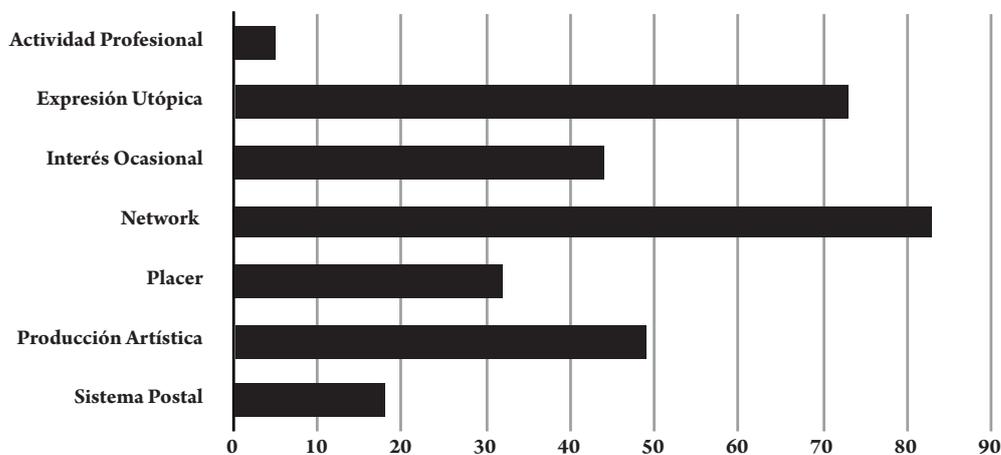


Gráfico 49 – Ocurrencias de las categorías de motivación en el Grupo-2

Ahora bien, si pensamos la motivación según las Etapas I y II, observamos una distribución porcentual bastante similar entre las dos etapas (gráfico 50). Sin embargo, las categorías *Interés Ocasional* y *Placer* son aproximadamente 10% más significativas en la Etapa II si las comparamos con la Etapa I. Para las demás categorías la diferencias entre ambas etapas es menos significativa.

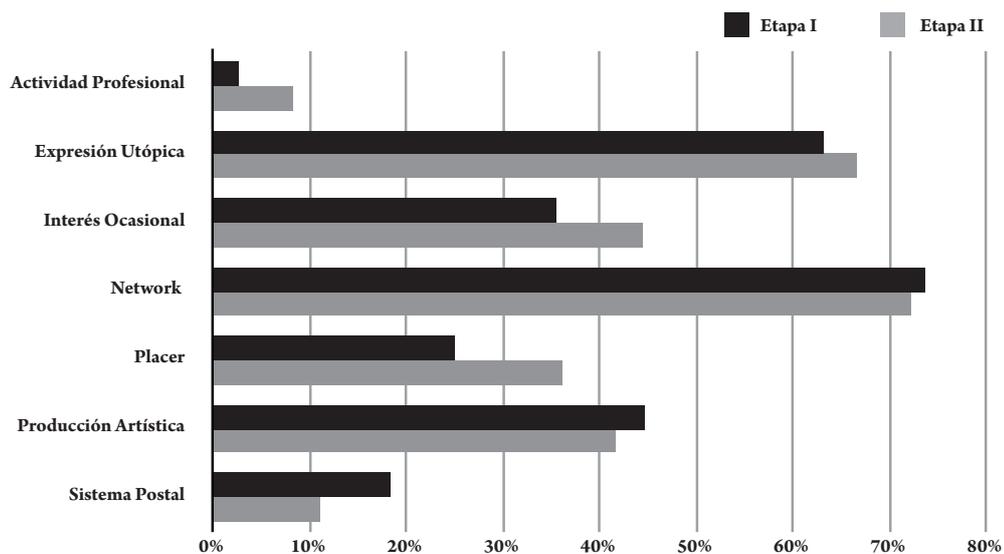


Gráfico 50 – Ocurrencias de las categorías de motivación en el Grupo-2 en las Etapas I y II

Las categorías de motivación según las regiones han presentado un patrón bastante similar en Europa, Latinoamérica y Norteamérica (gráfico 51). Analizando los datos obtenidos vemos que existe una tendencia bastante semejante en relación a la motivación en las tres regiones para las categorías *Actividad Profesional* (ocurrencias entre 2-6%) y *Sistema Postal* (ocurrencias entre 11-17%), que son las categorías menos significativas de modo general. Es interesante observar que las categorías *Expresión Utópica* y *Network* son marcadamente más significativas en Latinoamérica que en las demás regiones. En relación a las categorías restantes, *Interés Ocasional* ha presentado ocurrencias entre el 30-40%, *Producción Artística* entre el 35-50% y *Placer* entre el 20-35%.

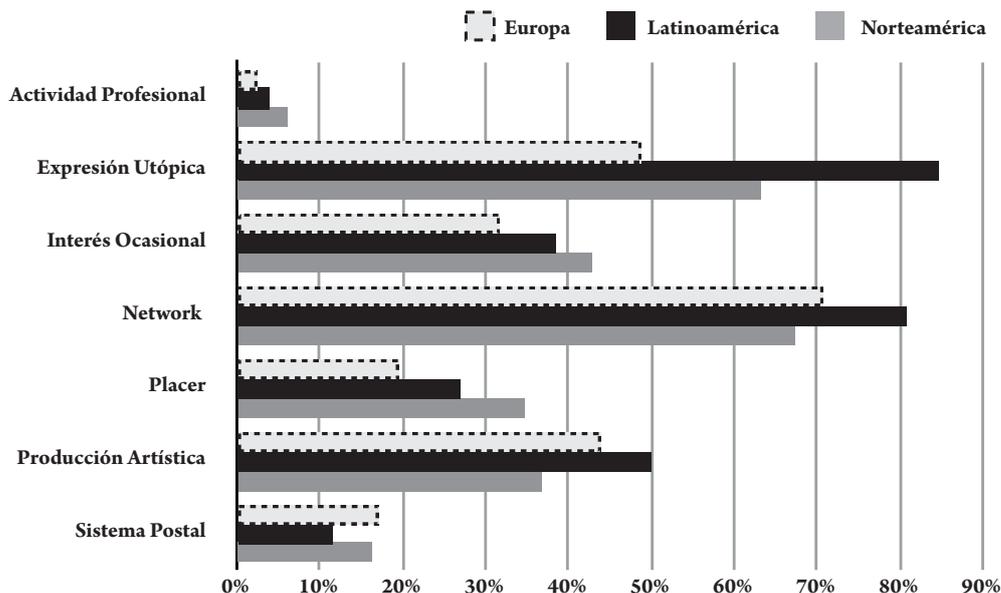


Gráfico 51 - Ocurrencias de las categorías de motivación de los entrevistados (Grupo-2) en Europa, Latinoamérica y Norteamérica

10.4 Actividad en la red

La pregunta “¿Todavía continúa activo en la red de arte correo?” ha sido contestada positivamente por 95 de los entrevistados, siendo solamente 22 los que dicen no participar más en la red. En el espacio para justificar esta cuestión se produjeron algunas consideraciones interesantes que cabe señalar.

En relación a los que contestaron que NO siguen activos una de las justificaciones es la preferencia por Internet debido a su velocidad, coste y posibilidades, esto es interesante porque los que han contestado de este modo entienden el arte correo como asociado exclusivamente al sistema postal tradicional, no considerando el intercambio digital como una nueva tendencia o adecuación de la red a los nuevos medios. Como en las siguientes declaraciones:

Not so inclined as I used to be. Takes up a lot of time. Little, if any reward. I sometimes send out things to a select few, but most of my “network” activity is done online now, through Yahoo groups, USENET, web sites, social networking sites, and e-mail. (J. Michael Mollohan, EUA)

Since 1996 when I got my pc I started Internet networking so I left postal communication because Internet is faster and gives more technical possibilities for expression. (Andrej Tisma, Yugoslavia)

_Por cuestiones económicas sigo participando pero sólo por Internet o algún proyecto que me interese mucho, en general no más de 4 por año. (Muriel Frega, Argentina)

Otras justificaciones de inactivos han sido la falta de *feed-back* y la falta de calidad de los envíos, en los que han predominado fotocopias en lugar de originales. Pero también encontramos cierta decepción en la relación a lo que se espera de la red en términos éticos, como podemos observar en esta declaración:

_Ciertos fracasos me incomodaron. Por ejemplo, enviar trabajos y valores en dólares para ayudar en los proyectos. Esto ha pasado en Latinoamérica. No iba a haber selección de los trabajos y el mío no ha sido incluido. He escrito solicitando informaciones y no contestaron. También he enviado trabajos para archivos que en verdad no existían y habían usado el nombre de una institución. Se ha vuelto una frustración. (Ha solicitado anonimato para esta declaración)

Por otro lado, los que han contestado que pese a que siguen activos ya no encuentran el arte correo tan interesante por la baja calidad de lo que reciben, la falta de compromiso con las ideas originales y del poco atractivo que se presenta el arte correo en versión digital. Las declaraciones que corroboran estas ideas son las siguientes:

_I have considered quitting, as much of my correspondence has been disappointing. I don't like much of the work I receive. I also find that the uncertainty of what will happen to my work that I send out, means that I often send out inferior work, which is not good. I have been thinking carefully about how to make work that is of quality, but that I don't care if it is altered or destroyed. That means multiples, for the most part. Printed work I will have a copy of. (Tamara Wyndham, EUA)

_MA completely has changed its meaning and importance. Before falling the iron Curtain, MA was the one possible open way for artists in the socialistic countries and in the Latin American military dictatorships. Who uses all rules of the postal system has nearly all possibilities to send postal pieces (Stamps, Letters, Cards, Envelopes, slogans, etc.). There were no structures or rules, all was possible!! Important was the idea, the meaning, the thoughts not the formalities. No aesthetical structures, no academics borders!!! FREE CHAOTIC EXPRESSIONS!!!! But after that, beginning at 1989/90 MA becomes a news identity. Back to the artistic rules. So, from that time, I only participate in MA-Projects, which are conform again with the traditional artistic contents. So the most clear "ism" would be all kinds of Visual & concrete Poetry, Concept-art, Lettrism, Dada and Fluxus. Try to bring MA away from the simple stupid kind of chain letters!!!! (Klaus Groh, Alemania)

_Yes and no we are still in the network. We have been out the network for a while, but still follow it and send some stuff to a few people only. Why? One day, years ago we received 5 postcards from 5 different people. And all 5 postcards were the same. The postcards did not inspired us to write back at all. As they bought a Mail-Art for dummies tutorial or as Martha Stewart gave lessons in Mail-Art in her housewife shows. We had this feeling for a long time, that current Mail-Art has become a monoculture far away from the experiments done in the eighties and before. That day we throw the 5 postcards in the trash and focussed on our own work and were out of Mail-Art for a long time. (Geert De Decker, Bélgica)

_Si pero muy poco, me dedico a otras actividades artísticas y creo que las convocatorias de arte correo por email y su posterior exposición en internet saben a muy poco. (Pere Sousa, España)



10.5 Intención/Actitud como artista correo

En la cuestión referente a la intencionalidad o la actitud de los entrevistados como artista correo había tres opciones de elección: *Activista*, *Artística* o *Comunicativa*, siendo permitido elegir solamente una de las alternativas. Una vez contestada la pregunta, los entrevistados podían comentar libremente su elección.

Como resultados generales (gráfico 52) se obtuvo que la mayor parte participa con intención *Artística* (58) o *Comunicativa* (51), siendo muy pocos los que han afirmado poseer una actitud explícitamente *Activista* (8).

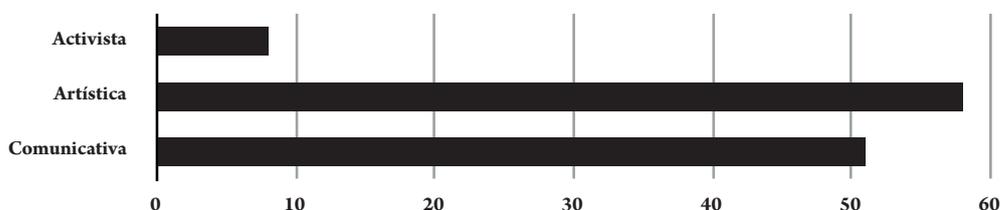


Gráfico 52 – Intención/actitud de los artistas correo entrevistados (Grupo-2)

En los comentarios relativos a la actitud o intencionalidad de los entrevistados hubieron interesantes aportaciones. Cabe destacar, sin embargo, que hubo una única crítica explícita a la pregunta como demasiado restrictiva y prácticamente imposible de ser contestada de la forma en que se propuso. Por otro lado, otros entrevistados han señalado la imbricación de las tres alternativas en su producción:

_My work reflects all three of the attitudes/intentions... Activist, Artistic, and Communicative. For me they are all intertwined. I chose communicative because the ultimate goal is to share the free exchange of ideas, art, philosophy and political views through the art I love to produce. (Sharon Silverman, EUA)

_The 3 answers are correct. My intentions and attitudes have relations with activist, artistic and communicative work. (Guy Bleus, Bélgica)

La opción *Activista*, enmarca una postura ideológica explícita en la que los envíos casi siempre están comprometidos con alguna causa social, política o medioambiental. Sin embargo, en los comentarios de los que han optado por esta alternativa no estuvo explícito su compromiso, a excepción de uno de los ocho que han elegido esta opción y que ha comentado lo siguiente:

El arte Correo es un medio de comunicación estética abierta y participativa en la cual convergen multitud de artistas, teóricos y activistas que usan el canal del correo postal y de manera consecuente Internet como vehículo para comunicar, convocar y denunciar causas urgentes a favor de los derechos humanos y la preservación del medio ambiente fundamentalmente; al posibilitar la comunicación de mensajes directos con una posición ideológica explícita a través de medios análogos y digitales para contestar las múltiples formas de violación de los derechos fundamentales de individuos o colectivos amenazados y sometidos por los excesos y control desmesurado de regímenes políticos, religiosos, económicos, etc. (Tulio Restrepo Echeverri, Colombia)

Se puede observar en este comentario tanto el fuerte compromiso con cuestiones políticas, sociales y medioambientales que el entrevistado vislumbra como objetivos del arte correo, como la consideración del mismo por su carácter comunicativo y artístico, puesto que abre su comentario definiendo el arte correo como un “medio de comunicación estética”.

La opción *Artística* se refiere a los artistas para los que la preocupación estética y/o técnica son más importantes y que, por lo tanto, se utilizan de la red de arte correo para exponer su producción y realizar intercambios de cariz artístico. En relación con esta alternativa, algunos de los comentarios que respaldan firmemente esta elección fueron:

I see it as a place where I can experiment. (Tamara Wyndham, EUA)

Again, it was the sharing of Art and Ideas that I was interested in. I liked seeing how different Artists would respond to the same theme. (Larry Ripel, EUA)

Mail art is an excellent vehicle for sharing one's artistic endeavors, affordably and succinctly with others. This is a “hands-on” experience, receiving wonderful surprises of art in one's mailbox. I create my own postcards, utilizing my photos and digital creations. Often I will use rubber stamps as well to embellish and enhance a card. (Perry Hoffman, EUA)

Preocupación estética y técnica, usando la red para exponer la propia producción y conocer otras producciones de experimentación poética y visual. (J.M. Calleja, España)

Como es posible observar para los artistas que tienen una intención artística la red sirve más como un espacio de experimentación, intercambio y divulgación de sus poéticas.

La alternativa *Comunicativa* es, como el propio término indica, relativa a la comunicación, de modo que ésto se coloca de forma preponderante en las actividades en la red y no se asume explícitamente ninguna de las opciones citadas anteriormente, permitiendo que se transite por ambas libremente. Sin embargo, en la mayor parte de los comentarios de los que han elegido esta opción hubo una justificación para los demás



aspectos, especialmente para los ideológicos y comprometidos, que pueden surgir según el proyecto o el momento de creación, como puede ser visto en los comentarios a seguir:

_Very hard to make a choice, but it's all there to Communicate... Less interest in artistic / technical perfection, probably more towards activism, I speak on issues close to my heart. (Keith A. Buchholz, EUA)

_Open and free communication is my first intention, but when I choose a project or a contact, political or social attitudes are at first very important. After this, all is possible. (Rosa Biagi, Italia)

_La parte más importante es la propia comunicación entre los participantes, y la parte activista ya viene implícita en el propio medio del arte correo, lo revolucionario desde el punto de vista artístico es la propia Red. Y también hay una parte como activista, pues tanto en el medio del arte correo como en la vida real somos bichos sociales con inquietudes. (Pere Sousa, España)

_Mesmo quando a preocupação é "artística/estética", há, implicitamente, uma escolha que resvala na intenção ativista. Explico: No meu entender escolher fazer arte postal é por si só, uma posição ideológica (não panfletária), as opções artística/estética e ativistas, acabam complementando a necessidade comunicativa... (Alexandre Gomes Vilas Boas, Brasil)

Los comentarios de los entrevistados relativos a su actitud o intencionalidad han permitido verificar la validez de este parámetro de análisis y demostraron numéricamente que el arte y la comunicación son los elementos que mejor definen el arte correo. Sin embargo, en el análisis cualitativo de las respuestas fue posible observar que varios entrevistados entienden que todo el arte es político y que, pese a que definan su actitud o intencionalidad como artística o comunicativa, sus propuestas artísticas están siempre enmarcadas por un posicionamiento ideológico.

La intencionalidad evaluada según el género (gráfico 53) ha demostrado que mientras los hombres optaron por las alternativas *Activista* (8,45%) y *Artística* (52,11%), las mujeres han elegido la alternativa *Comunicativa* (50%) como principal intencionalidad en sus actividades como artistas correo.

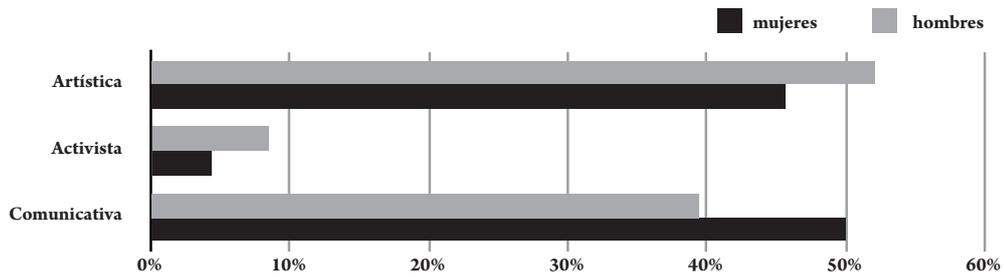


Gráfico 53 – Intención/actitud según el género de los entrevistados (Grupo-2)

La actitud/intención analizada según las etapas del arte correo (gráfico 54) muestra que actitud *Comunicativa* es más importante en la Etapa I (48,72), mientras que en la Etapa II se destacan las actitudes *Artística* (54,05%) y *Activista* (10,81%) cuando se comparan con la etapa anterior.

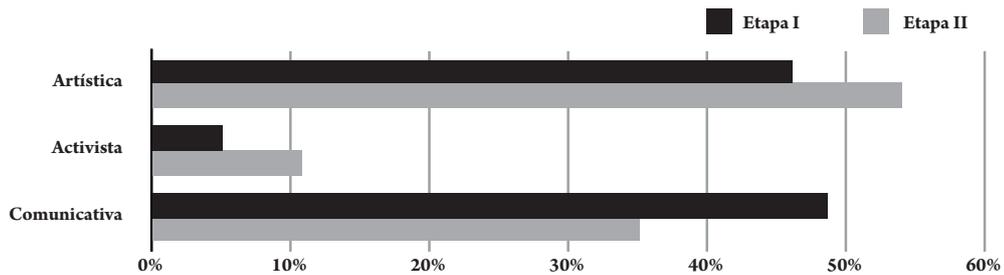


Gráfico 54 – Intención/actitud según las etapas del arte correo (Grupo-2)

Analizando los datos de actitud/intención para las regiones (gráfico 55) ha sido posible observar que la actitud *Artística* ha tenido prácticamente el mismo índice porcentual en Latinoamérica (46,15%) y Europa (46,34%), mostrándose superior en Norteamérica (55%). La actitud *Activista* ha sido nula en Norteamérica y más significativa en Latinoamérica (19,23%), que en Europa (7,32%). La actitud *Comunicativa* se ha presentado de forma similar en Europa (46,34) y Norteamérica (44,90%), siendo menos significativa en Latinoamérica (34,62%).

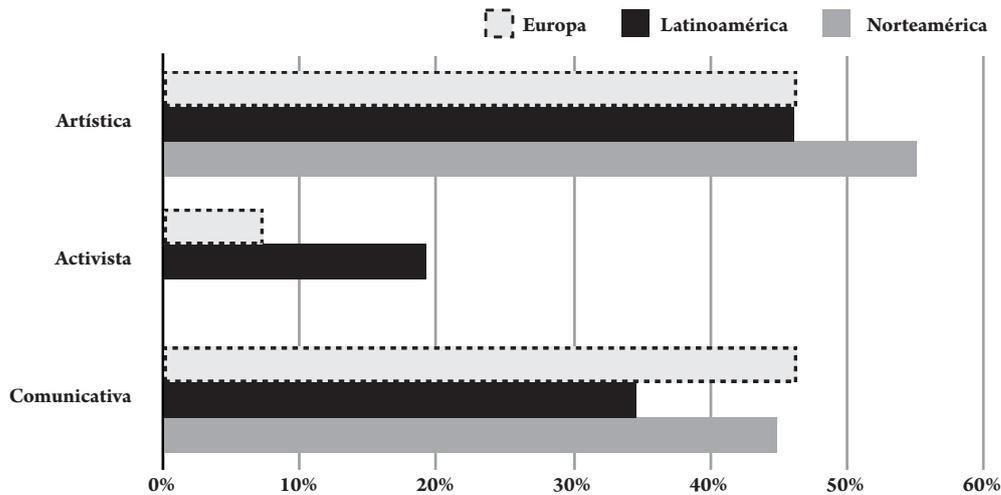


Gráfico 55 - Intención/actitud de los entrevistados (Grupo-2) en Europa, Latinoamérica y Norteamérica

10.6 Temáticas

Como forma de comprobar, a partir del posicionamiento de sus participantes, cuáles son las temáticas más recurrentes se ha preguntado acerca del tema a través de una pregunta de múltiple elección, en la que los entrevistados podían elegir una varias de las siguientes alternativas:

- a) *Artística* - que enfatiza el lenguaje y/o la técnica.
- b) *Auto-promoción* - que enfatiza la autoría.
- c) *Auto-referente* - que tiene el propio arte correo como tema.
- d) *Autoría colectiva* - que incita a la interacción del receptor.
- e) *Conmemorativa* - que se refiere a personalidades, grupos, instituciones, temas o fechas específicas.
- f) *Crítica* - que critica al sistema artístico, mediático, institucional, burocrático.
- g) *Erótica* - que tiene la sexualidad como tema predominante.
- h) *Histórica* - que tiene como referencia explícita a artistas, obras o períodos de la historia del arte.
- i) *Ideológica* - explícitamente comprometida con cuestiones políticas, sociales, culturales, ecológicas etc.

- j) *Sensorial* - que incita los sentidos además de la visión.
- k) *Solidaria* - que se relaciona con la defensa de alguna causa específica.
- l) *Tecnológica* - que enfatiza una tecnología específica (analógica o digital).

Como se puede observar en el siguiente gráfico (gráfico 56), la temática más significativa para los entrevistados es la *Artística* (88). Este resultado es interesante porque corrobora la respuesta acerca de la intencionalidad de producción que tuvo como respuesta más significativa la intención/actitud *Artística*, demostrando el amplio entendimiento del arte correo sobre todo como una actividad artística.

La producción que hace referencia al propio arte correo (*Auto-referente*) también se ha destacado estando presente en 60 de las respuestas. Las temáticas *Ideológica* y *Crítica* fueron observadas en 51 y 47 de las respuestas, respectivamente. En la franja de las 30-40 ocurrencias, estuvieron las temáticas *Autoría colectiva* (40), *Conmemorativa* (36), *Histórica* (34), *Solidaria* (32) y *Sensorial* (30). Las temáticas de *Autopromoción* y *Tecnológica* se presentaron con valores bastante similares, 26 y 24 de las respuestas, respectivamente. La temática menos señalada ha sido la *Erótica* (15).

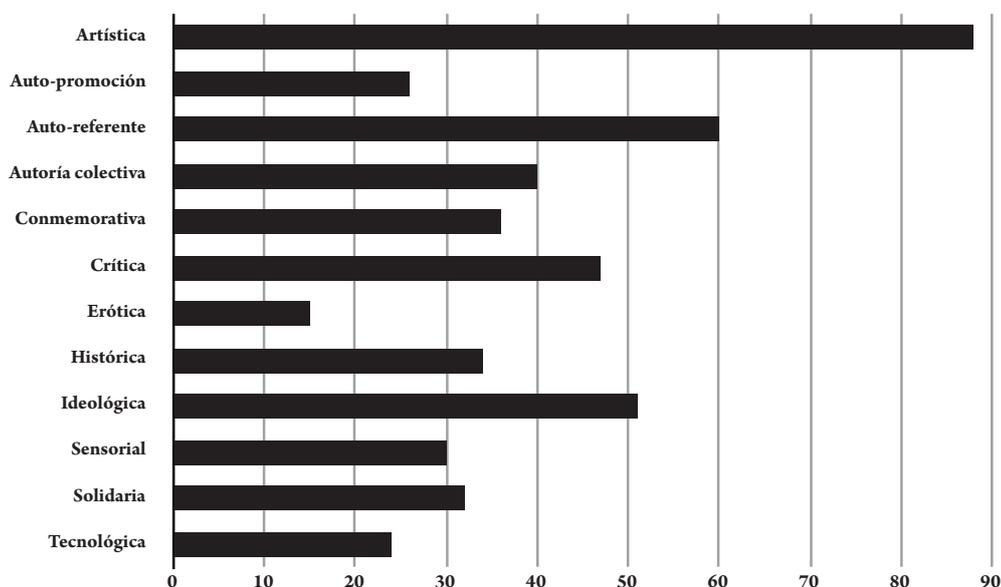


Gráfico 56 – Temáticas más recurrentes en las producciones de los entrevistados (Grupo-2)

Analizando los datos referentes a las temáticas más recurrentes en relación a los géneros masculino y femenino (gráfico 57), observamos que hay una gran diferencia



entre ambos géneros para las temáticas *Crítica* y *Erótica* una vez que son mucho más significativas para el género masculino (52,11% y 18,31%, respectivamente) que para el femenino (21,74% y 4,35%, respectivamente). Del mismo modo, las temáticas *Artística*, *Histórica*, *Ideológica* y *Solidaria* también han demostrado índices porcentuales más grandes para los hombres.

Las temáticas *Autopromoción* (entre 21-24%), *Conmemorativa* (entre 29-33%) y *Tecnológica* (entre 19-22%) tuvieron índices muy similares para ambos géneros.

Para el género femenino las temáticas que presentaron índices más significativos que los masculinos fueron *Auto-referente*, *Autoría colectiva* y *sensorial*.

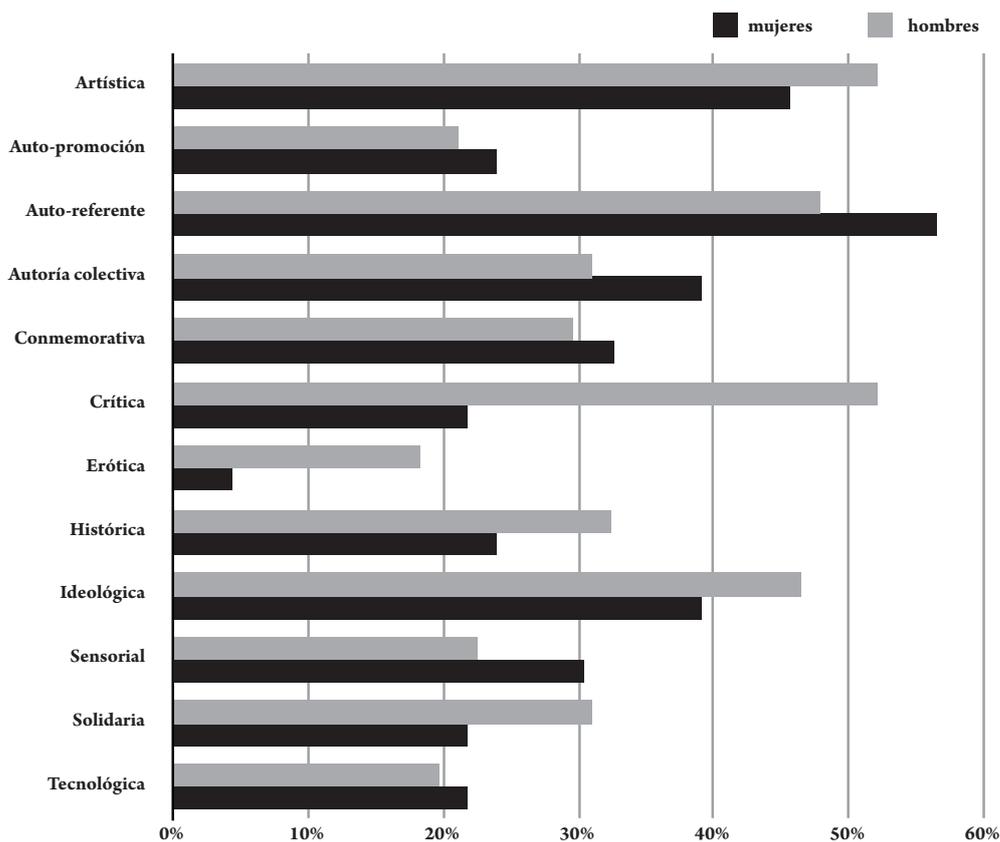


Gráfico 57 – Temáticas más recurrentes en las producciones de los entrevistados (Grupo-2) para los géneros masculino y femenino

Las temáticas según las etapas del arte correo presentan una distribución particular puesto que a excepción de *Erótica*, *Sensorial* y *Tecnológica* las temáticas son siempre más

significativas en la Etapa I que en la Etapa II (gráfico 58), sin embargo la diferencia entre ambas es pequeña.

Las temáticas *Histórica*, *Conmemorativa* y *Autoría Colectiva* son las que presentan una diferencia más importante entre ambas fases, a saber: 10,43%, 16,98% y 14,14%, respectivamente. Para las demás temáticas la diferencia no llega al 9%.

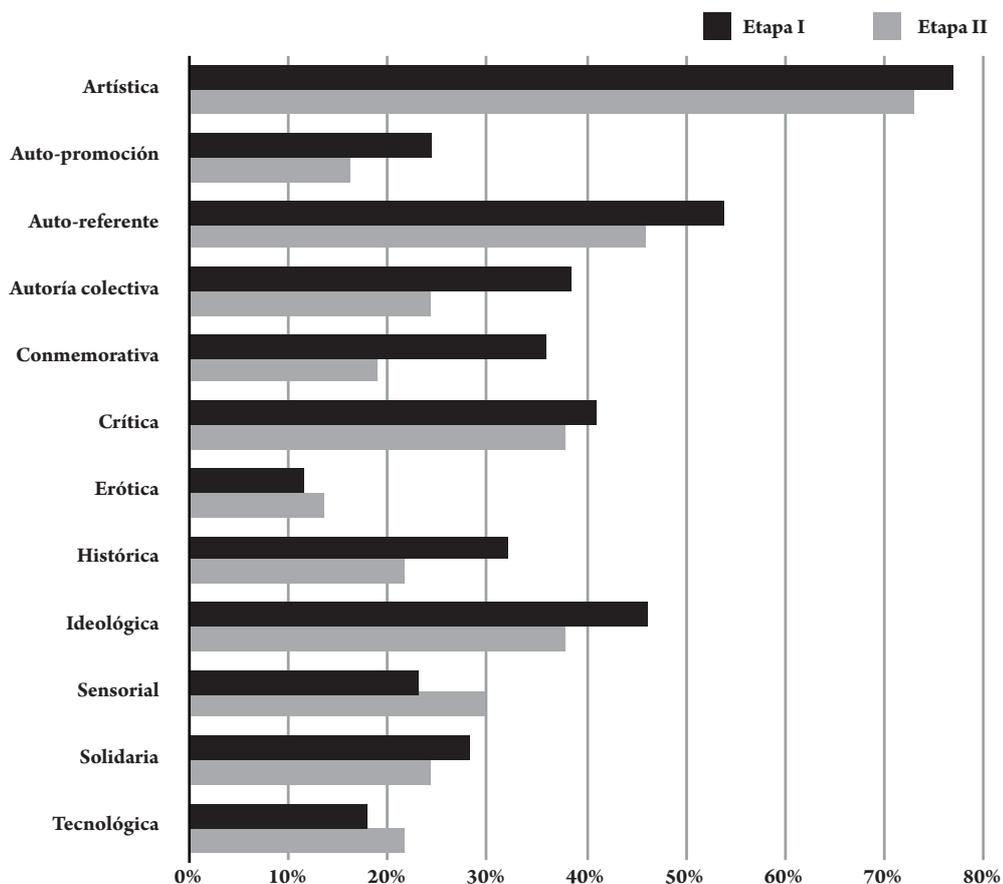


Gráfico 58 – Temáticas más recurrentes en las producciones de los entrevistados (Grupo-2) en las Etapas I y II

Analizando las temáticas según las regiones (gráfico 59), observamos que la temática *Solidaria* se presenta de manera muy significativa en Latinoamérica (53,85%) si se compara con Europa (34,15%) y, principalmente, con Norteamérica (14,29%). Del mismo modo se destacan para Latinoamérica las temáticas *Artística*, *Crítica* e *Ideológica*, mientras que *Auto-promoción* es la temática menos significativa para esta región.



Las temáticas *Crítica* e *Ideológica* presentan índices bastante similares para Europa (51,22% y 53,66%, respectivamente) y Latinoamérica (57,69% y 61,64%, respectivamente), mientras que para Norteamérica estas dos temáticas tienen valores bastante menos significativos, 22,45% y 26,53%, respectivamente. Europa y Latinoamérica también presentan índices semejantes en la temática *Erótica* (entre un 14-16%), mientras para Norteamérica el valor presentado ha sido de un 10,20%.

Las tres regiones presentan valores similares para las temáticas *Autoría colectiva* (27-39%) y *Conmemorativa* (27-33%). Norteamérica se sobresa un poco en las temáticas *Histórica* (34,69%) y *Auto-referente* (57,14%).

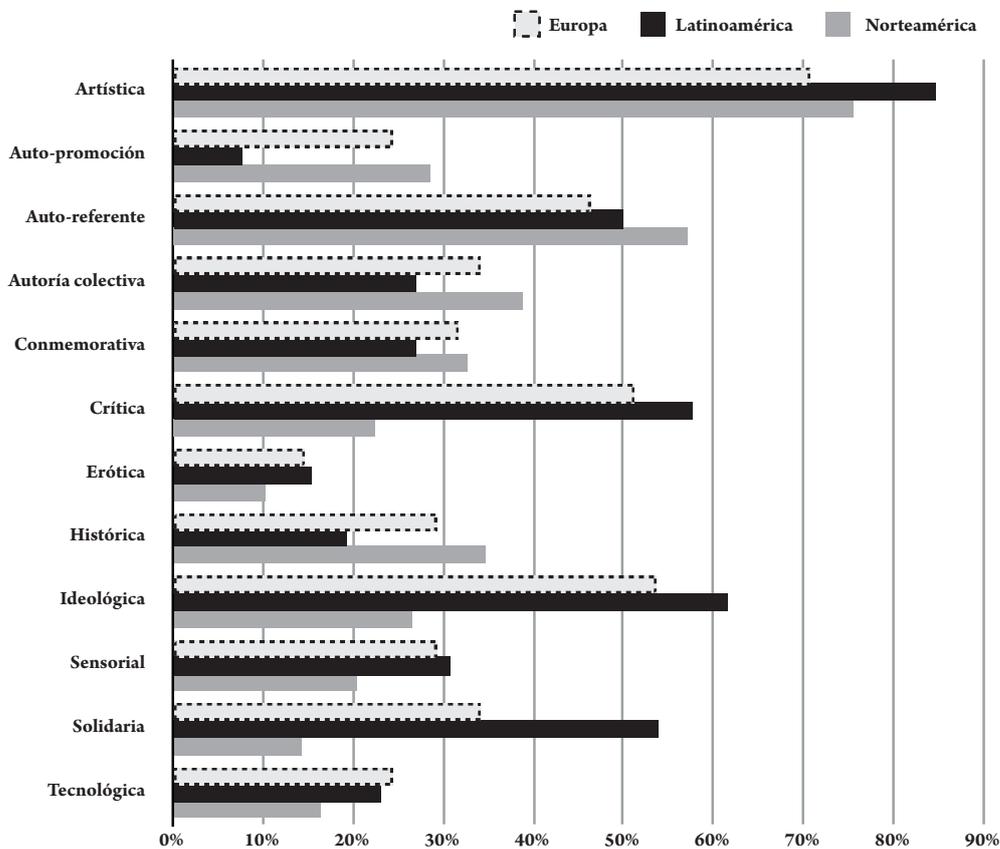


Gráfico 59 – Temáticas más recurrentes en las producciones de los entrevistados (Grupo-2) en Europa, Latinoamérica y Norteamérica

10.7 Dispositivos de envío

En el cuestionario los entrevistados tuvieron que contestar cuáles han sido los lenguajes o soportes más utilizados en sus trabajos de arte correo en una cuestión de

múltiple elección. Como pudo observarse (gráfico 60) las tarjetas postales son las más utilizadas con diferencia en los envíos, apareciendo en 90 de las respuestas. Las estampillas de artista (64) y la poesía visual (59) también se destacan. Los proyectos y los sellos de artista presentaron ambos 49 ocurrencias. Las convocatorias (42), el arte xerox (38), los zines (37), las acciones postales (32) y los ready-made (20) fueron menos significativos se comparados a los ítems anteriores.

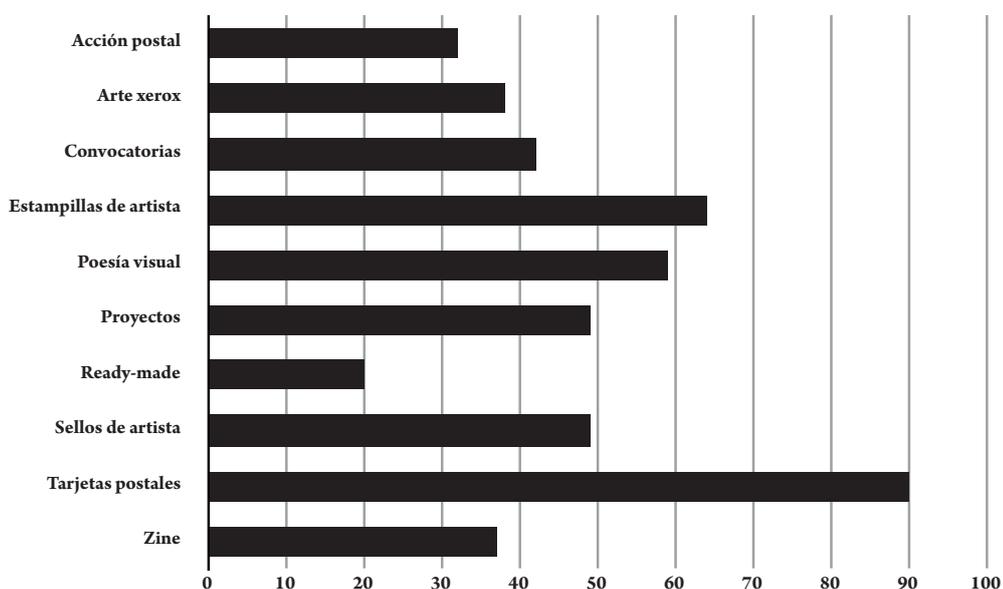


Gráfico 60 - Dispositivos más utilizados por los entrevistados (Grupo-2) en sus envíos

En esta cuestión había la posibilidad de una respuesta abierta a través de la pregunta ¿otras?, como respuesta más significativa se presentó el collage en 11 respuestas. También han sido citados el arte digital (4), los multimedia (4), el dibujo (3), los libros de artista (1), la correspondencia indirecta (1) y la litografía (1).

En relación a los géneros masculino y femenino (gráfico 61) los dispositivos más utilizados por los hombres fueron acción postal, arte xerox, estampilla de artista, poesía visual, ready-made y zine. Las mujeres se destacan por el uso de las convocatorias y proyectos, mientras que los sellos de artista y las tarjetas postales tuvieron una distribución muy similar para ambos sexos.

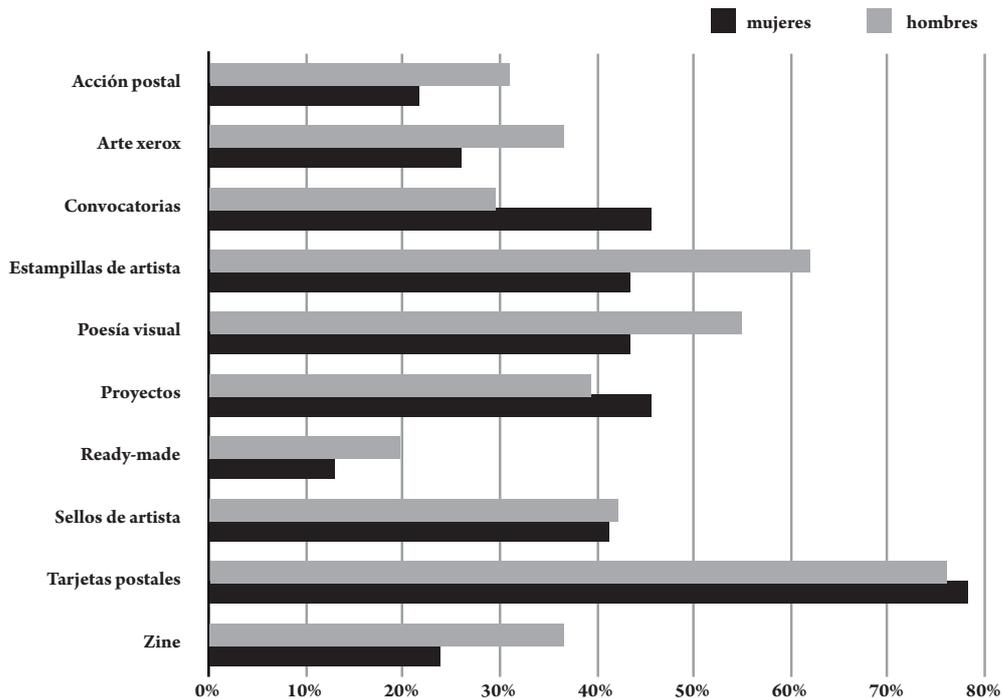


Gráfico 61 – Dispositivos más utilizados por los entrevistados (Grupo-2) en sus envíos para los géneros masculino y femenino

En el análisis de datos acerca de los dispositivos utilizados en las dos etapas de arte correo (gráfico 62) es interesante destacar la relevancia que el arte xerox, las estampillas y sellos de artista y la poesía visual presentan en la primera etapa si se compara a la segunda. Por otro lado, las convocatorias y proyectos presentan índices porcentuales similares, muy probablemente porque estos dispositivos funcionan igual de bien tanto en el medio analógico como en el virtual.

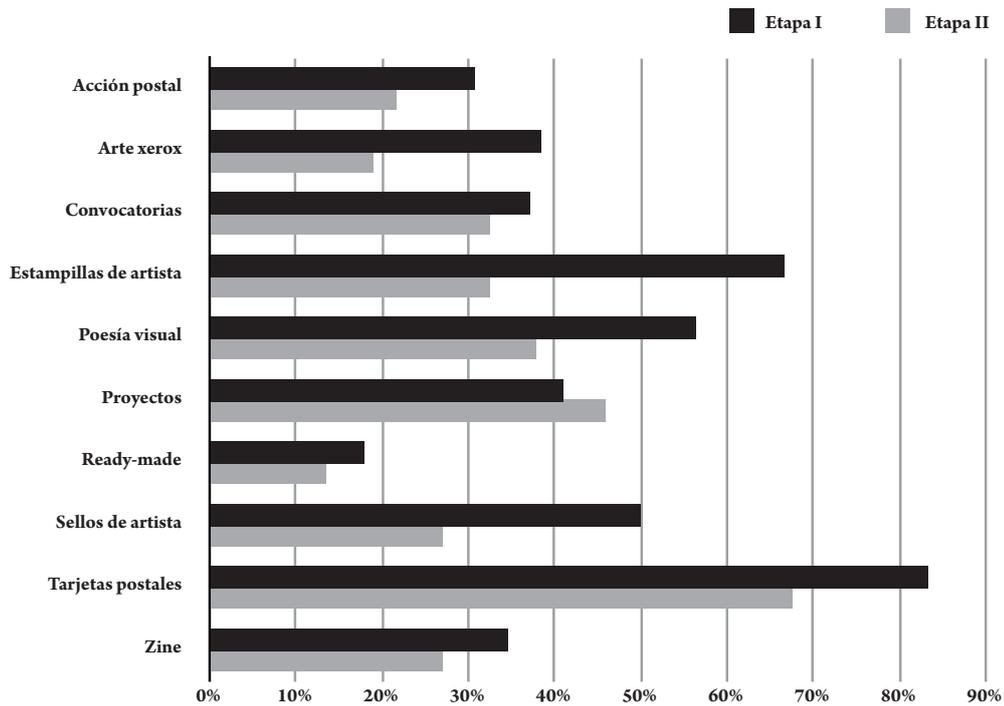


Gráfico 62 – Dispositivos más utilizados por los entrevistados (Grupo-2) en sus envíos en las Etapas I y II

En relación a las regiones lo que se pudo observar en relación a los dispositivos más utilizados por los entrevistados (gráfico 63) es que las tarjetas postales se mostraran como un dispositivo recurrente en las tres regiones estudiadas y con porcentajes bastante semejantes (73-78%). También es interesante destacar que las convocatorias tienen un gran uso en Latinoamérica (57,69%) si lo comparamos con Europa (29,27%) y Norteamérica (30,61%), al contrario de los zines que son más utilizados en Europa (34,15%) y Norteamérica (36,76%) que en Latinoamérica (19,23%).

Las estampillas (46-59%) y sellos de artistas (36-46%), así como los proyectos (36-49%), tuvieron una distribución similar en las tres regiones.

Acción postal tuvo índices porcentuales muy semejantes y significativos (aproximadamente 34%) en Europa y Latinoamérica aunque superiores a los de Norteamérica (18,37%). Por otro lado, arte xerox ha sido menos mencionada en Latinoamérica (23,08%) que en Europa (36,59%) y Norteamérica (34,69%), así como ready-made que para Latinoamérica estuvo presente en 11,54% de las respuestas, mientras que fue más significativo en Europa (19,51%) y Norteamérica (18,37%).

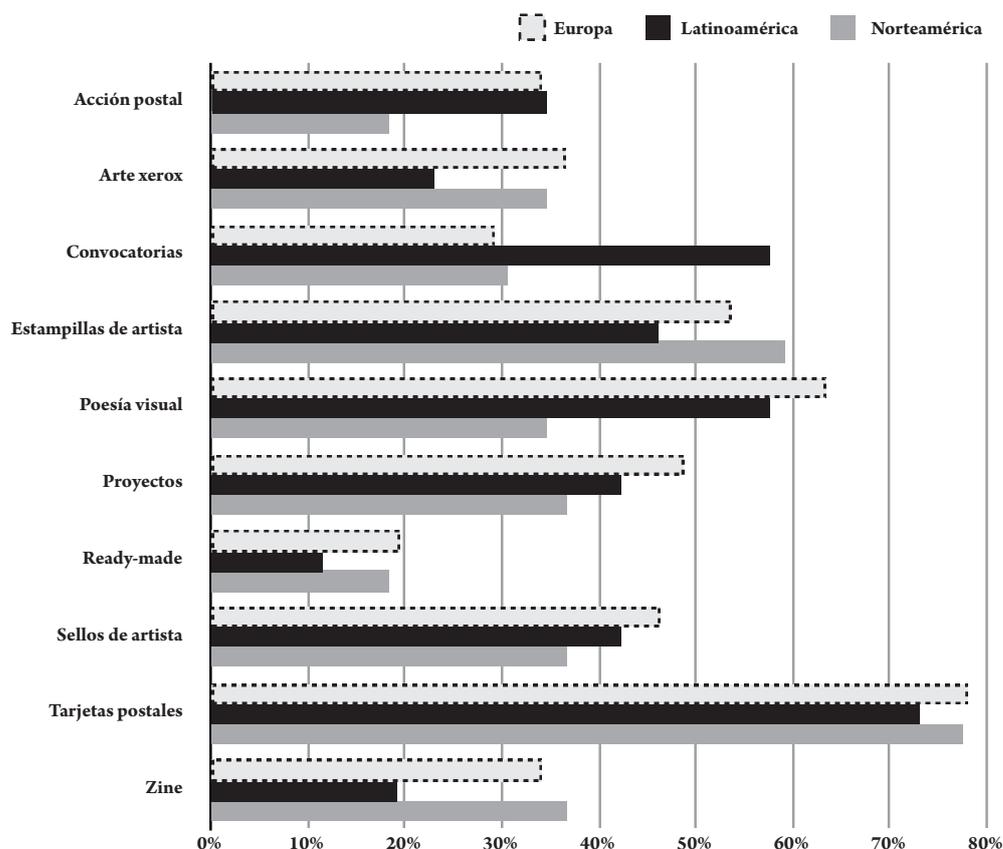


Gráfico 63 - Dispositivos más utilizados por los entrevistados (Grupo-2) en Europa, Latinoamérica y Norteamérica

10.8 Actividades artísticas paralelas

La gran mayoría de los artistas que participan de la red no se limitan al arte correo, de manera que realizan otras actividades artísticas. Con la intención de saber cuáles son las actividades artísticas paralelas más habituales en la vida de los artistas correo se ha preguntado al respecto en un cuestionario de múltiple elección.

En las respuestas se ha destacado el collage como la actividad artística paralela más común, apareciendo en 88 de las respuestas (gráfico 64). Poesía visual (70) y pintura (69) presentaron ocurrencias semejantes y bastante significativas. Dibujo (63) y fotografía (59) también se han destacado. Instalación (44), diseño gráfico (42) y literatura (42) presentaron valores aproximados; así como arte xerox y performance, ambos presentes en 37 ocurrencias. Las actividades menos expresivas fueron escultura, videoarte y música con alrededor de 20 ocurrencias cada una, ésto por no hablar del teatro que ha sido mencionado en sólo una respuesta mientras que danza no ha sido mencionada en ninguna. Tampoco nadie ha apuntado otra alternativa que no estuviera presente en el listado predeterminado.

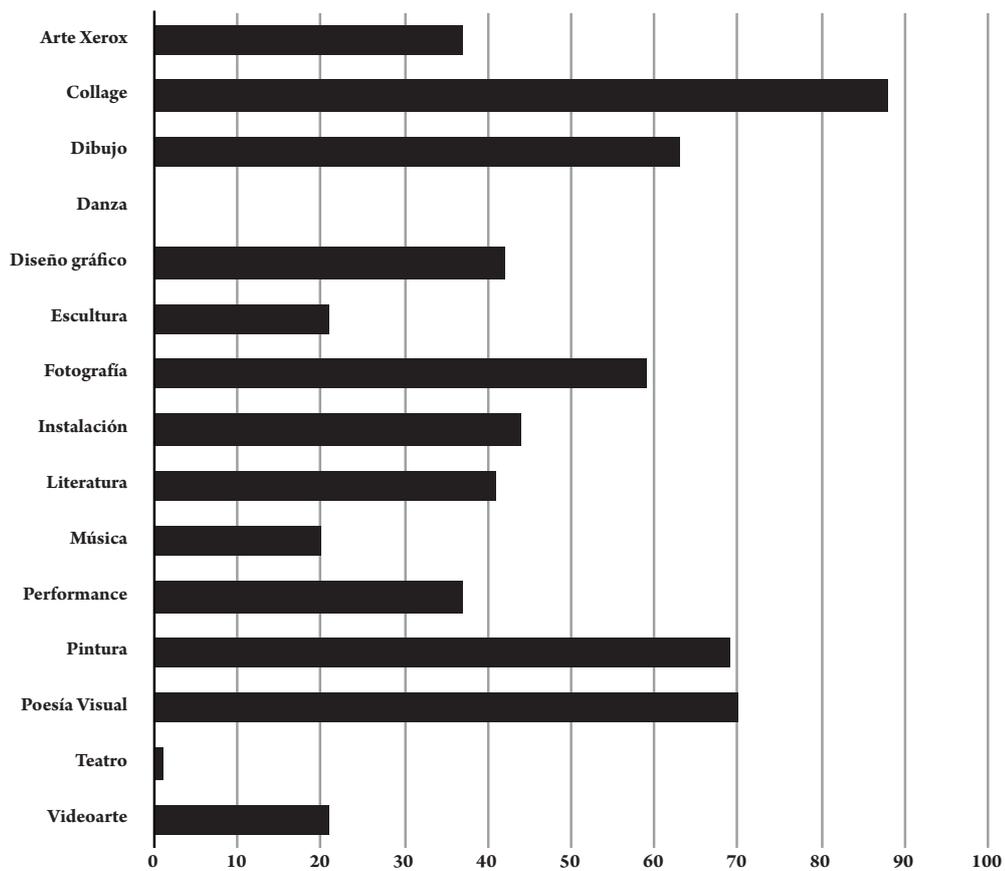


Gráfico 64 – Actividades artísticas paralelas señaladas por los entrevistados (Grupo-2)

11. Quiénes son los artistas correo latinoamericanos entrevistados

A esta investigación le interesa entender, particularmente, la participación latinoamericana. En este sentido, este capítulo tiene como objetivo profundizar en los perfiles y la participación procedente de Latinoamérica a partir únicamente de las respuestas de los cuestionarios (Grupo-2), no estando incluidos en el mismo los participantes de IUOMA (Grupo-1), por una cuestión de tipología de datos.

En las respuestas, así como en la comunidad IUOMA, los participantes latinoamericanos son los terceros en cantidad, quedando detrás de Norteamérica y Europa. Ahora bien, mientras que en la comunidad IOUMA su representación estaba alrededor del 10%, en los cuestionarios la participación ha sido de 23,08%. Los entrevistados latinoamericanos proceden de siete países, conforme se puede ver en la tabla siguiente (tabla 15), siendo Brasil el país con más representantes con diferencia. La mayor participación de Brasil puede ser debida no sólo a que es el mayor país de la región, sino también por el origen de la investigadora que ha facilitado que el cuestionario también estuviese disponible en portugués, además de inglés y español.

Tabla 15 - Relación de países latinoamericanos de procedencia de los entrevistados (Grupo-2)

	Etapa I			Etapa II	Total países (%)
	Fase II (1965-1974)	Fase III (1975-1984)	Fase IV (1985-1994)	Fase V (1995-2011)	
Argentina	0	1	1	1	3 (11,11%)
Brasil	3	4	0	5	12 (44,44%)
Chile	0	1	1	1	3 (11,11%)
Colombia	0	1	0	0	1 (3,70%)
México	0	0	1	1	2 (7,40%)
Uruguay	1	1	0	0	2 (7,40%)
Venezuela	0	0	0	4	4 (14,81%)
Total fases (%)	4 (14,81%)	8 (29,62%)	3 (11,11%)	12 (44,44%)	

En relación a las fases del arte correo, las fases con más participantes han sido la quinta (44,44%) y la tercera (29,62%), y, como se ha mencionado anteriormente, no se ha presentado nadie que haya ingresado en la red de arte correo en su primera fase.



La participación masculina ha sido bastante superior con la presencia de 19 hombres (70,37%), mientras que sólo 8 mujeres (29,63%) han contestado a las preguntas (gráfico 65). La mitad de este valor, es decir cuatro de las mujeres, son de la última fase, de la entrada de Internet en la red.

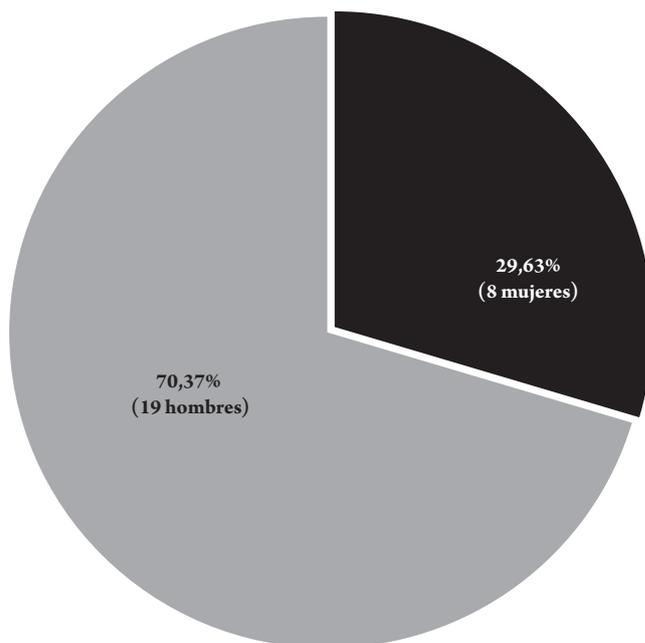


Gráfico 65 - Participación femenina y masculina de los entrevistados (Grupo-2) latinoamericanos

11.1 Conociendo mejor a los entrevistados latinoamericanos

Para que se conozca mejor a los participantes latinoamericanos que han contestado el cuestionario se han creado breves semblanzas basadas en las respuestas obtenidas. A fin de facilitar la lectura y posibilitar la comprensión de la importancia de estos artistas en la historia del arte correo en Latinoamérica, estas breves semblanzas fueron organizadas en fichas⁶⁷ que están clasificadas por fases, como se puede ver a continuación:

.....
⁶⁷ Los textos en *itálica* corresponden a las respuestas libres y muchos fueron traducidos del idioma original (portugués o inglés) al español.

Fase II

Nombre	Clemente Padín
Género	Masculino
País	Uruguay
Nacimiento	1939
Inicio participación	1967 (II)
Contexto político	Censura / Dictadura / Democracia
Activo en la red	Sí
Actitud/ Intención	Artística <i>El "networker", al reflejar las relaciones que le dan origen en tanto producto de comunicación, no puede dejar de reproducir ideológicamente esa misma realidad. No sólo social o política, sino total. Es por ello que es tan difícil descontextualizar al arte de las demás áreas del hacer humano. Tanto el sentido social como el político son consustanciales al arte. El arte se revela como forma sublimada de la conciencia social y, como tal, instrumento de conocimiento, cuya función es auxiliar con su aprobación o desaprobación a esa misma sociedad, pudiendo convertirse, de acuerdo a las circunstancias, en instrumento de cambio y transformación o de consolidación y preservación.</i>
Dispositivos	Tarjeta postal / Sellos de artista / Estampilla de artista / Poesía visual / Convocatoria / Acción postal
Temática recurrente	Ideológica / Crítica / Solidaria / Artística
Actividades artísticas	Poesía visual / Arte xerox / Diseño gráfico / Performance / Videoarte / Collage / Instalación / Literatura
Motivación	<i>La red (o networking) se fue desarrollando a partir de las redes ya existentes en América Latina, me refiero al circuito de revistas alternativas. Poco a poco el arte correo fue interviniendo estas redes enriqueciéndolas, sobre todo, a partir de 1967. A mí me atraieron algunas razones tácticas aceptadas por toda la red y sus diversos circuitos: las obras deben ser enviadas vía postal, todas las obras recibidas a raíz de cualquier convocatoria, sea el tema que fuere, serán exhibidas en su totalidad, sin elección y su jurado sin imponer restricciones en lo atinente a tamaño, técnica, disciplina o corriente artística y los destinatarios están obligados a acusar de recibo enviando una lista de participantes o catálogo con las direcciones. Otro requisito es la no devolución y la no comercialización de las obras, pudiendo ser donadas a las instituciones auspiciantes para sus propias movilizaciones.</i>
Arte correo es...	<i>El arte correo se distingue especialmente por la alteridad de sus circuitos comunicacionales. La presencia del otro es insoslayable en el momento de la creación. Además el circuito comunicacional no se cierra con la contemplación de la obra, no sólo en el sentido semiótico sino, sobre todo, en el sentido fenomenológico pues abre un circuito de comunicación aún más sensible que el de la contemplación estética tradicional ya que crea una relación horizontal, de igual-a-igual, entre el creador y el receptor. Por ello el arte correo no tiene límites porque la propia comunicación no tiene límites.</i>



Nombre	Antonio Luiz M. Andrade
Género	Masculino
País	Brasil
Nacimiento	1953
Inicio participación	1972 (Fase II)
Contexto político	Censura / Dictadura / Democracia
Activo en la red	Sí <i>Sigo de forma más lenta, hoy me utilizo más de Internet.</i>
Actitud/ Intención	Artística <i>Siempre me he preocupado por el lenguaje o la estética como la política del arte.</i>
Dispositivos	Tarjeta postal / Poesía visual / Proyectos / Multimedia
Temática recurrente	Crítica / Auto-referente / Artística
Actividades artísticas	Poesía visual / Pintura / Escultura / Instalación / Literatura
Motivación	<i>Primeramente, era un medio de circulación de los trabajos e ideas, compartir con otros mis experimentos que ha terminado por tener el correo como medio y como fin.</i>
Arte correo es...	<i>Es un circuito alternativo de arte donde participan todos los que tengan como objetivo central la comunicación y el contacto a través del intercambio de informaciones y propuestas artísticas.</i>

Nombre	Gastão de Magalhães
Género	Masculino
País	Brasil
Nacimiento	1953
Inicio participación	1974 (Fase II)
Contexto político	Dictadura
Activo en la red	Sí
Actitud/ Intención	Activista <i>Un anarquista/contestatario... Activista... Utópico... Un posicionamiento frente a la vida/arte.</i>
Dispositivos	Tarjeta postal
Temática recurrente	Ideológica / Artística
Actividades artísticas	Poesía visual / Arte xerox / Diseño gráfico / Performance / Videoarte / Fotografía / Collage / Pintura / Dibujo / Escultura / Instalación
Motivación	<i>Participación y articulación con el movimiento de arte conceptual de los setenta. Un proceso de circulación de obras de arte. Circulación de ideas y actitudes... e etc...</i>
Arte correo es...	<i>Un proceso de libertad en el espacio tiempo...</i>

Nombre	Hugo Pontes
Género	Masculino
País	Brasil
Nacimiento	1945
Inicio participación	1970 (Fase II)
Contexto político	Dictadura / Democracia
Activo en la red	Sí
Actitud/ Intención	Comunicativa <i>Creo que la comunicación y la estética sean los objetivos del arte. Sin embargo, podemos decir que – como seres políticos – no estamos alienados y la posición ideológica tiene su fuerza en aquello que manifestamos. En resumen: el contenido y la estética son los objetivos de todo artista correo.</i>
Dispositivos	Tarjeta postal / Sello de artista / Estampilla de artista / Poesía visual / Convocatoria
Temática recurrente	Ideológica / Crítica / Artística / Sensorial
Actividades artísticas	Poesía visual / Collage / Literatura
Motivación	<i>El motivo de mi entrada en el arte correo ha sido porque consideraba que los correos en aquella época tenían agilidad en el sentido de enviar nuestros trabajos para todo el mundo.</i>
Arte correo es...	<i>Como no podemos viajar por el mundo, es nuestro arte el que viaja por nosotros, nos volvemos conocidos en nuestra patria y en los demás países, dondequiera que llegue un cartero.</i>

Fase III

Nombre	Constança Lucas
Género	Femenino
País	Brasil
Nacimiento	1960
Inicio participación	1980 (Fase III)
Contexto político	Democracia
Activo en la red	Sí
Actitud/ Intención	Artística <i>Mi posición como artista que trabaja con arte correo es dirigida al intercambio de cuestiones, problemas del cotidiano sensible en la vida de las personas. Me preocupo con la calidad gráfica/plástica de mis trabajos de arte. Ser artista exige que me posicione en la sociedad en la que vivo, en un mundo tan violento la paz es uno de los temas que más utilizo.</i>
Dispositivos	Tarjetas postal / Sello de artista / Poesía visual / Convocatoria
Temática recurrente	Ideológica / Solidaria / Auto-referente / Artística
Actividades artísticas	Poesía visual / Diseño gráfico / Fotografía / Collage / Pintura / Dibujo / Literatura
Motivación	<i>El arte correo es un espacio abierto a todos, tiene la libertad de expresión como su principal aliado, no depender de espacios para exponer mi expresión gráfica/plástica ha sido lo que más me ha motivado a participar del arte correo. El uso de los correos posibilita una locomoción inmensa y también ha sido uno de los motivos para intensificar mi participación.</i>
Arte correo es...	<i>Intercambio de arte por un mundo más sensible y democrático.</i>



Nombre	Diego Alex Lazcano
Género	Masculino
País	Argentina
Nacimiento	1963
Inicio participación	1980 (Fase III)
Contexto político	Democracia
Activo en la red	Sí
Actitud/ Intención	Comunicativa <i>Es comunicativa, artística y solidaria con posiciones ideológicas humanitarias.</i>
Dispositivos	Tarjeta postal / Sello de artista / Poesía visual / Convocatoria / Acción postal
Temática recurrente	Ideológica / Conmemorativa / Solidaria / Auto-referente / Artística / Histórica / Erótica / Tecnológica / Autoría colectiva
Actividades artísticas	Poesía visual / Diseño gráfico / Fotografía / Collage / Pintura / Dibujo / Escultura / Instalación / Literatura
Motivación	<i>Porque el correo es una buena herramienta de difusión y de comunicación.</i>
Arte correo es...	<i>La alegría que produce recibir correspondencia.</i>

Nombre	Eduardo Acosta Bentos
Género	Masculino
País	Uruguay
Nacimiento	1951
Inicio participación	1983 (Fase III)
Contexto político	Dictadura / Democracia
Activo en la red	Sí
Actitud/ Intención	Artística
Dispositivos	Tarjeta postal / Sello de artista / Poesía visual / Arte xerox
Temática recurrente	Artística
Actividades artísticas	Poesía visual / Performance / Videoarte / Fotografía / Collage / Música / Instalación
Motivación	<i>Revista Boek</i>
Arte correo es...	<i>Comunicación, intercambio.</i>

Nombre	Lenir de Miranda
Género	Femenino
País	Brasil
Nacimiento	1945
Inicio participación	1983 (Fase III)
Contexto político	Democracia
Activo en la red	No <i>Hoy los precios de los correos y los plazos de entrega no se facilitan más que en el pasado. Los tiempos heroicos de los años 80 están ahora en las colecciones de aquellos principales artistas nómadas, libertarios, subversivos, comprometidos políticamente, puros al concepto de arte correo, desinteresados en cuanto al mercado y al status. La fotocopia (principal medio) ha dado lugar a los medios electrónicos, a los escaneados y aquel purismo inicial (únicamente a través del correo) ahora está en transmutación. Muchos artistas con los cuales he trabajado ya se han ido o ya no son tan asiduos. He aprendido mucho en aquellos intercambios idealistas de pensamientos y creatividad. Los libros de artista eran proyectos lindos, con muchos representantes de varios países.</i>
Actitud/ Intención	Comunicativa <i>Interaccionar con propuestas recibidas y lanzar proyectos de arte correo. Interferir y proponer interferencias sobre temáticas ideológicas, sociológicas y artísticas. Ingresar en el universo comunicativo y utópico de los mensajes entre artistas que eligen hablar libremente para el mundo normalizado, racional y pragmático.</i>
Dispositivos	Tarjeta postal / Estampilla de artista / Poesía visual / Arte xerox / Proyectos / Convocatorias / Acción postal
Temática recurrente	Ideológica / Crítica / Conmemorativa / Solidaria / Auto-referente / Artística / Histórica / Sensorial / Autoría colectiva
Actividades artísticas	Poesía visual / Performance / Videoarte / Fotografía / Collage / Pintura / Dibujo / Instalación / Literatura
Motivación	<i>He descubierto una publicación con direcciones de artistas que trabajaban con arte correo. Me ha parecido interesante intentar la amplia comunicación, tan democrática, para un intercambio de experiencias con artistas de varios países. Luego me vino la idea de hacer un proyecto interactivo a partir de una propuesta de diferentes interpretaciones de un tema común. En la época hice el "Proyecto Ulises", acerca del Ulises de James Joyce. Enviaba módulos y textos y recibía interpretaciones de artistas que, por su parte, me indicaban artistas y amigos. De esta manera, he buceado en la vasta red de arte correo. He participado de muchos proyectos y era grande mi listado de artistas. Ha sido una actividad altamente paralela a mi pintura y dibujo, principalmente en los años 80. En función de esto yo y algunos proyectos han viajado a Inglaterra y Bélgica. En aquella época el gran medio era la fotocopia. También debe ser mencionada la eficiencia de los Correos. Era realmente increíble que una correspondencia entre Brasil y Europa tardase sólo cuatro días. Hoy tarda veinte días. Y se trataba de envíos comunes, sin registro, con toda seguridad.</i>
Arte correo es...	<i>Una praxis multi-comunicativa entre artistas nómadas y libertarios, democratizadores en un contagio entre las sintonías de sus poéticas subversivas.</i>



Nombre	Jaimilton Ambrósio dos Anjos
Género	Masculino
País	Brasil
Nacimiento	1970
Inicio participación	1984 (Fase III)
Contexto político	Democracia
Activo en la red	Sí <i>Sigo participando, a pesar de no sentir ya la misma euforia del pasado.</i>
Actitud/ Intención	<i>Comunicativa</i> <i>La génesis del arte es la comunicación. Arte correo es un fenómeno de comunicación. Esto explica la gran libertad y espontaneidad reconocida en este movimiento artístico. Los aspectos estéticos son herramientas formales que auxilian la comunicación, así como los temas/ ideologías/convocatorias que promueven la dialéctica. Hoy el arte correo es reconocido como la manifestación artística más auténtica y libre de la contemporaneidad gracias a su soporte, a saber, la COMUNICACIÓN.</i>
Dispositivos	Tarjetas postal / Poesía visual / Arte xerox / Proyecto / Convocatoria
Temática recurrente	Auto-referente / Sensorial / Autoría colectiva
Actividades artísticas	Poesía visual / Arte xerox / Diseño gráfico / Videoarte / Fotografía / Collage / Pintura / Dibujo / Escultura / Instalación / Performance
Motivación	<i>¡Pura casualidad! Desde 1984, me comunico con amigos en Brasil y en el extranjero a través de postales o cartas artísticas. En 1990 he visitado una exposición de arte correo y he descubierto que otros artistas ya hacían lo mismo y que el arte correo ya era un movimiento institucionalizado. Por lo tanto, lo que hice a partir de entonces ha sido aumentar mi red de contactos y estudiar con más profundidad este movimiento artístico.</i>
Arte correo es...	<i>Libertad.</i>

Nombre	Roberto Keppler
Género	Masculino
País	Brasil
Nacimiento	1951
Inicio participación	1979 (Fase III)
Contexto político	Censura / Dictadura
Activo en la red	Sí
Actitud/ Intención	<i>Activista</i> <i>Tengo un mensaje para el futuro. No consigo permanecer callado ante el hecho de vernos dominados por el pensamiento común en detrimento del desarrollo de una consciencia individual frente al universo: cómo materializar un bienestar común a todos, cómo poder abrir las fronteras del conocimiento y entendimiento entre los diferentes tipos de cultura y desarrollo.</i>
Dispositivos	Tarjeta postal / Sello de artista / Estampilla de artista / Poesía visual / Proyecto
Temática recurrente	Ideológica / Crítica / Solidaria / Sensorial / Autoría colectiva
Actividades artísticas	Poesía visual / Arte xerox / Performance / Fotografía
Motivación	<i>A través de un contacto con Genilson Soares hablando que el profesor PhD. Walter Zanini iba a montar un núcleo de arte correo en la 16ª Bienal de São Paulo. Me he dado cuenta de que mi trabajo tenía el formato de una tarjeta postal, propio para el debido envío postal.</i>
Arte correo es...	<i>Va por el correo.</i>

Nombre	Tulio Restrepo Echeverri
Género	Masculino
País	Colombia
Nacimiento	1958
Inicio participación	1982 (Fase III)
Contexto político	Democracia
Activo en la red	Sí
Actitud/ Intención	<p>Activista</p> <p><i>El arte Correo es un medio de comunicación estético abierto y participativa en el cual convergen multitud de artistas, teóricos y activistas que usan el canal del correo postal y de manera consecuente Internet como vehículo para comunicar, convocar y denunciar causas urgentes a favor de los derechos humanos y la preservación del medio ambiente fundamentalmente; al posibilitar la comunicación de mensajes directos con una posición ideológica explícita a través de medios análogos y digitales para contestar las múltiples formas de violación de los derechos fundamentales de individuos o colectivos amenazados y sometidos por los excesos y control desmesurado de regímenes políticos, religiosos, económicos, etc.</i></p>
Dispositivos	Tarjeta postal / Arte xerox / Proyecto / Convocatoria / Gráfica digital
Temática recurrente	Auto-promoción / Artística
Actividades artísticas	Poesía visual / Arte xerox / Diseño gráfico / Performance / Videoarte / Fotografía / Collage / Escultura / Instalación / Literatura
Motivación	<p><i>Inicié la participación en Arte Correo siendo estudiante del programa de Diseño Gráfico de la Universidad Pontificia Bolivariana en Medellín, Colombia, la ciudad donde nací, vivo y trabajo como docente, diseñador gráfico y artista; recibiendo un curso de Arte Correo del profesor y artista conceptual Carlos Echeverry en el año 1982A partir de su conocimiento comencé a participar a raíz de una convocatoria denominada REGISTRO, Muestra Internacional de Cultura Alternativa, Arte Correo y Nuevos Medios, celebrada en la sede del Instituto de Integración Cultural. Recinto de Quirama, en Medellín - Colombia, en el año de 1982. Este hecho y la participación en un evento de arte correo entre artistas Latinoamericanos, denominado "América en Papel", convocado por Carlos Echeverry, para transformar conceptualmente y con técnicas libres, un mapa de América fotocopiado, insertó mi dirección postal en las bases de datos de los artistas participantes quienes a su vez, comenzaron a participarme de convocatorias a muestras de Arte Correo internacionalmente. Participo hoy día de este género derivado del Arte Conceptual, porque permite divulgar y comunicar estéticamente conceptos visuales de múltiples maneras, utilizando toda clase de medios y tecnologías de manera no restrictiva y selectiva participando en consecuencia en numerosos eventos y acciones postales y realizando convocatorias de Arte Correo para documentar sus manifestaciones que permitan el conocimiento y la correspondencia de multitud de artistas de manera global, informarse de nuevas tendencias experimentales, ser partícipe de la evolución de sus manifestación.</i></p>
Arte correo es...	<p><i>Arte Correo es actividad y correspondencia.</i></p> <p><i>Arte Correo es una entrega inmediata.</i></p> <p><i>Arte Correo es registro.</i></p> <p><i>Arte Correo es una postdata.</i></p> <p><i>Arte correo es comunicación alternativa y participativa.</i></p> <p><i>Arte Correo es comunicación tecnológica.</i></p> <p><i>Arte Correo es comunicación análoga y digital.</i></p>



Nombre	Oswaldo Morales Barraza
Género	Masculino
País	Chile
Nacimiento	1959
Inicio participación	1982 (Fase III)
Contexto político	Censura / Dictadura / Democracia <i>Bajo da dictadura de Pinochet fui apresado por activista cultural</i>
Activo en la red	Sí
Actitud/ Intención	Artística <i>Obviamente poseo una posición ideológica y creo que el arte cumple un rol político, la función de la cultura lo es, pero mi intención como mail-artista no siempre es tan evidentemente política. Creo que el arte correo en sí mismo como red es político en la medida que cuestiona precisamente la función del arte, artista, la comercialización, sobre los soportes, y otras problemáticas relacionadas con el circuito.</i>
Dispositivos	Tarjeta postal / Sello de artista / Estampilla de artista / Poesía visual / Proyecto / Convocatoria
Temática recurrente	Ideológica / Conmemorativa / Solidaria / Auto-referente / Erótica / Tecnológica
Actividades artísticas	Poesía Visual / Performance / Videoarte / Fotografía / Collage / Pintura / Dibujo / Instalación / Literatura
Motivación	<i>Me interesó por ser un circuito alternativo a las galerías, museos y sitios institucionalizados, aunque también he operado en aquellos circuitos.</i>
Arte correo es...	<i>Eran tantos los que faltaron que si falta uno más, no cabe nadie. ¿ Pero quién faltó primero? (Macedonio Fernández, Argentina, 1874-1952)</i>

Fase IV

Nombre	Bibiana Padilla Maltos
Género	Femenino
País	México
Nacimiento	1974
Inicio participación	1994 (Fase IV)
Contexto político	Democracia
Activo en la red	Sí
Actitud/ Intención	Comunicativa
Dispositivos	Tarjeta postal / Estampilla de artista / Poesía visual / Zine / Proyecto / Convocatoria / Acción postal
Temática recurrente	Ideológica / Crítica / Conmemorativa / Auto-referente / Artística / Sensorial / Autoría colectiva
Actividades artísticas	Poesía visual / Performance / Collage / Instalación / Literatura
Motivación	<i>Porque me interesa la red de comunicaciones y cómo un papel va de mano en mano hasta su punto final, experimentando alteraciones a su imagen y forma original. Hoy en día, es tanto eso como ayudar a los carteros a mantener sus trabajos</i>
Arte correo es...	<i>Comunicación y transgresión de un punto a otro, con varias intermitentes.</i>

Nombre	Hans Braumüller
Género	Masculino
País	Chile
Nacimiento	1966
Inicio participación	1986 (Fase IV)
Contexto político	Censura / Dictadura / Democracia
Activo en la red	Sí
Actitud/ Intención	Comunicativa
Dispositivos	Tarjeta postal / Sello de artista / Estampilla de artista / Poesía visual / Arte xerox / Zine / Proyecto / Convocatoria / Acción postal / Página web
Temática recurrente	Ideológica / Crítica / Conmemorativa / Solidaria / Auto-referente / Artística / Tecnológica / Autoría colectiva
Actividades artísticas	Poesía visual / Pintura / Dibujo / Instalación / Poesía
Motivación	<p><i>Por ampliar la red alternativa y en ese tiempo contracultural bajo la dictadura y transición a la democracia que teníamos en Santiago de Chile con nuestro colectivo de artistas jóvenes "La Preciosa Nativa" a un nivel internacional y conocer otras fuentes y artistas de arte experimental y de poesía visual.</i></p> <p><i>El estudio universitario era muy académico, conservador y la enseñanza y los recursos estaban bastante reprimidos, así, todo que era abierto y libre de expresión, era una inspiración en la lucha por una cultura y un arte más sincera. Conectando mi Licenciatura en Artes Plásticas con mención en Pintura, Universidad de Chile, 1991 y la práctica de arte experimental (a cual cuento el arte correo), fue uno de mis proyectos: Help Me To Paint (http://braumueller.crosses.net/helpes.html), enviando artistas correos fragmentos de mi pintura para intervenir. Tratando de llevar así la pintura a un campo de comunicación. Eso es casi una paradoja, porque así abiertamente contradiciendo mi talento de un pintor, pero, dejando en claro, que como el arte correo, lo que importa, es el proceso de comunicación para entrar a un diálogo, sobre que queremos ser y hacer.</i></p> <p><i>Por otro lado, preocupado por un arte con más identidad chilena, hacia un trabajo y acción con nuestro colectivo con las raíces indígenas de la cultura chilena y latinoamericana, para crear un movimiento local.</i></p>
Arte correo es...	<i>El arte correo es un arte de comunicación en red.</i>



Nombre	Muriel Frega
Género	Femenino
País	Argentina
Nacimiento	1972
Inicio participación	1990 (Fase IV)
Contexto político	Democracia
Activo en la red	No <i>Por cuestiones económicas sigo participando pero sólo por internet o algún proyecto que me interese mucho, en general no más de cuatro por año.</i>
Actitud/ Intención	Artística <i>Para mí, la mejor parte del arte correo se da cuando los artistas intercambian obras que no pertenecen a cadenas ni convocatorias, pero que de todas formas son realizadas para participar de la red. Mis últimas participaciones fueron una serie de grabaditos en pequeño formato y una serie de estampas digitales.</i>
Dispositivos	Tarjeta postal / Sello de artista / Estampilla de artista / Convocatoria
Temática recurrente	Artística / Tecnológica
Actividades artísticas	Fotografía / Dibujo
Motivación	<i>Motivación Porque era la forma más real y directa de estar en contacto con artistas de otros países, estar al tanto de su producción, sin filtros ni censuras. Es como trabajar en conjunto, formar parte de una cadena artística que se retroalimenta de la producción de cada uno y puede involucrar diferentes aristas de una misma realidad. También es un incentivo a producir. Y porque recibir sobres multicolores me hace feliz!.</i>
Arte correo es...	<i>Una cadena artística que se retroalimenta con la participación de cada artista y puede involucrar diferentes aristas de una misma realidad, en libertad y sin censuras.</i>

Fase V

Nombre	Alejandro Thornton
Género	Masculino
País	Argentina
Nacimiento	1970
Inicio participación	1997 (Fase V)
Contexto político	Democracia <i>Bajo crisis económica constante</i>
Activo en la red	Sí
Actitud/ Intención	Comunicativa
Dispositivos	Sello de artista / Estampilla de artista / Poesía visual
Temática recurrente	Ideológica / Crítica / Auto-promoción / Artística
Actividades artísticas	Poesía visual / Pintura / Dibujo / Instalación
Motivación	<i>Un amigo (Norberto José Martínez) que organizaba una convocatoria me invitó, luego llegaron otras invitaciones a través de Vórtice y el correo.</i>
Arte correo es...	<i>Las reglas del arte correo!</i>

Nombre	Alexandre Gomes Vilas Boas
Género	Masculino
País	Brasil
Nacimiento	1973
Inicio participación	2005 (Fase V)
Contexto político	Democracia
Activo en la red	Sí
Actitud/ Intención	Comunicativa <i>Aun cuando la preocupación es "artística/estética" existe implícitamente una elección que toca la intención activista. Explico: en mi comprensión elegir hacer arte correo es por sí mismo una posición ideológica (no panfletaria), las opciones artística/estética y activistas acaban por ser complementares a la necesidad comunicativa.</i>
Dispositivos	Tarjeta postal / Sello de artista / Estampilla de artista / Poesía visual / Convocatoria / Acción postal
Temática recurrente	Crítica / Solidaria / Autor-referente / Artística / Autoría colectiva
Actividades artísticas	Poesía visual / Arte xerox / Diseño gráfico / Fotografía / Collage / Pintura / Dibujo / Instalación
Motivación	<i>Por la posibilidad de la libertad de expresión y la ruptura con el "circuito".</i>
Arte correo es...	<i>La posibilidad concreta de libre interacción.</i>

Nombre	Carolina Fernández
Género	Femenino
País	Venezuela
Nacimiento	1976
Inicio participación	2008 (Fase V)
Contexto político	Democracia
Activo en la red	No
Actitud/ Intención	Comunicativa
Dispositivos	Tarjetas postales / Proyectos
Temática recurrente	Auto-referente / Sensorial / Autoría colectiva
Actividades artísticas	Collage / Pintura / Dibujo
Motivación	<i>Por el gusto por la comunicación, básicamente escrita y que, combinada con el color o el mensaje artístico, me parece que cobra una dimensión increíble. El mail art tiene de comunicación y expresión artística lo que estaba buscando para compartir de una forma nueva.</i>
Arte correo es...	<i>La combinación perfecta en comunicación y arte.</i>



Nombre	Célia Maria Pereira
Género	Femenino
País	Brasil
Nacimiento	1956
Inicio participación	2001 (Fase V)
Contexto político	Democracia
Activo en la red	Sí
Actitud/ Intención	Comunicativa <i>Lo que es espectacular en el arte correo es la no existencia de juicio, la posibilidad de poder estar al lado de persona con sentimientos de igualdad, donde la expresión es lo más importante, es decir, la manera que cada uno tiene de hablar a través del arte. Creo que hacer arte correo, alimenta esta red y por ella somos alimentados, esto para mí es tener ideología. Lo que importa es poder estar juntos, cruzando el mundo, sin pensar en límites de fronteras, aproximando las personas de forma pacífica – la libertad de crear.</i>
Dispositivos	Tarjeta postal / Convocatoria / Acción postal / Ready-made
Temática recurrente	Conmemorativa / Solidaria / Artística / Histórica / Sensorial
Actividades artísticas	Diseño gráfico / Fotografía / Collage
Motivación	<i>En dos momentos tuve contacto con el arte correo, en 1980, cuando recibí un “adiciona y repasa” y en la década de 1990 hice un trabajo para la convocatoria “Relendo os 60 anos de Arte Moderna”, sin embargo, no he lo he enviado. En 2001, estaba trabajando con el formato postal con mis alumnos de la Escuela Silva Gama y durante una muestra de arte, he encontrado a Fabiane Pianowski, y nuestra conversación fue sobre colecciones de tarjetas postales y arte correo. El resultado de este encuentro ha sido una muestra colectiva de los postales coleccionados y una conferencia sobre arte correo. De este encuentro nació el grupo de arte correo “Aiecoatiara” que ha realizado algunas convocatorias. ¿Porque estoy en la red? ¡Me han atrapado! El arte correo es una red que amplía nuestra mirada, que nos hace viajar al encuentro de persona, de infinitas formas de expresión, sin fronteras, ni barreras, nos aproxima, nos acerca, sin jerarquías y libres para crear.</i>
Arte correo es...	<i>Libre tránsito, sin rótulos, sin ismos – una red solidaria y planetaria que une artistas.</i>

Nombre	Cesar Espino Barros
Género	Masculino
País	México
Nacimiento	1959
Inicio participación	2009 (Fase V)
Contexto político	
Activo en la red	Sí
Actitud/ Intención	Artística
Dispositivos	Sello de artista / Poesía visual / Zine
Temática recurrente	Ideológica / Crítica / Conmemorativa / Solidaria / Auto-referente/ Auto-promocional / Artística / Sensorial / Erótica / Tecnológica
Actividades artísticas	Poesía visual / Arte Xerox / Diseño Gráfico / Performance / Fotografía / Collage / Música / Instalación / Literatura
Motivación	<i>Estoy encantado.</i>
Arte correo es...	

Nombre	Claudio Andres Rodríguez
Género	Masculino
País	Chile
Nacimiento	1968
Inicio participación	1996 (Fase V)
Contexto político	Censura / Exilio / Democracia
Activo en la red	Sí
Actitud/ Intención	Activista
Dispositivos	Poesía visual / Proyecto / Acción postal / Ready-made
Temática recurrente	Ideológica / Crítica / Artística / Histórica / Tecnológica /
Actividades artísticas	Poesía visual / Videoarte / Collage / Pintura / Instalación / Literatura
Motivación	<i>Intercambio de ideas, trabajos, proyectos expositivos, contacto con otros artistas.</i>
Arte correo es...	<i>Arte libre.</i>

Nombre	Eliso Ignacio Silva
Género	Masculino
País	Venezuela
Nacimiento	1952
Inicio participación	2007 (Fase V)
Contexto político	Democracia
Activo en la red	Sí
Actitud/ Intención	Artística
Dispositivos	Tarjeta postal / Convocatoria
Temática recurrente	Crítica / Solidaria / Artística / Histórica
Actividades artísticas	Arte xerox / Diseño gráfico / Pintura / Dibujo / Escultura / Instalación
Motivación	<i>Porque me gusta.</i>
Arte correo es...	<i>Arte.</i>

Nombre	Luis Valera Escarré
Género	Masculino
País	Venezuela
Nacimiento	1976
Inicio participación	1996 (Fase V)
Contexto político	Democracia
Activo en la red	Sí
Actitud/ Intención	Artística <i>Me considero un pintor por sobre todas las cosas.</i>
Dispositivos	Tarjeta postal
Temática recurrente	Artística
Actividades artísticas	Collage / Pintura / Dibujo
Motivación	Me pareció fascinante poder participar en exhibiciones en otras partes del mundo.
Arte correo es...	Es la forma más honesta de hacer/dar/recibir/intercambiar arte.



Nombre	Marcelus Freitas
Género	Masculino
País	Brasil
Nacimiento	1973
Inicio participación	2000 (Fase V)
Contexto político	
Activo en la red	Sí
Actitud/ Intención	Artística <i>Lo que me interesa en el arte correo es el propio ARTE.</i>
Dispositivos	Tarjeta postal / Arte xerox / Proyecto / Convocatoria / Acción postal / Ready-made
Temática recurrente	Crítica / Auto-referente / Artística / Erótica
Actividades artísticas	Performance / Videoarte / Fotografía / Collage / Pintura
Motivación	<i>Arte correo es un soporte como cualquier otro fotografía/pintura/dibujo/vídeo/etc... ¡posibilidad de entrar en contacto con artistas de varias partes del mundo! Rompiendo la idea de público y privado, estableciendo relaciones sin intermediarios (galerías/museos/instituciones/etc.), arte sin fronteras...</i>
Arte correo es...	<i>Arte en tránsito.</i>

Nombre	Nadia Poltosi
Género	Femenino
País	Brasil
Nacimiento	
Inicio participación	1998 (Fase V)
Contexto político	Democracia
Activo en la red	Sí
Actitud/ Intención	Artística <i>Es difícil separar la intención en relación a la producción. Depende mucho del proyecto, del tema de la convocatoria. Siempre busco conciliar el hacer artístico, el intercambio y una posición ideológica.</i>
Dispositivos	Tarjeta postal / Sello de artista / Estampilla de artista / Zine / Convocatoria / Ready-made / Multimedia
Temática recurrente	Ideológica / Crítica / Auto-referente / Artística
Actividades artísticas	Collage / Pintura / Dibujo / Escultura
Motivación	<i>Principalmente por la libertad de intercambiar informaciones. Conocer nuevos artistas. Observar cómo anda el arte por el planeta, qué tendencias. Arriesgo al decir que se reaprovecha mucho material, collage, por el propio concepto o por elección. Al contrario de lo que pensaba el arte digital es muy poco utilizado. Es el placer de hacer una obra, enviar por el correo y... esperar el retorno que puede hasta no llegar...</i>
Arte correo es...	<i>Arte correo destruye fronteras!</i>

Nombre	Pedro Vieira da Costa
Género	Masculino
País	Brasil
Nacimiento	1978
Inicio participación	1999 (Fase V)
Contexto político	Democracia
Activo en la red	No <i>Muchos viajes, mudanzas de dirección y desinterés actual.</i>
Actitud/ Intención	Activista <i>Soy de tendencia ideológica anarquista y punk.</i>
Dispositivos	Tarjeta postal / Estampilla de artista / Poesía visual / Arte xerox / Zine
Temática recurrente	Ideológica / Crítica
Actividades artísticas	Performance / Fotografía / Música
Motivación	<i>Vi una carta-convocatoria de arte correo en la casa de un amigo y envié un trabajo, a partir de entonces he entrado en el circuito. He investigado sobre el movimiento y me pareció increíble la tendencia libertaria de esta forma de intercambiar arte y contactos.</i>
Arte correo es...	<i>Arte correo es abierta.</i>

Nombre	Raquel Vásquez La Roche
Género	Femenino
País	Venezuela
Nacimiento	1981
Inicio participación	2011 (Fase V)
Contexto político	Democracia
Activo en la red	Sí
Actitud/ Intención	Artística <i>Como artista tengo el problema de mezclar arte y dinero. Pienso que dinero, galerías, subastas, fama, toda la falsa red coge el espacio, la crítica etc... para mí la clave es el proceso creativo, el arte por el arte y no toda esta mierda que en la escuela me dijeron que tenía que seguir. Arte correo me trajo la inspiración de hacer arte sin pensar en su coste. La satisfacción de crear es compartir no tiene precio.</i>
Dispositivos	Tarjeta postal / Poesía Visual / Proyecto
Temática recurrente	Ideológica / Auto-referente / Artística / Sensorial
Actividades artísticas	Poesía Visual / Diseño gráfico / Fotografía / Collage / Pintura / Dibujo / Escultura / Instalación
Motivación	<i>Mi tía es una artista visual chilena y ha organizado una exhibición de tarjetas postales y en esta ocasión ha sido la primera vez que he oído hablar de arte correo. Vivo en Trinidad y Tobago y aquí, a excepción de mis profesores, nadie tiene idea de lo que es arte correo. Mi hermano y yo organizamos un evento en la isla. Yo participo de la comunidad IUOMA. Me he encontrado en este universo. Arte sin dinero por en medio, arte simplemente por hacer arte y la mejor parte es compartir. Estoy tan motivada con esto y la mejor parte es que hace dos semanas me ha llegado un envío de un desconocido. Este tipo de gestos apenas existen y me siento bien haciendo lo mismo.</i>
Arte correo es...	<i>Arte sin la presión social, solamente del corazón.</i>



11.2 Taxonomías

Para facilitar la visualización de las características presentadas por cada uno de los artistas correo latinoamericanos entrevistados se crearon taxonomías en las cuales se pueden comparar y analizar los parámetros investigados.

11.2.1 Taxonomía contextual y actitudinal

Para visualizar mejor la relación entre el contexto geopolítico y la actitud/intención de los entrevistados, se ha creado la siguiente tabla (tabla 16). En esta tabla observamos qué artistas correo han producido en una época dictatorial y si han tenido o no su trabajo censurado; además verificamos como estos artistas clasifican de manera general su actitud/intención en la participación de la red de arte correo, permitiendo así que se establezcan relaciones que interesan a esta investigación.

De los 27 entrevistados, 12 dijeron tener una intención *Artística*, 10 *Comunicativa* y solo 5 *Activista*. Ahora bien, si relacionamos la actitud/intencionalidad con el contexto geopolítico vemos que no hay una relación directa entre una postura más marcadamente ideológica (*Activista*) y el hecho de producir bajo un régimen dictatorial, en este sentido solamente 3 entrevistados han demostrado esta relación⁶⁸.

.....
⁶⁸ En relación a los tres entrevistados de Europa que también contestaron tener una actitud *Activista*, solamente uno, de origen alemán, ha contestado también que había producido bajo un régimen dictatorial y que había tenido su producción censurada.

Tabla 16 – Procedencia, contexto político y actitud/intención de los artistas correo latino-americanos entrevistados (Grupo-2)

Fases	Artista correo	País	Censura	Dictadura	Artística	Activista	Comunicativa
Fase II	Antonio L. M. Andrade	Brasil	X	X	X		
	Clemente Padín	Uruguay	X	X	X		
	Gastão de Magalhães	Brasil		X		X	
	Hugo Pontes	Brasil		X			X
Fase III	Constança Lucas	Brasil			X		
	Diego Lazcano	Argentina					X
	Eduardo Acosta Bentos	Uruguay		X	X		
	Jamilton dos Anjos	Brasil					X
	Lenir de Miranda	Brasil					X
	Roberto Keppler	Brasil	X	X		X	
	Oswaldo Morales Berraza	Chile	X	X	X		
	Tulio Restrepo Echeverri	Colombia				X	
Fase IV	Bibiana Padilla Maltos	México					X
	Hans Braumüller	Chile	X	X			X
	Muriel Frega	Argentina			X		
Fase V	Alejandro Thornton	Argentina					X
	Alexandre Vilas Boas	Brasil					X
	Carolina Fernández	Venezuela					X
	Célia Maria Pereira	Brasil					X
	Cesar Espino Barros	México			X		
	Claudio A. Rodríguez	Chile	X	X		X	
	Eliso Ignacio Silva	Venezuela			X		
	Luis Valera Escarré	Venezuela			X		
	Marcelus Freitas	Brasil			X		
	Nadia Potolsi	Brasil			X		
	Pedro Vieira da Costa	Brasil				X	
	Raquel Vásquez	Venezuela			X		

11.2.2 Taxonomía temática y actitudinal

La relación entre la intencionalidad de los entrevistados y las temáticas más recurrentes también aportan un interesante análisis que se puede ver en la siguiente tabla (tabla 17).

Observamos que todos los artistas que han afirmado su intencionalidad como *Activista*, también contestaron la temática *Ideológica* como algo recurrente en sus producciones, y, por lo tanto, han sido coherentes con su intención, demostrando que están comprometidos con cuestiones políticas, sociales, culturales o ecológicas. Por otro



lado, un número significativo de entrevistados también ha señalado la temática *Ideológica*, asumiendo también una actitud *Artística* o *Comunicativa*, esto corrobora la idea –ya mencionada anteriormente– de que, pese a la elección de actitud, muchos entrevistados afirman que sus propuestas artísticas están siempre enmarcadas en un posicionamiento ideológico.

Tabla 17 – Actitud/intención y temática recurrente de los artistas correo latino-americanos entrevistados (Grupo-2)

Actitud/ Intención	Artista correo	A	AP	AR	AC	Co	C	E	H	I	Se	S	T
Artística	Antonio Andrade	X		X			X						
	Clemente Padín	X					X			X		X	
	Constança Lucas	X		X						X		X	
	Eduardo Acosta Bentos	X		X		X		X		X		X	X
	Oswaldo Morales Berraza												
	Muriel Frega	X											X
	Cesar Espino Barros	X	X	X		X	X	X		X	X	X	X
	Eliso Ignacio Silva	X					X		X				X
	Luis Valera Escarré	X											
	Marcelus Freitas	X		X			X	X					
	Nadia Potolsi	X		X			X			X			
Raquel Vásquez	X		X						X	X			
Activista	Gastão de Magalhães	X								X			
	Roberto Keppler				X		X			X	X	X	
	Tulio Restrepo Echeverri	X	X										
	Claudio A. Rodríguez	X					X		X	X			X
	Pedro Vieira da Costa						X			X			
Comunicativa	Hugo Pontes	X					X			X	X		
	Diego Lazcano	X		X	X	X		X	X	X		X	X
	Jamilton dos Anjos			X	X						X		
	Lenir de Miranda	X		X	X	X	X		X	X	X	X	
	Bibiana Padilla Maltos	X		X	X	X	X			X	X		
	Hans Braumüller	X		X	X	X	X			X		X	X
	Alejandro Thornton	X	X				X			X			
	Alexandre Vilas Boas	X		X	X		X					X	
	Carolina Fernández			X	X						X		
Célia Maria Pereira	X				X			X		X	X		

Siglas: A=Artística; AP= Auto-promoción; AR=Auto-referente; AC=Autoría colectiva; Co= Comunicativa; C=Crítica; E=Erótica; H= Histórica; I=Ideológica; Se=Sensorial; S=Solidaria; T=Tecnológica.

11.2.3 Taxonomía contextual y estratégica

Una relación interesante que se puede establecer son las fases del arte correo con los dispositivos más utilizados (tabla 18). En este análisis observamos que la tarjetas postales son los dispositivos más utilizados en todas las fases, siendo únicamente tres los entrevistados que no las señalaron. Por otro lado, la poesía visual y los sellos y estampillas de artista –que también se mostraron como dispositivos muy utilizados– predominan en las cuatro primeras fases, teniendo el uso menos frecuente en la última fase. Los zines, por su parte, aparecen solamente en las dos últimas fases; mientras que los ready-mades son mencionados sólo en la última y el arte xerox apenas en las Fases III y IV; cabe destacar que estos tres dispositivos también son poco frecuentes en las respuestas.

Tabla 18 – Fases del arte correo y dispositivos más utilizados por los entrevistados (Grupo-2)

Fases	Artista correo	AP	AX	C	EA	PV	P	RM	SA	TP	Z
Fase II	Antonio Andrade					X	X			X	
	Clemente Padín	X		X	X	X			X	X	
	Gastão de Magalhães									X	
	Hugo Pontes			X	X	X			X	X	
Fase III	Constança Lucas			X		X			X	X	
	Diego Lazcano	X		X		X			X	X	
	Eduardo Acosta Bentos		X			X			X	X	
	Jamilton dos Anjos		X	X		X	X			X	
	Lenir de Miranda	X	X	X	X	X	X			X	
	Roberto Keppler				X	X	X		X	X	
	Oswaldo Morales Berraza			X	X	X	X		X	X	
	Tulio Restrepo Echeverri		X	X			X			X	
Fase IV	Bibiana Padilla Maltos	X		X	X	X	X			X	X
	Hans Braumüller	X	X	X	X	X	X		X	X	X
	Muriel Frega			X	X				X	X	
Fase V	Alejandro Thornton				X	X			X		
	Alexandre Vilas Boas	X		X	X	X			X	X	
	Carolina Fernández						X			X	
	Célia Maria Pereira	X		X				X		X	
	Cesar Espino Barros					X			X		X
	Claudio A. Rodríguez	X				X	X	X			
	Eliso Ignacio Silva			X						X	
	Luis Valera Escarré									X	
	Marcelus Freitas	X	X	X			X	X		X	
	Nadia Potolsi			X	X			X	X	X	X
	Pedro Vieira da Costa	X			X	X				X	X
	Raquel Vásquez					X	X			X	

Siglas: AP=Acción postal; AX=Arte xerox; C=Convocatoria; EA=Estampilla de artista; PV=Poesía visual; P=Proyectos; RM=Ready-made; SA=Sello de artista; TP=Tarjeta postal; Z=Zine.



11.2.4 Taxonomía contextual y motivacional

La relación que se puede establecer entre las fases del arte correo y la motivación de participación en la red por los participantes de América Latina está demostrada en la siguiente tabla (tabla 19). Observamos que para la gran mayoría de los latinoamericanos, independiente de la fase de adhesión, las principales motivaciones son *Expresión utópica* y *Network*. La *Producción artística*, pese a tener menor expresividad, también se distribuye por todas las fases. Por otro lado el *Interés ocasional* y *Placer* son motivaciones que se observan a partir de la tercera fase de entrada en la red. Sin embargo, *Sistema postal* que se presenta en muy pocas respuestas apenas aparece como motivación en las fases III y IV.

Tabla 19 – Fases del arte correo y dispositivos más utilizados por los entrevistados (Grupo-2)								
Fases	Artista correo	AP	EU	IO	N	P	PA	SP
Fase II	Antonio Andrade		X		X		X	
	Clemente Padín		X		X		X	
	Gastão de Magalhães		X		X		X	
	Hugo Pontes		X		X		X	
Fase III	Constança Lucas		X		X			
	Diego Lazcano		X		X	X	X	
	Eduardo Acosta Bentos			X	X			
	Jamilton dos Anjos		X	X	X			
	Lenir de Miranda		X	X	X		X	X
	Roberto Keppler			X	X			
	Oswaldo Morales Berraza		X					
	Tulio Restrepo Echeverri		X	X	X			X
Fase IV	Bibiana Padilla Maltos		X		X		X	
	Hans Braumüller		X		X		X	
	Muriel Frega		X		X	X	X	X
Fase V	Alejandro Thornton		X	X				
	Alexandre Vilas Boas		X		X			
	Carolina Fernández							
	Célia Maria Pereira		X	X	X			
	Cesar Espino Barros					X		
	Claudio A. Rodríguez		X		X			
	Eliso Ignacio Silva					X	X	
	Luis Valera Escarré	X	X		X	X	X	
	Marcelus Freitas		X		X		X	
	Nadia Potolsi		X	X	X	X		
	Pedro Vieira da Costa		X	X	X			
	Raquel Vásquez		X	X		X	X	

Siglas: AP=Actividad profesional; EU=Expresión utópica; IO=Interés ocasional; N=Network; P=Placer; PA=Producción artística; SP=Sistema postal.

12. Metadatos de sistematización

En la actualidad, con el desarrollo informático que tenemos, la creación de bases de datos se ha establecido como una herramienta fundamental en el procesamiento de datos, puesto que posibilitan la reducción del tiempo tanto en la fase de recogida como de análisis de la información, de manera que es posible trabajar con una gran cantidad de datos. Sin embargo, cabe destacar que, además, esta herramienta puede presentar una especial aportación a la historia del arte contemporáneo ya que “es una manera muy representativa de acometer el universo de información y documentación en la sociedad del conocimiento” (Mercader, 2012, s.p.).

El arte correo es un arte que –pese al carácter efímero de muchos de los envíos– acaba por dar lugar a inmensos archivos particulares. Estos archivos contienen todo tipo de material que ha circulado en la red y son importantes registros artísticos y culturales de esta práctica. Desgraciadamente, muchos de estos archivos toman proporciones desmesuradas, hecho que acaba por llevar a algunos de sus propietarios a deshacerse de ellos por falta de espacio, y esto ni siempre ocurre de la mejor manera, es decir, con la donación a un museo o institución cultural, de modo que muchos de estos documentos pueden acabar perdiéndose. Por otro lado, cada vez más las instituciones vienen demostrando interés por salvaguardar los documentos resultantes de las diversas prácticas conceptuales en las que se incluye el arte correo. Como ejemplos de esta preocupación están el archivo del norteamericano John Held Jr. –que se encuentra distribuido entre el Museo de Arte Moderno - MOMA (Nueva York), la Biblioteca de Investigación Getty (Los Angeles) y el Archivo de Arte Americano - Smithsonian Institution (Washington)– y del español Pere Sosa –que tiene una parte depositada en el Museo de Arte Contemporáneo de Barcelona (MACBA).

Sin embargo, no basta con preservar los archivos, también es necesario conocerlos y difundirlos, en este sentido es importante que los responsables de su digitalización y organización tengan algunos parámetros comunes de sistematización, facilitando de esta manera la difusión y consecuentemente la investigación de los mismos. En este sentido, después del exhaustivo estudio de los documentos relacionados al arte correo, en especial de sus publicaciones, y de la categorización de los datos primarios que componen el *corpus* de esta investigación, se han podido establecer algunos metadatos que pueden servir a futuras sistematizaciones de archivos de arte correo.



Se han establecido dos ejes principales de catalogación: dispositivos y documentos. Lo ideal es que las bases de datos sean relacionales, es decir, que permitan el cruce de datos. Los términos dispositivos y documentos no fueron elegidos aleatoriamente, y tienen como referencia la base de datos acerca del arte conceptual creada para el proyecto *Vivid Radical Memory* coordinado por Antoni Mercader (2006-2008) en la que se han utilizado los términos autoría, producción y documentos en lugar de artistas, obra de arte y bibliografía. Es decir, los propios términos generales de catalogación están en conformidad tanto con la práctica como con la filosofía que les sostiene.

Cabe destacar que los metadatos recomendables para la sistematización de información sobre los dispositivos tienen relación con las preguntas de los cuestionarios en línea aplicados en esta investigación, mientras que los metadatos relativos a documentos resultaron de la catalogación de la bibliografía de esta investigación. En las tablas siguientes (tabla 20 y 21) están explicitados los metadatos para cada uno de los dos ejes principales de catalogación (dispositivos y documentos).

Si es posible el contacto directo y la entrevista, se recomienda la creación de un tercer eje de catalogación que sería sobre los artistas correos y que tendría como base para los metadatos algunas de las preguntas del cuestionario aplicado en esta investigación.

Tabla 20 - Metadatos para la catalogación de los dispositivos de arte correo		
Título		
Autor		
Año		
Tipología	Envío Convocatoria Catálogo Zine Acción Postal Otra	
Formato	Objeto Tarjeta postal Sello de artista Adhesivo Assemblage Poesía visual Dibujo Pintura	Grabado Fotografía Video Audio Fotocopia Ready-made Otro
Descripción		

Tema	Artístico - que enfatiza el lenguaje y/o la técnica. Auto-promocional - que enfatiza la autoría. Auto-referente - que tiene el propio arte correo como tema. Autoría colectiva - que incita a la interacción del receptor. Conmemorativo - que se refiere a personalidades, grupos, instituciones, temas o fechas específicas. Crítico - que critica al sistema artístico, mediático, institucional, burocrático. Erótico - que tiene la sexualidad como tema predominante. Histórico - que tiene como referencia explícita a artistas, obras o períodos de la historia del arte. Ideológico - explícitamente comprometido con cuestiones políticas, sociales, culturales, ecológicas etc. Sensorial - que incita los sentidos además de la visión. Solidario - que se relaciona con la defensa de alguna causa específica. Tecnológico - que enfatiza una tecnología específica (analógica o digital).
Documentos relacionados	

Tabla 21 - Metadatos para la catalogación de los documentos de arte correo

Título		
Autor		
Año		
Tipología	libro página web entrevista ensayo enciclopedia atlas diccionario	crítica tesis zine catálogo vídeo audio otro
Estilo	crítica teórico histórico bibliográfico	poético literario otro
Descripción		
Año de publicación		
País de publicación		
Imprenta/ grabadora		
Palabras-clave		
Idioma		
Artistas correo relacionados		

Conclusiones

A través de la presente investigación se ha podido estudiar en profundidad la red de arte correo, no sólo en sus aspectos teóricos e históricos, sino también en su ámbito social y ha demostrado la complejidad de una práctica artística que es a la vez arte y comunicación. Sin embargo, la realización de este trabajo ha podido demostrar que el arte correo aún se configura como una laguna en la historia del arte, pese a los esfuerzos de los propios artistas correo en publicar textos sobre el tema y a los pocos investigadores que realizaron sus tesis acerca de esta práctica artística.

La principal inquietud que ha motivado esta investigación ha sido la cuestión encontrada en la bibliografía de que el arte correo latinoamericano se diferenciaba de lo demás por su carácter marcadamente político-ideológico. Esta relación directa entre arte y contexto político se mostraba demasiado taxativa para definir una práctica tan múltiple tanto en sujetos como en dispositivos. En este sentido, la línea inicial del estudio ha sido en primer lugar averiguar la bibliografía, para buscar las referencias teóricas e históricas, tanto las que apoyaban como las que contradecían esta idea, para después analizar específicamente los sujetos de esta práctica con la finalidad de entender su concepción y posición frente al arte correo.

A lo largo de la investigación se ha puesto en evidencia que la red de arte correo es una estructura compleja e imbricada, principalmente si lo que se estudia son sus sujetos. Pero, a la vez, estudiar el arte correo a partir de su red social ha permitido entender tanto las singularidades como las generalidades de sus participantes. De hecho, es la diversidad cultural lo que hace a la red de arte correo tan atractiva.

Llegar a la investigación prosopográfica como forma de entender la red de arte correo no ha sido un camino directo y obvio, se han dado muchas vueltas a las preguntas que instigaron este estudio, puesto que se ha visto a lo largo de la investigación teórica e histórica que no había forma de estudiar el arte correo sin conocer a sus sujetos. Además, tampoco se podía estudiar el arte correo de Latinoamérica sin compararlo con las demás regiones, en especial Norteamérica y Europa, regiones clave para el desarrollo de esta práctica artística. Sin embargo, el estudio del arte correo a partir de sus sujetos y de la relación entre estas regiones no se muestra bajo la perspectiva dicotómica tradicional de la historia del arte de centro (Norteamérica y Europa) y periferia (Latinoamérica), sino



al contrario, permite que se escriba una historia colectiva y descentralizada, como lo es la propia red.

El análisis del corpus de la investigación no sólo ha permitido conocer quiénes son los artistas que participan en la red de arte correo, sino también sus motivaciones para participar. Por otro lado, este análisis también ha permitido comprobar de qué manera se caracteriza el arte correo latinoamericano y si este realmente se diferencia del norteamericano o del europeo. En este sentido, se puede concluir que realmente el contexto político, en especial de los regímenes dictatoriales, pudo haber influido en algunos puntos de la red de arte correo, específicamente en algunos de sus artistas o dispositivos, aunque sería una generalización demasiado arriesgada para caracterizar a todo un colectivo y a una práctica que se ha extendido tanto en el tiempo.

Además, los datos apuntaron que respecto a la intencionalidad *Activista* de los artistas correo fueron pocos los que asumieron esta actitud como determinante de su práctica, siendo sus intenciones *Artística* y *Comunicativa* mucho más significativas en todas las regiones estudiadas. Es verdad que hubo una mayor concentración de la posición reconocida como *Activista* entre los artistas latinoamericanos (62,5% de los que han elegido esta opción, es decir, cinco artistas correo del total de ocho), sin embargo, en los comentarios generales de todas las nacionalidades se pudo averiguar que, pese a la elección por las otras alternativas, *Artística* o *Comunicativa*, algunos han señalado que el carácter ideológico está presente en su arte, o por qué entienden el arte como un compromiso político o por qué según las convocatorias y proyectos el tema conlleva un compromiso político-ideológico. Como ejemplo de estas posturas están las siguientes declaraciones:

— El “networker”, al reflejar las relaciones que le dan origen en tanto producto de comunicación, no puede dejar de reproducir ideológicamente esa misma realidad. No sólo social o política, sino total. Es por ello que es tan difícil descontextualizar al arte de las demás áreas del quehacer humano. Tanto el sentido social como el político son consustanciales al arte. El arte se revela como forma sublimada de la conciencia social y, como tal, instrumento de conocimiento, cuya función es auxiliar con su aprobación o desaprobación a esa misma sociedad, pudiendo convertirse, de acuerdo con las circunstancias, en instrumento de cambio y transformación o de consolidación y preservación. (*Artística*, Clemente Padín, Uruguay)

— Obviamente poseo una posición ideológica y creo que el arte cumple un rol político, la función de la cultura lo es, pero mi intención como mail-artista no siempre es tan evidentemente política. Creo que el arte correo en sí mismo como red es político en la medida que cuestiona precisamente la función del arte, artista, la comercialización, sobre los soportes, y otras problemáticas relacionadas con el circuito. (*Artística*, Osvaldo Morales Barraza, Chile)

_ *Las tres respuestas son correctas. Mis intenciones y actitudes tienen relación con una producción activista, artística y comunicativa. (Artística, Guy Bleus, Bélgica)*

_ *La parte más importante es la propia comunicación entre los participantes y la parte activista ya viene implícita en el propio medio del arte correo, lo revolucionario desde el punto de vista artístico es la propia Red. Y también hay una parte como activista, pues tanto en el medio del arte correo como en la vida real somos bichos sociales con inquietudes. (Comunicativa, Pere Sousa, España)*

_ *Comunicación libre y abierta es mi primera intención, pero cuando encuentro un proyecto o un contacto, las actitudes políticas o sociales son también muy importantes. Después de esto, todo es posible. (Comunicativa, Rosa Biagi, Italia)*

_ *Yo contesto a la convocatoria. Si es política creo una pieza más política. Si es abstracta, abierta o técnica, creo una pieza basada en el tema. Generalmente, envío dibujos y pinturas originales en formato de tarjetas postales. (Comunicativa, Honoria Starbuck, EUA)*

Por otro lado, se ha observado que en relación a la motivación de los participantes respecto al Grupo-2 (cuestionarios), la categoría *Expresión utópica* es mucho más significativa en Latinoamérica que en el resto de regiones. En el mismo sentido, respecto a los temas más recurrentes y relacionados con algún tipo de compromiso ético e ideológico, también se ha podido observar que en Latinoamérica se destacan las temáticas *Ideológica*, *Solidaria* y *Crítica* en relación a las demás regiones. Estos datos pueden indicar que en el contexto latinoamericano se presenta una postura más idealizada y comprometida en la práctica del arte correo.

Por todo lo mencionado, se concluye que no se puede demostrar efectivamente que el arte correo latinoamericano está realmente caracterizado como un arte comprometido con la protesta y la denuncia, sin embargo, fue posible constatar que de hecho existe en Latinoamérica una mayor preocupación con las cuestiones de orden político y social.

Bibliografía

Ades, Dawn (1991). Dadá e Surrealismo. En Stangos, Nikos (Ed.). *Conceitos da arte moderna* (pp. 81-89). Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

Aguirre Rojas, Carlos Antonio (2000). La biografía como género historiográfico: Algunas reflexiones sobre sus posibilidades actuales. En Schmidt, Benito Bisso (org.). *O Biográfico: perspectivas interdisciplinares*. Santa Cruz do Sul: EDUNISC.

Albright, Thomas (1972a, 13 de abril). New Art School: Correspondence. *Rolling Stone*, 106, 32.

Albright, Thomas (1972b, 27 de abril). Correspondence. *Rolling Stone*, 107, 28-29.

Aliaga, Juan Vicente & Cortés, José Miguel (1990). *Arte Conceptual revisado*. Valencia: SPUPV.

Alloway, Lawrence (1977). Ray Johnson. *Art Journal*, New York, 3(36), 235-236. Recuperado en enero de 2007 de <http://www.artpool.hu/Ray/Publications/Alloway.html>

Almeida, Bernardo Pinto de (2007). *Força de imagen*. Porto: Campo das Letras, p.14-25.

Amaral, Araci (1980). Bienal: primeiras impressões. En Amaral, Araci (1983). *Arte e meio artístico: entre a feijoada e o x-burguer*. São Paulo: Nobel.

Amaral, Aracy (1985). Aspectos do não-objetualismo no Brasil. En Peccinini, Daisy (Ed.). *Arte novos meios/multimeios – Brasil 70/80* (pp. 101-106). Catálogo de exposición. São Paulo: FAAP.

Arenazas, Jorge Solís (2001). Circuitos Abiertos: el arte correo en la VII Bienal de Poesía de Mexico. *Escáner Cultural*, 36. Recuperado en febrero de 2007 de <http://www.escaner.cl/escaner36/poesis.html>

Argan, Giulio Carlo (1998). *Arte Moderna*. São Paulo: Companhia das Letras.



Argañaraz, Nicteroi (1997). Mail art. En Padín, Clemente. *Mail art in Latin America – Part 2*. Recuperado en diciembre de 2001 de <http://www.concentric.net/~lndb/padin/lcpma2.htm>

Baroni, Vittore (1994). Enter Networkd: en principio era el mail art. *Neural*, 3. Recuperado en febrero de 2007 de <http://www.merzmail.net/vit.htm>.

Baroni, Vittore (1995a). The hidden link: a network fable. En Welch, Chuck (Ed.) *Eternal Network: A Mail Art Anthology* (pp. 157-163). Calgary: University of Calgary Press.

Baroni, Vittore (1995b). Ray Johnson Remembered. *Arte Postale!*, 69. Recuperado en diciembre de 2002 de <http://www.sapienza.it>

Baroni, Vittore (1997). *Arte Postale: guida al Network della corrispondenza creativa*. Bertolo: AAA Edizioni.

Baroni, Vittore (2005a). *Postcards: Cartoline d'artista*. Roma: Coniglio Editore.

Baroni, Vittore (2005b). Dodo, no Dada: reflexiones de verano sobre un buzón brillante. En Delgado, Fernando G. & Romero, Juan C. (Eds.). *El arte correo en Argentina* (pp. 154-156). Buenos Aires: Arte Correo Vórtice.

Beaumelle, Ágnes de (1995). Cadraives exquis: jeux enjoués, enjeux joués. En AA.VV. *Dessins Suerréalistes: visions et techniques*. Catálogo de exposición. Paris: Centre Georges Pompidou.

Beke, Laszlo (1999). Conceptual Tendencies in Eastern European Art. En Camnitzer, Luis; Farver, Jane & Weiss, Rachel (Eds.). *Global Conceptualism: Points of Origin, 1950-1980* (pp. 41-51). Catálogo de exposición. New York: Queens Museum of Art.

Benjamin, Walter (1994). *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*. São Paulo: Brasiliense.

Bernard, Heliane (2005, septiembre). Au coeur de la communication. *9 de CŒUR*, 5, 10-17, (Correspondance et Art postal), Paris, éditions du Seuil.

Bleus, Guy (1984). *Commonpress 56*. Catálogo de exposición. Tienen, Bélgica: Museum Het Toreke.

Bleus, Guy (2005). Mail-artcards for Netland (pp.93-105). En Baroni, Vittore (Ed.). *Postcards: Cartoline d'artista*. Roma: Coniglio Editore.

Bleus, Guy (s.f.). Informe administrativo sobre arte postal. En Sousa, Pere (Ed.) (2010). *Mail art: la red eterna* (pp. 88-90). Sestao: La única puerta a la izquierda – L.U.P.I. / Barcelona: Merz Mail.

Bloch, Mark (1995). *A Illustrated Introduction to Ray Johnson (1927-1995)*. Recuperado en mayo de 2011 de <http://www.panmodern.com/Ray.html>

Block, René & Berger, Tobias (2002). O que é Fluxus? En Hendricks, Jon (Ed.) (2002). *O que é Fluxus? O que não é! O porquê* (pp. 38-73). Catálogo de exposición. Brasília/Rio de Janeiro: Centro Cultural Banco do Brasil; Detroit: The Gilbert and Lila Silverman Fluxus Collection Foundation.

Blom, Ina (2003). *The name of the game: Ray Johnson's postal performance*. Oslo/Kassel/Sittard: The National Museum of Contemporary Art – Norway.

Blom, Ina (2007, mayo). How to (Not) Answer A Letter: Ray Johnson's Postal Performance, in *PAJ - Journal of Performance and Art*, 29 (2), 1-19. DOI:10.1162/pajj.2007.29.2.1

Bourdon, David (1995, octubre). Cosmic Ray: a open letter to founder of the New York Correspondance School. *Art in America*, 1995. Recuperado en enero de 2007 de <http://www.artpool.hu/Ray/Publications/Bourdon.html>

Bradley, Fiona (1999). *Surrealismo*. São Paulo: Cosac & Naify.

Breton, André (1948). *Le cadavre exquis son exaltation*. Catálogo de exposição – Galeria Nina Dausset. Paris: La Dragone.

Broi, Gianne (2000). *Mi trayectoria en el arte correo*. Recuperado en noviembre de 2001 de <http://www.vorticeargentina.com.ar>



Bruscky, Paulo (1976). Arte correio e a grande rede: hoje a arte é esse comunicado. En Ferreira, Glória & Cotrim, Cecília (Eds.) (2006). *Escritos de Artistas anos 60/70* (pp. 374-379). São Paulo: Jorge Zahar.

Bruscky, Paulo (1985a). Arte Correio. En Peccinini, Daisy (Ed.). *ARTE novos meios/multimeios – Brasil 70/80* (pp. 77-79). Catálogo de exposição. São Paulo: FAAP.

Bruscky, Paulo (1985b). Xerografia artística: arte sem original (da invenção da máquina ao processo xero/gráfico) (pp. 131-135). En Peccinini, Daisy (Ed.). *ARTE novos meios/multimeios – Brasil 70/80* (pp. 77-79). Catálogo de exposição. São Paulo: FAAP.

Bürger, Peter (2009). *Teoría de la vanguardia*. Buenos Aires: Las cuarenta.

Camnitzer, Luis (1997, noviembre). Una genealogía del arte conceptual latino-americano. *Continente Sul Sur*, 6, 179-230.

Camnitzer, Luis (2009). *Didáctica de la liberación: arte conceptualista latinoamericano*. Murcia: Cendeac.

Camnitzer, Luis; Farver, Jane & Weiss, Rachel (Eds.) (1999). *Global Conceptualism: Points of Origin, 1950-1980* (pp. 41-51). Catálogo de exposición. New York: Queens Museum of Art.

Carrion, Ulises (1984). Mail Art and the Big Monter. En Crane, Michael & Stofflet, Mary (Eds.). *Correspondence Art: Source Book for the Network of International Postal Art Activity* (pp. xv-xviii). San Francisco: Contemporary Art Press.

Cauquelin, Anne (2005). *Arte contemporânea: uma introdução*. São Paulo: Martins Fuentes.

Certau, Michel de (2000). *La invención de lo cotidiano – Artes de hacer*. México, D.F.: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, 2000.

Charle, Christophe (2006). A prosopografia ou biografia coletiva : balanço e perspectivas. En Heinz, Flávio. M. (org.). *Por outra história das elites*. Rio de Janeiro: Editora FGV, pp. 41-54.

- Chipp, Herschel B. (1996). *Teorias da arte moderna*. São Paulo: Martins Fontes.
- Cirlot, Lourdes (1994, marzo). Consideraciones en torno al Mail-art. *P.O.Box*, 1, pp. 3-6.
- Cohen, Ryosuke (1985). *Brain Cell*. Recuperado en marzo de 2010 de <http://www.ryosukecohen.com/>
- Cole, David (1995). The open letter aesthetic. En Welch, Chuck. *Eternal Network: A Mail Art Anthology* (pp. 64-76). Calgary: University of Calgary Press.
- Collinet, Simone (1948). Les cadavres exquis. En Breton, André (1975). *Le cadavre exquis son exaltation*. Catálogo de exposición. Milão: Galeria Schwartz.
- Corredor-Matheos, José & Miracle, Daniel Giralt (1979). *A pintura no século XX*. Rio de Janeiro: Salvat.
- Crane, Michael (1984a). The origins of Correspondence Art. En Crane, Michael & Stofflet, Mary (Eds.). *Correspondence Art: Source Book for the Network of International Postal Art Activity* (pp. 83-116). San Francisco: Contemporary Art Press.
- Crane, Michael (1984b). A definition of Correspondence Art. En Crane, Michael & Stofflet, Mary (Eds.). *Correspondence Art: Source Book for the Network of International Postal Art Activity* (pp. 3-38). San Francisco: Contemporary Art Press.
- Crane, Michael (1984c). The spread of Correspondence Art. En Crane, Michael & Stofflet, Mary (Eds.). *Correspondence Art: Source Book for the Network of International Postal Art Activity* (pp. 133-198). San Francisco: Contemporary Art Press, 1984.
- Crane, Michael & Stofflet, Mary (Eds.)(1984). *Correspondence Art: Source Book for the Network of International Postal Art Activity*. San Francisco: Contemporary Art Press.
- Danto, Arthur C. (2002). O mundo como armazém: Fluxus e filosofia. En Hendricks, Jon (Ed.) (2002). *O que é Fluxus? O que não é! O porquê* (pp. 23-32). Catálogo de exposición. Brasília/Rio de Janeiro: Centro Cultural Banco do Brasil; Detroit: The Gilbert and Lila Silverman Fluxus Collection Foundation.



Danto, Arthur C. (2006). *Após o fim da arte: a arte contemporânea e os limites da história*. São Paulo: Odisseus.

De Salvo, Donna (Ed.)(1999). *Ray Johnson: correspondences*. Catálogo de exposición. Ohio: Flammarion and Wexner Center for the Arts.

Deleuze, Gilles & Guattari, Félix (1997). *Mil mesetas: capitalismo y esquizofrenia*. Valencia: Pré-textos.

Delgado, Fernando G. & Romero, Juan C. (Eds.)(2005). *El arte correo en Argentina*. Buenos Aires: Arte Correo Vórtice.

Dempsey, Amy (2003). *Estilos, escuelas e movimientos*. São Paulo: Cosac & Naify.

Donoso, Pedro (2009, otoño). Un tal Roberto Filliou, empresario de cedillas. *Revista Laboratorio*, 0. Recuperado en noviembre de 2009 de <http://www.revistalaboratorio.cl/2009/04/un-tal-robert-filliou-empresario-de-cedillas/>

Ferrari, Marcela (enero-junio de 2010). Prosopografía y historia política: algunas aproximaciones. *Antíteses*, 3, 5, 529-550. Recuperado en enero de 2011 de: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/antiteses>

Fischer, Hervé (1974). *Art et Communication Marginale: Tampons D'Artistes*. París: Balland.

Flynt, Henry (1961). Concept Art. En Stiles, Kristine & Selz, Peter (Eds.) (1996). *Theories and Documents of Contemporary Art: A Sourcebook of Artists' Writings* (pp. 820-22). Berkeley: University of California Press. [publicado originalmente en Yong, La Monte & MacLow, Jackson (Eds.) (1963). *An Anthology*. New York: Young and MacLow.]

Foster, Hal (2001a). Recodificaciones: hacia una noción de lo político en el arte contemporáneo. En Blanco, Paloma; Carrillo, Jesús; Claramonte, Jordi; Expósito, Marcelo (Eds.). *Modos de hacer: arte crítico, esfera pública y acción directa* (pp. 95-124). Salamanca: Universidad de Salamanca.

Foster, Hal (2001b). *El retorno del real: la vanguardia a finales de siglo*. Madrid: Akal.

- François, Charles (1995). Networking, Technology, identity. En Welch, Chuck (Ed.). *Eternal Network: A Mail Art Anthology* (pp. 117-123). Calgary: University of Calgary Press.
- Freire, Cristina (1999). *Poéticas do Processo: Arte Conceitual no Museu*. São Paulo: Iluminuras.
- Freire, Cristina (2005). O presente-ausente da Arte nos Anos 70 (pp. 147-156). En AA.VV. *Anos 70: trajetórias*. São Paulo: Iluminuras /Itaú Cultural.
- Freire, Cristina (2006a). *Paulo Bruscky: arte, arquivo e utopia*. Recife: CEPE.
- Freire, Cristina (2006b). *Arte Conceitual*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Friedman, Ken (1995a). The Eternal Network (Foreword). En Welch, Chuck (Ed.). *Eternal Network: A Mail Art Anthology* (pp. xv-xvii). Calgary: University of Calgary Press.
- Friedman, Ken (1995b). The early days of mail art. En Welch, Chuck (Ed.). *Eternal Network: A Mail Art Anthology* (pp. 3-16). Calgary: University of Calgary Press.
- Friedman, Ken. (1973, agosto). Flowing in Omaha. En Milman, Estera (1999). *Alternative Traditions in the Contemporary Arts: subjugated knowledges and the balance of power*. Iowa: University of Iowa Museum of Art. Recuperado en noviembre de 2009 de http://sdr.lib.uiowa.edu/atca/subjugated/five_14.htm (originalmente en *Art and Artists*)
- Gache, Belén (2005). Arte correo: el correo como medio táctico. En Delgado, Fernando G. & Romero, Juan C. (Eds.). *El arte correo en Argentina* (pp. 15-47). Buenos Aires: Arte Correo Vórtice.
- Galloway, Alexander R. (2010). Networks. In: Mitchell, William J. T. & Hansen, Mark B. N. (Eds.). *Critical terms for media studies* (pp. 280-296). Chicago, University of Chicago.
- Gaskell, George. Entrevistas Individuais e Grupais (2002). In: Bauer, Martin W.; Gaskell, George. (Ed.). *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. Petrópolis: Vozes, p. 64-89.



Gilbert, Zanna (2009, otoño-invierno). Ideological Conceptualism and Latin America: Politics, Neoprimitivism and Consumption. *Re-bus*, 4, 1-15. Recuperado en julio de 2010 de <http://www.essex.ac.uk/arthistory/rebus/issue4.htm>

Gombrich, Ernest Hans Josef (1993). *A história da arte*. Rio de Janeiro: LTC.

Gracia, Silvio de (2002). ¿Por qué definir el arte correo? – Carta enviada a Vortice Argentina. Recuperado en diciembre de 2002 de http://www.vorticeargentina.com.ar/escritos/arte_correo.html

Groh, Klaus (1984). Mail art and the New Dada. En Crane, Michael & Stofflet, Mary (ed.). *Correspondence Art: Source Book for the Network of International Postal Art Activity* (p. 75). San Francisco: Contemporary Art Press, 1984.

Gutiérrez Marx, Graciela (2010). *Artec correo: artistas invisibles en la red postal 1975-1995*. Buenos Aires: Luna Verde, 2010.

Held Jr., John (1991a). *Mail Art: An annotated bibliography*. Metuchen, NJ & London: Scarecrow Press.

Held Jr., John (1991b). Three Essays on Mail Art (pp. xv-xlvi). En Held Jr., John. *Mail Art: An annotated bibliography*. Metuchen, NJ & London: Scarecrow Press.

Held Jr., John (1995a). Networking: The origin of terminology. En Welch, Chuck (Ed.). *Eternal Network: A Mail Art Anthology* (pp. 17-23). Calgary: University of Calgary Press.

Held Jr., John (1995b, diciembre). *The Formidable Blue Stamp of Yves Klein*. Recuperado en enero de 2010 de <http://www.mailartist.com/johnheldjr/YvesKlein.html>

Held Jr., John (1998). Do Dadá ao DIY: Breve historia de la cultura alternativa. En Sousa, Pere (Ed.) (2010). *Mail art: la red eterna* (pp. 11-20). Sestao: La única puerta a la izquierda – L.U.P.I. / Barcelona: Merz Mail.

Held Jr., John (s.f.). *The sugar-coated bullets of Pawel Patasz*. Recuperado en noviembre de 2009 de <http://www.mailartist.com/johnheldjr/PawelPatasz.html>

- Hendricks, Jon (Ed.) (2002). *O que é Fluxus? O que não é! O porquê*. Catálogo de exposición. Brasília/Rio de Janeiro: Centro Cultural Banco do Brasil; Detroit: The Gilbert and Lila Silverman Fluxus Collection Foundation.
- Herkenhoff, Paulo (1999). Um Gueto Labiríntico: A obra de Cildo Meireles. En Cameron, Dan & Herkenhoff, Paulo (Eds.). *Cildo Meireles*. São Paulo: Cosac & Naify.
- Heuer, Elizabeth B (2008). *Going Postal: Surrealism and the discourse of mail art*. Tesis doctoral. Florida State University, College of Visual Art, Theatre and Dance.
- Higgins, Dick (1967, julio). Declarações sobre a Intermedia. En Ferreira, Glória & Cotrim, Cecília (2006). *Escritos de Artistas anos 60/70* (pp. 139-141). São Paulo: Jorge Zahar, 2006. [texto publicado originalmente en DE-COLL/AGE, 6, Walker Art Center]
- Home, Stewart (1995). About Art Strike. En Welch, Chuck (Ed.). *Eternal Network: A Mail Art Anthology* (pp.137- 141). Calgary: University of Calgary Press.
- Home, Stewart (2002). *Asalto a cultura: movimientos utópicos desde el Letrismo a la Class War*. Barcelona: Virus Editorial.
- Huyssen, Andreas (2006). *Después de la gran división: modernismo, cultura de masas, posmodernismo*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo.
- Ibirico (1995). Historia del correo. *AMAE*, 1-2-3. Recuperado en enero de 2007 de <http://www.vorticeargentina.com.ar/escritos/ibirico.html>
- Jansen, Leo (2006). *Van Gogh and his letters*. Amsterdam: Van Gogh Museum.
- Janssen, Ruud (2008a). *Mail-interviews* (5 volúmenes). Breda: TAM-publications.
- Janssen, Ruud (2008b). Entrevista a Tim Mancusi. En Janssen, Ruud. *Mail-Interviews*. Vol. 2. Breda, Netherlands: TAM-publications / Lulu.
- Janssen, Rudd (2008c). *25 years in mail-art*. Breda: Lulu.



Kiss-Pál, Klára (1997). Luther Blissett, a legend of global ignorance. *Artpool Art Research Center*, Budapest. Recuperado en enero de 2007 de: <http://www.artpool.hu/Ray/Publications/Legend.html>.

Kosuth, Joseph (1969). A arte depois da filosofia. En Ferreira, Glória & Cotrim, Cecília (Eds.) (2006). *Escritos de Artistas anos 60/70* (pp.210-234). São Paulo: Jorge Zahar. [Ensayo en tres partes, publicado por primera vez en *Studio International* 178: 915 (out.1969); 916 (nov.1969) y 917 (dez.1969)]

Le Witt, Sol (1967). Parágrafos de Arte Conceitual. En Ferreira, Glória & Cotrim, Cecília (Eds.) (2006). *Escritos de Artistas anos 60/70* (pp. 176-181). São Paulo: Jorge Zahar. [texto publicado originalmente en *Artforum*, Jun. 1967]

Lima, Telma Cristiane Sasso de & Mioto, Regina Célia Tamaso (2007). Procedimentos metodológicos na construção do conhecimento científico: a pesquisa bibliográfica. *Katálisis*, 10 (especial), 37-45.

Lippard, Lucy (1973). *A arte pop*. Rio de Janeiro: Verbo, 1973.

Lippard, Lucy (2004). *Seis años: La desmaterialización del objeto artístico de 1966 a 1972*. Madrid: Akal.

Lista, Giovanni (1979). *L'art postale futuriste*. Milan: Editions Jean-Michel Place.

Lista, Giovanni (2001). *Futurism*. Paris: Terrail.

Lucie-Smith, Edward (1991). Arte Pop. En Stangos, Nikos (Ed.). *Conceitos da arte moderna* (pp.160-169). Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

Lucie-Smith, Edward (1995). *Movimientos artísticos desde 1945*. Barcelona: Ediciones Destino.

Lumb, Michael (1997). *Mailart 1955 to 1995: Democratic Art as Social Sculpture*. Tesina de master. School of World Art Studies and Museology, University of East Anglia, Norwich, Inglaterra.

Maciunas, George (1963). Fluxus Manifesto. En Hendricks, Jon (Ed.) (2002). *O que é Fluxus? O que não é! O porquê* (p. 94). Catálogo de exposición. Brasília/Rio de Janeiro: Centro Cultural Banco do Brasil; Detroit: The Gilbert and Lila Silverman Fluxus Collection Foundation. [distribuido inicialmente em 2 y 3 de febrero durante el *Festum Fluxorum*, Düsseldorf]

Marchán Fiz, Simon (1994). *Del arte objetual al arte de concepto - 1960-1974* (6ª ed.). Madrid: Akal.

Martin, Henry (1982). Should na eyelash last forever? An Interview with Ray Johnson. En: De Salvo, Donna (Ed.) (1999). *Ray Johnson: correspondences* (pp. 183-199). Catálogo de exposición. Ohio: Flammarion and Wexner Center for the Arts.

Marzona, Daniel (2005). *Arte Conceptual*. Köln: Taschen.

Matthews, John Hebert (1986). *Languages of Surrealism*. Missouri: University of Missouri.

McCarthy, David (2002). *Arte pop*. São Paulo: Cosac & Naify.

Mercader, Antoni. (2007, 2º semestre). Vivid Radical Memory. *Papers d'art*, 93, 137.

Mercader, Antoni (2012, febrero). Sobre el uso de la base de datos y banco de imágenes en la historia del arte contemporáneo, un caso de estudio. *ASRI - Arte y Sociedad*, 1, s.p. Recuperado en febrero de 2012 de <http://asri.eumed.net/index.html>

Millán, Fernando (2004, abril). Pensamiento Visual, comunicación de masas y experimentación - una poesía global. *Escáner Cultural*, 60. Recuperado en noviembre de 2009 de <http://www.escaner.cl/escaner60/millan.html>

Nunes, Andrea Paiva (2004). *Todo lugar é possível: a rede de arte postal nos anos 70 e 80*. Tesina de master. Instituto de Artes, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, Brasil.

Oiticica, Hélio (1967). Esquema geral da Nova Objetividade. En Ferreira, Glória & Cotrim, Cecília (Eds.) (2006). *Escritos de Artistas anos 60/70* (pp. 154-168). São Paulo:



Jorge Zahar. [originalmente publicado en el catálogo de la muestra “Nova Objetividade Brasileira” (1967), Rio de Janeiro, MAM]

Osborne, Peter (2006). *Arte conceptual*. Londres: Phaidon.

Padín, Clemente (1995). *El Network: la red internacional de poetas*. Recuperado en diciembre de 2006 de <http://www.merzmail.net/network.htm>.

Padín, Clemente (2007, diciembre). Algunas historias personales en relación al arte correo, a la poesía experimental y a la performance. *Escáner Cultural*, 100. Recuperado en enero de 2009 de <http://revista.escaner.cl/node/526>.

Padín, Clemente (2008, octubre). La relación entre el arte correo y la poesía visual. *Escáner Cultural*, 109. Recuperado en octubre de 2009 de <http://www.escaner.cl/escaner109/>

Payero Barbero, Antonia (1993). *Arte Correo (Mail-Art), 1975-1985: El Atelier Bonanova como referencia*. Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España.

Perkins, Stephen (1999). Utopian Networks and Correspondence Identities. En Milman, Estera. *Alternative Traditions in the Contemporary Arts: subjugated knowledges and the balance of power*. Iowa: University of Iowa Museum of Art. Recuperado en noviembre de 2009 de http://sdr.lib.uiowa.edu/atca/subjugated/two_5.htm

Petasz, Pawel (1995). Mailed art in Poland. En Welch, Chuck. *Eternal Network: A Mail Art Anthology* (pp. 89-93). Calgary: University of Calgary Press.

Phillpot, Clive (1995). The Mailed Art of Ray Johnson. En Welch, Chuck (Ed.). *Eternal Network: A Mail Art Anthology* (pp. 25-32). Calgary: University of Calgary Press.

Pianowski, Fabiane (2003). *Arte postal arte*. Tesina de licenciatura. Departamento de Letras e Artes, Universidad Federal de Rio Grande, Rio Grande, Brasil.

Pianowski, Fabiane & Sousa, Pere (2009, noviembre). Completar y devolver, por favor: el arte postal sigue estando fuera de la historia. *Arte y Critica* recuperado en noviembre de 2009 de http://www.arteycritica.org/index.php?option=com_content&task=view&id=411&Itemid=1 / *SalonKritic* recuperado en noviembre de 2009 de http://salonkritik.net/09-10/2009/11/completar_y_devolver_fabiane_p_1.php

Piraí, João (1996). Breve introdução à arte postal. En AA.VV. *Acervo da Pinacoteca Municipal*. Catálogo de exposición. São Paulo: Centro Cultural.

Plaza, Julio (1981). Mail-art: arte em sincronia. En Bocchini, Maria Otilia & Plaza, Julio (Eds.). *XVI Bienal de São Paulo – Arte Postal* (p. 8-10). Catálogo de exposición. São Paulo: Bienal de São Paulo.

Plunkett, Edward M (1977). The New York Correspondence School. *Art Journal*, 3 (36), New York, pp.233-235. Recuperado en enero de 2007 de <http://www.artpool.hu/Ray/Publications/Plunkett.html>

Poinsot, Jean-Marc (1971). *Mail Art Communication: A Distance Concept*. Paris: Editions CEDIC.

Porter, Liliana (2005). Experiencias postales. En Delgado, Fernando G. & Romero, Juan C. (Eds.). *El arte correo en Argentina* (pp. 51-54). Buenos Aires: Arte Correo Vórtice.

Ramírez, Mari Carmen (1993). Blue Print Circuits: Conceptual Art and Politics in Latin America. En Ramussen, Aldo (Ed.). *American artists of the twentieth century* (pp. 156-169). Catálogo de exposición. New York: MOMA.

Röder, Kornelia (2008). *Topologie und Funktionsweise des Netzwerkes der Mail Art - Seine spezifische Bedeutung für Osteuropa von 1960 bis 1989*. Tesis doctoral. Bremen: Salon Verlag.

Ruhé, Harry (2002). Fluxus e não-Fluxus – múltiplos e edições. En Hendricks, Jon (Ed.) (2002). *O que é Fluxus? O que não é! O porquê* (pp. 66-71). Catálogo de exposición. Brasília/Rio de Janeiro: Centro Cultural Banco do Brasil; Detroit: The Gilbert and Lila Silverman Fluxus Collection Foundation.



Salvador, Ângelo Domingos (1986). *Métodos e técnicas de pesquisa bibliográfica*. Porto Alegre: Sulina.

Saper, Craig (2001). *Networked art*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Sava, Sharla (1999). Ray Johnson New York Correspondence School: the fine art of communication. En: De Salvo, Donna (Ed.). *Ray Johnson: correspondences* (pp. 121-131). Catálogo de exposición. Ohio: Flammarion and Wexner Center for the Arts.

Scudiero, Maurizio (1986). *Futurismi postali. Balla, Depero e la comunicazione postale futurista*. Milan: Longo Edition.

Siegmann, Renaud (2002). *Mail Art – Art Postal – Art Posté*. Paris: Éditions alternatives.

Sousa, Pere (1995, septiembre). Introducción a la tarjeta postal. *P.O.Box*, 12. Recuperado en febrero de 2007 de <http://boek861.com/hemeroteca/HCorreo.htm>

Sousa, Pere (alias Merz Mail) (1994). *Mail art show homage to Kurt Schwitters*. En Catálogo Exposición de Mail Art, Barcelona. Recuperado en febrero de 2007 de <http://www.merzmail.net/hommage.htm>

Sousa, Pere (Ed.) (2010). *Mail art: la red eterna*. Sestao: La única puerta a la izquierda – L.U.P.I. / Barcelona: Merz Mail.

Starbuck, Honoria Madelyn (1993, enero). Introducing mail art: a Karen Elliot interview with Crackerjack Kid and Honoria. *Postmodern Culture*, 3 (2). DOI: 10.1353/pmc.1993.0005

Starbuck, Madelyn Kim (2003). *Clashing and Converging: Effects of the Internet on the CorrespondenceArtNetwork*. Tesis doctoral. University of Texas, Austin, EUA. Recuperado en enero de 2011 de http://www.lulu.com/items/volume_68/8151000/8151869/3/print/8151869.pdf

Stimson, Blake & Sholette, Gregory (Eds.) (2007). *Collectivism after Modernism*. Minneapolis: University of Minnesota.

Stone, Laurence (1971). Prosopography. *Daedalus*, 100 (1), 46-79.

Sztuka Fabryka (s.f.). *Mail-art Encyclopaedia*. Recuperado en diciembre de 2009 de <http://www.sztuka-fabryka.be/encyclopaedia.htm>

Taylor, Steven y Bogdan, Robert (1986). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Buenos Aires: Paidós

Tisma, Andrej (1986). *Aspects of Mail-Art*. Privatni catalog. Recuperado en diciembre de 2009 de <http://www.atisma.com/aspects.htm>.

Tomii, Reiko (2007). Alter the “Descendent to the everyday”. En Stimson, Blake & Sholette, Gregory (Eds.). *Collectivism after Modernism* (pp.17-43). Minneapolis: University of Minnesota.

Trivinho, Eugênio Rondini (1998). *Redes: oblitações no fim-de-século*. São Paulo: Annablume/FAPESP.

Tzara, Tristan (1948). Recette du «cadavre exquis» écrit. En Breton, André (1975). *Le cadavre exquis son exaltation*. Catálogo de exposição. Milão: Galeria Schwartz.

Verboven, Koenraad; Carlier, Myriam & Dumolyn, Jan (2007). A short manual to the art of prosopography. En Katharine.S.B. Keats-Rohan (Ed.). *Prosopography Approaches and Applications: a handbook. Prosopographica et Genealogica*, 13. Oxford: University of Oxford.

Weiss, Rachel. (2007, 2º semestre). Rescribir el arte conceptual. *Papers d'art*, 93, 151-155.

Weitemeier, Ana. *Klein*. Köln: Taschen, 2004.

Welch, Chuck (Ed.)(1995a). *Eternal Network: A Mail Art Anthology*. Calgary: University of Calgary Press.

Welch, Chuck (1995b). Corresponding worlds: debate and dialogue. En Welch, Chuck (Ed.). *Eternal Network: A Mail Art Anthology* (pp. 187-197). Calgary: University of Calgary Press.



Welch, Chuck (1995c). The Mail Art-Internet Link: proposing a 1995 networker telenetlink. En Welch, Chuck (Ed.). *Eternal Network: A Mail Art Anthology* (pp. 125-128). Calgary: University of Calgary Press.

Wood, Paul (2002). *Arte Conceitual*. São Paulo: Cosac & Naify.

Zack, David (1973, enero-febrero). An Authentik and Historical Discourse on the Phenomenon of MailArt. *Art in America*, 66 (1), 46-53.

Zanini, Walter (1981). A arte postal na XVI Bienal. En Bocchini, Maria Otilia & Plaza, Julio (Eds.). *XVI Bienal de São Paulo – Arte Postal* (p. 7). Catálogo de exposición. São Paulo: Bienal de São Paulo.

Zanini, Walter (1985). A arte postal na busca de uma nova comunicação internacional. En Peccinini, Daisy (Ed.). *ARTE novos meios/multimeios – Brasil 70/80* (pp. 81-82). Catálogo de exposição. São Paulo: FAAP.

