

CULTURA SIMBÓLICA II. ESTUDIOS

Sonia Ríos Moyano
Reyes Escalera Pérez
(coords.)



Cultura simbólica II

Estudios

Varios Autores

Lucía Mireya Jiménez Benítez / Leticia Crespillo Marí
Irene Lara Cuevas / Carmen Manuela Rocamora Jiménez
Macarena López López / Sandra Medina Bueno
Cristina García Pérez

Coordinado por Sonia Ríos Moyano
y Reyes Escalera Pérez

2017

COORDINADORAS

Dra. Sonia Ríos Moyano — Universidad de Málaga

Dra. Reyes Escalera Pérez — Universidad Málaga

CONSEJO CIENTÍFICO:

Dr. Eugenio Carmona Mato — Universidad de Málaga (España)

Dr. José Miguel Morales Folguera — Universidad de Málaga (España)

Dr. Rafael Sánchez-Lafuente Gémar — Universidad de Málaga (España)

D^a Bárbara Skinfill Nogal — El Colegio de Michoacán (México)

Dr. Javier Ordoñez Vergara — Universidad de Málaga (España)

Dr. José Luis Crespo Fajardo — Universidad de Cuenca (Ecuador)

Edita:

Grupo de investigación Eumed.net (SEJ 309), Universidad de Málaga (España)

Colección:

Biblioteca de Ciencias y Artes



Este trabajo ha sido financiado por Vicerrectorado de Ordenación Académica y Profesorado y Andalucía Tech. Se inscribe dentro del proyecto de innovación educativa con código PIE15-060 titulado "Adecuación de contenidos y actividades formativas para el emprendimiento en artes y humanidades. Adquisición de competencias profesionales y su evaluación".

Colabora:



PROYECTOS DE
INNOVACIÓN EDUCATIVA

Convocatoria 2015-2017



Marzo de 2017

ISBN-17: 978-84-16874-62-0

Nº de registro

Índice

Agradecimientos	11
Prólogo	13
Sonia Ríos Moyano	
Reyes Escalera Pérez	
Presentación	17
Rafael Sánchez-Lafuente Gémar	
1. Estudio iconográfico de los vidrios dorados de la Antigua Roma	23
<i>Lucía Mireya Jiménez Benítez</i>	
1. El vidrio a través de las fuentes	23
2. Utilidad de las piezas. La técnica, los soportes y los centros de producción	25
2.1. Utilidad de las piezas	25
2.2. Técnica y soportes	27
2.3. Procedencia y centros de producción	28
3. Tipos iconográficos. Análisis de piezas y sus paralelismos	29
3.1. Tipos iconográficos cristianos	30
3.2. Símbolos hebraicos	33
3.3. Tipos iconográficos paganos	34
3.4. Retratos	36
3.4.1. Matrimonios	36
3.4.2. Grupos familiares	37
3.4.3. Retratos masculinos	39
3.4.4. Retratos femeninos.....	39
4. Conclusiones.....	40

Notas.....	41
Referencias bibliográficas	41
2. <i>Itinerarium mentis ad Deum</i>. La luz en los edificios medievales cristianos e islámicos: un análisis comparativo	
<i>Leticia Crespillo Marí</i>	
1. Introducción.....	44
1.2. El concepto teológico del arte.	
La luz como poder de culto	47
2. Correspondencias en torno a la configuración del espacio a partir del uso de la luz en las arquitecturas cristianas e islámicas	48
2.1 La luz como imagen simbólica	48
2.2. El sistema de iluminación y la decoración: juegos de luz y color en la construcción del espacio ...	51
3. La configuración simbólica del espacio y el concepto de “tiempo arquitectónico”:	
La Jerusalén Celeste y el Paraíso Islámico	56
4. Conclusiones.....	59
Notas.....	61
Referencias bibliográficas	62
3. “Joyas pintadas”. La platería de oro en los retratos de Antonio Moro, Alonso Sánchez Coello y Juan Pantoja de la Cruz	
<i>Irene Lara Cuevas</i>	
1. La joyería pintada como testimonio histórico, iconográfico y tipológico.....	64
2. Alhajas y tipologías joyeras durante el reinado de Felipe II y Felipe III.....	65
2.1. Joyas femeninas.	67
2.2. Joyas masculinas.....	73

2.3. Joyas y amuletos infantiles.	76
3. Joyas con nombre propio. La Peregrina, El Estanque y el “Joyel Rico” de los Austrias.	79
Notas.	83
Referencias bibliográficas.	84
Fuentes de Internet.	85
 4. Más allá de lo efímero. Cinco catafalcos conservados en España y México.	87
<i>Carmen Manuela Rocamora Jiménez</i>	
1. Arquitectura para la muerte. Los túmulos.	88
2. Jeroglíficos.	88
3. Catafalcos conservados.	89
4. Las postrimerías o los cuatro novísimos.	90
5. Túmulo del Santuario de Nuestra Señora de la Carballeda. Rionegro del Puente (Zamora).	93
6. Túmulo conservado en la ermita de la Virgen de las Encinas de Abraveses de Tera (Zamora).	95
7. Catafalco de la Hermandad de Ánimas Benditas. Parroquia de Santa M ^a Magdalena. La Torre de Esteban Hambrán (Toledo).	96
8. Túmulo del Carmen de Toluca. México.	99
9. Pira funeraria de la iglesia de Santa Prisca en Taxco (México).	101
Notas.	104
Referencias bibliográficas.	105
 5. Estereotipos del Personaje Homosexual en el Cine de Estados Unidos.	107
<i>Macarena López López</i>	
1. El cine no Sonoro. De Edison a 1927.	108
2. Los años 30 y 40. Ficción y Realidad.	109
3. Los años 40 y 50 con Hitchcock.	116

4. El camino hacia la aceptación.	
De los 50 al siglo XXI.	118
Referencias bibliográficas.	121
6. Pervivencias y trasposiciones de la estética surrealista en el diseño y otras manifestaciones artísticas.	
<i>Sandra Medina Bueno</i>	
1. Introducción.....	123
1.1. Contexto histórico del surrealismo.	124
1.2. Características e iconografía.	124
1.3. Relación con el readymade.	125
1.4. Filosofía del objeto surrealista.	126
2. Diferencia entre escultura y objeto de diseño.	127
3. Diseño surrealista.	128
3.1. Evolución del diseño tras el movimiento surrealista.	128
4. Diseño en la posmodernidad.	128
5. Diseño en red: Demilked, Dezeen.	131
5.1. Demilked.....	131
5.2. Dezeen.	135
6. Cine y espectáculo.	136
7. Conclusiones.....	140
Notas.....	141
Referencias bibliográficas.	141
Fuentes de Internet.	143
7. Creaciones alternativas: los <i>doodles</i> de Google.	
Recorrido estético a través de un diseño mutante en el año 2014 en España.	145
<i>Cristina García Pérez</i>	
1. Google, el gigante de Internet.	146
1.1. Inicios y desarrollo de Google.	146

2. Google, apostando por la cultura visual. El poder de la imagen y del medio: influencia social y cultural.	148
2.1. Una estética rompedora, su seña de identidad. ...	148
3. Mucho más que un logotipo: los <i>doodles</i> de Google.	150
3.1. ¿Qué son los <i>doodles</i> ?	150
3.2. Del “aviso” al reclamo.	151
3.3. ¿Cómo se crean estos “garabatos”?	152
3.3.1. Los <i>doodler</i> , un “gran equipo”.....	152
3.3.2. Dennis Hwang, un <i>doodler</i> sobresaliente y creativo; y Ryan Germick, un <i>doodler</i> al timón de la creación.	155
4. Estudio de los <i>doodles</i> del año 2014 en España.	158
Notas.	164
Referencias bibliográficas.	166
Fuentes de Internet.	167

Agradecimientos

El entusiasmo por el conocimiento, la pasión por el trabajo bien hecho y el arrojo para afrontar nuevos retos de estos siete investigadores nos ha llevado a coordinar un nuevo libro sobre “Estudios de cultura simbólica”. Sin ellos, los auténticos protagonistas, no habría sido posible lo que en un día sólo fue un proyecto y ahora se ha convertido en realidad. .

A la vez, nos gustaría agradecer la colaboración del grupo Eumed.net de la Universidad de Málaga, dirigido por Dr. Juan Carlos Martínez Coll, y a todo el personal de su equipo de investigación, sobre todo a Lissette, siempre atenta a las dudas que iban saliendo junto a la edición del libro.

La ayuda desinteresada de don José Antonio Vázquez Sánchez y doña M^a Gracia Ortega Martín ha sido imprescindible; ellos han sido quienes han coordinado a todos los autores y les han dado forma al libro. A los dos, muchas gracias.

Por último, quisiéramos agradecer muy especialmente la labor del Secretariado de Formación del PDI, perteneciente al Vicerrectorado de Profesorado porque gracias al incentivo de los proyectos de Innovación Educativa y a su trabajo diario, cada año es posible la experimentación de nuevas propuestas y la creación de ediciones como la que aquí se presenta.

Sonia Ríos
Reyes Escalera
(Coordinadoras)

Prólogo

SONIA RÍOS MOYANO
REYES ESCALERA PÉREZ

Universidad de Málaga

El libro que aquí se presenta es el resultado del “II Seminario de estudios sobre cultura visual” celebrado en la Facultad de Medicina de la Universidad de Málaga el 26 de noviembre de 2015, en sesión de mañana y tarde. A este acto, además de la Facultad que no acogió, se sumaron el Departamento de Historia del Arte y el Vicedecanato de Cultura de la Facultad de Filosofía y Letras.

Este II Seminario fue organizado tras el éxito alcanzado por el que tuvo lugar el curso anterior. Durante las dos sesiones se pusieron en común los resultados de las investigaciones nacidas como intensificación de la temática –cultura visual– en sus múltiples dimensiones, bajo el contexto de distintas asignaturas, tales como “Lenguajes artísticos y lecturas de la imagen”, “Iconología e iconografía”, “Diseño y estética de lo cotidiano” e “Industria editorial”, planteando pues, un Seminario de ampliación e intensificación de contenidos relacionados con las mismas, necesarios para que el alumno sepa cómo poder dar valor a lo aprendido. Asimismo, al final de cada sesión, se abrió un debate sobre los asuntos tratados.

Todas estas asignaturas participan en el Proyecto de Innovación Educativa PIE15-060 de la Universidad de Málaga. Insistimos, una vez más, en la importancia de las vías de

experimentación que estos proyectos permiten en el contexto de los nuevos títulos de grado. Al amparo de un proyecto que pretende analizar las distintas actividades formativas, entendemos que un formato de actividad titulada “Seminario”, ofrecido a un alumno que acaba de concluir sus estudios, tiene unos beneficios importantísimos en los recién egresados y en los estudiantes, puesto que la motivación es bilateral, tanto del egresado, que presenta la comunicación, como la del estudiante, quien escucha, aprende y “sueña” con poder participar en un Seminario de estas características en cursos venideros, lo que se convierte en un hándicap para muchos, y una motivación añadida a la carrera para otros tantos. Nos congratula saber que tras la experiencia del “Seminario”, plasmada en el libro que se presenta, afirmamos que con ello formamos en habilidades y destrezas, además de enseñar los contenidos del título, asegurando que en un futuro esas habilidades aprendidas les permitirán participar con sus aportaciones a seminarios, congresos o jornadas, con la garantía de que saben qué hacer y cómo se desarrollan las sesiones puesto que ya las han practicado durante su periodo formativo.

Los estudios de cultura visual analizan la imagen en todos sus sentidos y en todas las épocas y no sólo se centran, como en alguna ocasión se ha transmitido, en las manifestaciones de la sociedad contemporánea. Prueba de ello son estos siete textos que aúnan la consideración de las imágenes como esenciales para la historia de la cultura. Se presentan trabajos que abarcan diversos ámbitos y temáticas, como influencias de la emblemática en la plástica, análisis iconográficos, presencia de la cultura visual en las manifestaciones festivas o pervivencia de la retórica en el mundo contemporáneo.

Todos ellos se incluyen en una línea de investigación que en las últimas décadas ha interesado notablemente a los historiadores del arte, siendo una de las prioritarias en el Departamento de Historia del Arte de la Universidad de Málaga, que ha sido desde hace años un centro muy activo tanto por las investigaciones de sus profesores e investigadores como por la docencia. Fruto de ese interés, surgió la conveniencia de realizar un nuevo Seminario en el que se les dio voz y protagonismo a nuestros graduados en Historia del Arte que realizaron estudios sobre la imagen y la retórica verbo-visual.

Presentación

RAFAEL SÁNCHEZ-LAFUENTE GÉMAR

Profesor Titular
Universidad de Málaga

La primera publicación de un investigador tiene algo de ritual de iniciación, esa es al menos la sensación que deben de tener los autores que figuran en este libro, cuya colaboración marca y simboliza el final de una etapa universitaria, la de estudiante del Grado de Historia del Arte, y el inicio de otra de nivel superior (posgrado) –conducente a la obtención del título de Máster– para el que se requiere una formación más especializada que incluye, entre sus objetivos académicos, el uso avanzado por parte del alumno de los métodos y técnicas de investigación científicos en materias relacionadas con la historia del arte y la cultura visual. Superado este ciclo de uno o dos años, se accede a un nuevo período, al de los estudios de Doctorado, que culmina finalmente con la elaboración y defensa de una tesis basada en una investigación original. Es el título que, a la postre, equivale simbólicamente a la vieja marca que singulariza a los iniciados. Sin embargo este no es el origen de los siete textos que componen esta nueva *Cultura Simbólica. Estudios*, sino que proceden de Trabajos Fin de Grado y de Fin de Máster, debidamente adaptados a las características formales de la presente publicación y seleccionados por su relación con el argumento conceptual y línea de investigación principal de este proyecto, que no es otro que el de la cultura simbólica. No obstante, todos, sin diferencias, cuentan con las suficientes

garantías científicas y el rigor metodológico necesarios para su publicación, a la vez que demuestran el talento y la preparación intelectual de los autores, así como el nivel de los mismos en relación con las competencias y habilidades exigidas a los alumnos en los estudios de nivel superior.

Respecto a la temática particular de los trabajos se ha optado por ofrecer en esta ocasión una variada muestra de los intereses investigadores en torno a la cultura de la imagen y su dimensión simbólica –gráfico, literario, mental, etc.–, en un marco temporal amplio que abarca desde la época romana a nuestros días. Abre la relación el de Lucía M. Jiménez Benítez, que analiza la iconografía de los llamados *vidrios dorados* o de *fondo de oro*, caracterizados por decoraciones de pan o láminas de oro con motivos principalmente cristianos (aunque no faltan temas paganos o hebreos y retratos familiares) aplicados, durante los siglos III y IV d. C., en los fondos de platos o copas y en objetos de lujo. Le sigue el de Leticia Crespillo Marí titulado “*Itinerarium mentis ad Deum*. La luz en los edificios medievales cristianos e islámicos: un análisis comparativo”, que aborda el uso consciente de la luz como recurso plástico y simbólico en la catedral gótica y en los palacios andalusíes medievales. Irene Lara Cuevas, por su parte, estudia los principales tipos de “joyas pintadas” presentes en los retratos de corte de los pintores de cámara de Felipe II y Felipe III: Antonio Moro (1520-1577), Alonso Sánchez Coello (1531-1588) y Juan Pantoja de la Cruz (1553-1608). La cultura de la muerte en el Barroco cuenta con el trabajo “Más allá de lo efímero. Cinco catafalcos conservados en España y México”, donde su autora, Carmen M. Rocamora, describe la estructura y el programa iconográfico de los túmulos –de carácter permanente frente al efímero de la mayoría– de Ríónegro del Puente y Encinas de Abraveses de Tera, en la provincia de Zamora, y del conservado

en la parroquia de la Torre de Esteban Hambrán en la de Toledo; y de los mexicanos del Carmen de Toluca y de la iglesia de Santa Prisca en Taxco.

Las tres contribuciones finales corresponden a temas relacionados con la cultura visual contemporánea. La primera, escrita por Sandra Medina Bueno, lleva por título “Pervivencias y trasposiciones de la estética surrealista en el diseño y otras manifestaciones”, título al que solo falta agregar “de la postmodernidad” para darle al lector una idea precisa del contenido argumental del trabajo. Otro estudio es el de Macarena López, que investiga la representación de la homosexualidad en el cine estadounidense a partir de ciertos estereotipos, vinculados a personas enfermes e infelices. Cierra la serie de aportaciones el novedoso trabajo “Creaciones alternativas: los *Doodles* de Google. Recorrido estético a través de un diseño mutante en el año 2014”, elaborado por Cristina García Pérez, que aborda el análisis de los cambiantes y efímeros diseños del logotipo de este popular buscador web en nuestro país a lo largo de 2014.

Para concluir esta presentación, resta solo felicitar a los autores y animarles a continuar en esta siempre gratificante andadura que acaban de iniciar, y agradecer a las profesoras de la Universidad de Málaga, Reyes Escalera Pérez y Sonia Ríos Moyano, coordinadoras de esta publicación, su entusiasmo y dedicación: ellas son las auténticas “agitadoras” de este interés por los estudios sobre la imagen y la cultura visual entre los alumnos del Grado de Historia del Arte y del Máster Oficial en Desarrollos Sociales de la Cultura Artística, que organiza y coordina el Departamento de Historia del Arte de la Universidad de Málaga, y de la que estos trabajos son una buena muestra y, en definitiva, el fundamento de este libro.

CULTURA SIMBÓLICA II

ESTUDIOS

Estudio iconográfico de los vidrios dorados de la Antigua Roma.

LUCÍA MIREYA JIMÉNEZ BENÍTEZ

Resumen:

Durante los siglos III y IV una moda se extendió: los Fondi d'oro. Debido a su extraordinaria rareza y belleza, han sido motivo de expolio y en la actualidad, la mayoría de estos se encuentran dispersos por todo el mundo. El objetivo es estudiarlos en sus diversos aspectos, técnicos, utilitarios, establecer los distintos tipos iconográficos que aparecen representados en estas pequeñas obras; así como la puesta en valor del patrimonio de la Antigüedad, cuya importancia como documento histórico y artístico es irrefutable.

Palabras clave: Iconografía, Fondi d'oro, vidrio dorado, religiones, retrato.

1. El vidrio a través de las fuentes.

El uso del vidrio se popularizó antes incluso del Imperio Romano; en un primer momento tenía la condición de material para la manufactura de objetos de lujo y exóticos, al menos, así lo expresa Aristófanes en *Arcanienses*. Sin embargo, esta

condición empieza a cambiar a finales del siglo IV donde comenzó a normalizarse a lo largo del Mediterráneo Oriental y en las sepulturas del sur de Italia.

Ya durante el último periodo helenístico el vidrio se utilizaba más que en ninguna otra época anterior, sin embargo, seguían siendo productos de lujo en su mayoría debido sobre todo a su forma de producción. Era empleado en vajillas, pequeños recipientes para perfumes o ungüentos, y se considera muy probable que se produjesen vasijas en Alejandría y en varios centros del Mediterráneo Oriental¹.

Además, en esta época existen muy pocas referencias escritas sobre la popularidad o normalización del uso de vidrio, en cambio, encontramos algunas referencias a su rareza, transparencia y brillo.

De la literatura contemporánea latina también podemos comprender que este material no era muy difundido en la Roma Republicana, de hecho, no es hasta el siglo I a. C. que la palabra *vitrum* aparece en el vocabulario habitual y cotidiano.

Es a mediados de este siglo I a. C. cuando el vidrio deja de ser un producto de lujo y escaso y comenzó a utilizarse de forma usual. Todo ello debido a la invención de la técnica de soplado, indudablemente uno de los avances técnicos más importantes de la Antigüedad. Pero se desconoce la fecha y el lugar de su invención puesto que no ha llegado ningún escrito relacionado con él, aunque sabemos que las primeras piezas fueron halladas en Siria y Palestina.

En consonancia a esto, Estrabón en su *Geografía*, XVI, 2, 25, hace referencia a la democratización del consumo de vidrio a finales del siglo I a. C., algo que arqueológicamente se ha

evidenciado en los yacimientos datados del periodo de Augusto y de momentos posteriores.

El creciente interés por el material quedó reflejado también en la literatura latina, en los escritos de Lucrecio (en *De Retrum Natura*, IV, 145, escrita antes del 55 a. C), Cicerón (en un discurso pronunciado en el 54 a. C., *Pro Rabirio Postumo*, XIV, 40) y después, durante más de un siglo en la poesía, sobre todo de época augustea, donde se hacía referencia a dicho material - aunque no con informaciones concretas- y en la que se solía ensalzar sus cualidades².

Debemos tener en cuenta que en el mundo antiguo el trabajo del vidrio no era considerado como un arte sino como una artesanía, aunque, sin duda, se conseguían a veces tan altas calidades que muchos no podían sino maravillarse ante tal habilidad técnica lograda por el maestro vidriero, tal es el caso de Séneca en *Epistolae Morales* XC, 31.

2. Utilidad de las piezas. La técnica, los soportes y los centros de producción.

2.1. Utilidad de las piezas.

Según Price, los medallones dorados se crearon con una intención utilitaria, para su uso en el ámbito funerario. Muchas de estas piezas han sido encontradas en las catacumbas de Roma (entre otros), de ahí que algunos historiadores comenzaron a llamarlos *vetri cimiteriali*, algo así como “cementerio de cristal”³.

Según García y Bellido estos objetos podían considerarse como “exvotos de última hora en honor al muerto”⁴.

Francastel, sin embargo, les otorga un carácter utilitario más común y afirma que durante finales del siglo III y principios del siglo IV d. C. estas imágenes de oro fueron empleadas simplemente para adornar los fondos de tazas, copas, vasos, etc. utilizados en la mesa⁵; de esta manera, damos por sentado que dichos utensilios serían accesibles para una minoría con un alto poder adquisitivo. También conservamos otras piezas que tienen borde liso y que estuvieron guarnecidas antaño con metal y no dejan lugar a dudas de que se llevaron como dijes en el extremo de una cadena, tal vez como alhajas, quizás con una intención recordatoria.

Por otro lado, la teoría de Tognon es quizás la más diferenciada, pues opina que la función de estos medallones en las tumbas era en realidad secundaria, que la verdadera razón de estas creaciones cumplían con otro objetivo. Basándose en las representaciones y sus temas, además de las inscripciones que poseen dichas obras, afirma que fueron creados por motivos de festividades anuales, así como privadas y familiares, y para demostrarlo, se basa en los retratos de parejas casadas que han aparecido en estos vidrios de oro⁶.

La mayoría de los medallones que se conservan fueron separados de los recipientes, y habían sido colocados en el cierre de los nichos de las tumbas para poder identificarlas. Esta práctica era característica de los enterramientos cristianos, y es una de las razones por las que hemos podido conservar algunas de estas muestras.

Whitehouse divide los *vidrios dorados* en cuatro grupos. El primero, cuyo uso era el de medallón con retratos en su interior, eran piezas únicas realizadas por encargo. El segundo, aquellos que forman parte de los fondos, como las siguientes dos categorías, de los vasos o cuencos (dependiendo del color del vidrio) pero que únicamente contienen inscripciones. La tercera categoría, con imágenes, conocidos como los “*Blue glasses*”, se utilizaban en las piezas más pequeñas, de 2 ó 3 cm de diámetro. Por último, la cuarta también con imágenes, “*White glasses*”, empleadas en piezas más grandes, de 4, 5 o más cm. de diámetro. Estas dos últimas categorías podrían tener un uso litúrgico.

2.2. Técnica y soportes.

Con un esmeril se pulía el vidrio que normalmente era de color, aunque traslúcido; sobre esta superficie se aplicaba pan de oro, que se adhería al vidrio con resina, y al parecer, no se necesitaba ningún tipo específico. Después, con punta de acero se marcaba el contorno y se procedía a levantar el pan de oro, con lo que las figuras quedaban recortadas en silueta dorada sobre el fondo de color que suponía el vidrio. También se tienen ejemplos en los que se han sustituido algunas partes del dintorno por otras de plata o de oro de distinto matiz, buscando una policromía de mayor riqueza, aunque con el predominio del dorado, por lo que debía ser una práctica bastante extendida. Para finalizar la obra, se dibujaba sobre estas laminillas en negro, con una punta muy fina para conseguir mayor precisión y calidad en el resultado y para lograr el sombreado –la técnica de este proceso es muy parecida a la que se realiza con lápiz sobre papel en la actualidad-. De hecho, según Tognon, la punta que se utilizaba para el dibujo era de marfil o hueso. Una vez que se ha terminado el dibujo se le aplica otro vidrio justo encima, pero

en esta ocasión incoloro y transparente, que se pegaba en frío, - ya que el oro es sensible a altas temperaturas- y con una masilla de excepcional calidad adhesiva.

2.3. Procedencia y centros de producción.

Según Price la mayoría de los productos fueron realizados en Italia y Renania, sobre todo, en los últimos tiempos del Imperio.

Para García y Bellido en cambio, los centros de producción de estas obras suponen aún hoy una incógnita. Estos productos se han encontrado con mayor profusión en Roma, incluso, destaca la colección de la Biblioteca del Vaticano, Museo Sacro; pero no implica que única y exclusivamente se produjeran aquí. De hecho, se tiende a pensar que la génesis de este arte se encuentra en Alejandría o Siria y lo hace plausible el hecho de que muchas de las inscripciones que aparecen en las obras lo hagan en griego. Sin embargo, Tognon difiere, afirmando que a pesar de que las fuentes están informadas, en la actualidad los hallazgos en la propia ciudad han sido muy escasos como para reafirmar la gran fama de Alejandría como centro de producción.

Y efectivamente, coincidiendo con la teoría de García y Bellido, Tognon afirma que este desconocimiento se debe en gran medida a que el estudio de los materiales hallados durante los siglos pasados era muy variado, existía una gran diversidad de enfoques para hacer frente a los materiales de la Antigüedad y sobre todo, no necesariamente “adecuados”. Sin contar con que no existía un buen almacenamiento ni de los datos ni de los propios objetos.

En los primeros estudios que arrancaron desde los siglos XVI y XVII tras las excavaciones en las catacumbas romanas, nunca se llegó a decir de cuáles exactamente se extrajeron cada uno, por lo que su procedencia o distribución es casi desconocida.

3. Tipos iconográficos. Análisis de piezas y sus paralelismos.

El uso de determinados colores sobre los *fondi d'oro*, precisamente por ser limitado, debe estar pensado, y por tanto quieren significar algo, según algunos historiadores.

Cuando se quiere insistir o destacar la inocencia, se hacen bandas en blanco, o pan de plata. El azul solía usarse para representar las olas, mientras que las embarcaciones eran representadas –a veces– con el color verde.

La expresividad que se le confiere a los rostros se consigue en gran medida otorgándole el peso a los ojos, normalmente, perfilados con negro que suelen recordar a los retratos en tabla greco-egipcias de Al-Fayum.

Podemos decir que estas pequeñas obras suponen una oportunidad única que nos permite acercarnos a lo que podría haber sido el retrato “pintado” tradicional, de los cuales no nos han llegado apenas ejemplos.

3. 1. Tipos iconográficos cristianos.

El mayor número de piezas que se han conservado responden al tipo iconográfico cristiano (fig. 1). Los temas son muy interesantes y variados tanto en forma como en significados. Para cada una de estas piezas analizadas hemos podido localizar sus paralelismos en obras coetáneas, de distinta índole, como esculturas -donde incluimos los sarcófagos-, pinturas provenientes sobre todo de las catacumbas, etc. Lo que ha resultado más complejo ha sido discernir qué obra influye sobre cuál o si por el contrario, se establece su creación en el mismo momento.



Fig. 1. *Cristo y los apóstoles*, s. IV-V d. C.

Por otro lado, muy interesante resulta la comparación de los temas bíblicos representados con la fuente escrita, que en numerosas ocasiones sirve para representar y diferenciar exactamente un pasaje concreto, personaje determinado, o incluso, la imagen ayuda a resumir toda una historia completa en forma de icono claramente reconocible.

Sin embargo, muchas de estas imágenes cristianas no sólo se basarán en estas fuentes bíblicas, sino que también seguirán como modelos algunas imágenes paganas de la Antigüedad, llegando, a su vez, a distintos paralelismos tipológicos entre imágenes profanas-paganas y cristianas.



Fig. 2. Jonás y la Ballena, s. III-IV d. C.

Los tipos iconográficos encontrados son las imágenes de Pedro y Pablo, normalmente representados como filósofos que también pueden aparecer acompañados por Cristo y éste, como único personaje protagonista es muy frecuente, ya sea en majestad, de pie o realizando un milagro. Así mismo, está acompañado en numerosas ocasiones de los apóstoles. Otro de los temas más recurrentes y relacionados con éste es el Buen Pastor, con numerosas referencias paganas.

Los temas del Antiguo Testamento son muy numerosos como: Adán y Eva, el sacrificio de Isaac (fig. 3), Jonás y la ballena; símbolos relacionados con estas mismas historias, como el pescado y la vid de calabaza; el sueño de Jonás, usualmente representado de forma muy profana (fig. 2); Noé y el arca, Tobías y el pescado, el milagro de Moisés, etc.



Fig. 3. *El sacrificio de Isaac*, s. III-IV d. C.

Los temas del Nuevo Testamento son también recurrentes, como la resurrección de Lázaro o cualquiera de los otros milagros realizados por Cristo; y en este momento, también se harían muy populares las representaciones de los santos.

3.2. Símbolos hebraicos.

Éstos constituyen en la actualidad un volumen importante de las reliquias que conservamos. Sin embargo, la escasez de datos del origen de procedencia de estos ejemplares no nos permite un análisis minucioso de la difusión de estos temas en la ciudad de Roma, ya que es en esta ciudad donde se supone que se han recuperado la mayor cantidad de ejemplares posibles.

La población judía que se estableció en Roma durante los siglos III y IV d. C. fue importante, de hecho, los vidrios de oro demuestran que la cultura artística y material no encuentra límites en la diversidad de credos religiosos.

Los vidrios encontrados, en general, se caracterizan por la uniformidad en el uso de los temas (fig. 4). Para empezar, la superficie decorativa se suele dividir en dos campos diferenciados. En ellos se colocan los objetos más sagrados: en el superior se suelen situar a los leones enfrentados, “*coloro che padroneggiano la doppia forza*”⁷, guardianes de la puerta y el tesoro; el santuario de la Torah, el lugar de Dios, usualmente se representa con las puertas abiertas, y en su interior quedan visibles los rollos de la Ley agrupados en distintos estantes. En el segundo campo se suelen situar la Menorah, que aparece en todas las muestras hebraicas encontradas, e indica la presencia de Dios en la Tierra. A menudo se asocia con la rama de *etrog*, bosque sagrado del Templo de Salomón y el símbolo del amor conyugal; o el *lulav*, la rama de palma, símbolo de alegría y triunfo, así como también el emblema de Judea. Otros tipos

iconográficos encontrados, tratados por separado, son el shofar y la menorah.



Fig. 4. Símbolos hebraicos, s. IV d. C.

3.3. Tipos iconográficos paganos.

Tristemente no son muy numerosas las piezas paganas halladas; sin embargo, debieron llegar a ser materiales muy importantes puesto que desarrollan una producción propia, alejándose completamente de las cristianas. En estas piezas son frecuentes las representaciones de deidades que suelen acompañarse de numerosos atributos que hacen posible su identificación. Aparecen Apolo, Venus, Amor y Psique, usualmente representados por parejas; también Minerva, lo que indica que todos los dioses del panteón podrían ser representados con naturalidad. También se representan héroes

como Hércules o Aquiles, o distintas criaturas de la mitología clásica como nereidas cabalgando sobre monstruos marinos, genios alados, etc.



Fig. 5. *Gladiador*, s. III-IV d. C.

Los tipos iconográficos más usuales son los que hacen referencia a los distintos elementos de las festividades, como los gladiadores (fig. 5), con numerosas tipologías bien diferenciadas en su haber; púgiles, aurigas, *bestiatius*; incluso las escenas de victoria o caza tienen un gran protagonismo.

3.4. Retratos.

3.4.1. Matrimonios.

El patrón de representación en este tipo sería: marido y mujer se disponen uno al lado del otro, tal y como se hace en las estelas funerarias contemporáneas, y en el centro de ambos se suele colocar la representación de algún dios patrón (fig. 6). Disponemos de numerosos ejemplos en nuestro catálogo como es el de Cupido, dios del amor y de la sensualidad por excelencia, y por tanto, el dios perfecto como patrón en un matrimonio. Existen otros ejemplos en los que, en lugar de representar en el centro de la pareja al dios, se sitúa una corona que simboliza la unión.



Fig. 6. *Matrimonio*, s. IV d. C.

Sin embargo, estas obras de las que hablamos siguen una tendencia representativa básica, en la que los personajes se pueden diferenciar únicamente por las inscripciones con sus nombres, y no por los retratos propiamente dichos, puesto que la imagen que se nos muestra no es individualizada ni personal, no se diferencian los rasgos de unas imágenes a otras, son estándar. En cambio, tenemos otras obras que disponen de una calidad excepcional y a las cuales sí podemos denominar retratos, pues se trata de un estudio individualizado y pormenorizado de la figura humana.

3.4.2. Grupos familiares.

Uno de los ejemplos más importantes es el medallón de Brescia. Su importancia radica en el asombroso grado técnico al que se llega con esta obra de apenas 6 cm de diámetro, y a su carácter irrefutable como *prueba*, ya que muestra el nivel que pudieron alcanzar los artistas de la Antigüedad.

Muestra en toda regla tres obras maestras de la retratística antigua. Estos tres retratos se acompañan de una leyenda en griego cuyo auténtico significado se encuentra aún sin aclarar: “BOYNNNEPI KERAMI”. Esta obra se ha datado del siglo III, debido al estudio de la tipología del peinado y los rasgos retratísticos; sin embargo, es una hipótesis no aceptada por todos y ahora se le asigna más bien la pertenencia a un siglo IV pleno, debido al estudio realizado de las formas de las fibulas, pues aparecen similares en otros retratos de la época. También de los efectos del dorado sobre los trajes, indicando una datación postconstantiana; pero sobre todo, por los caracteres de las letras, que son evidentemente damasianos (de la época del Papa S. Dámaso 366-384)⁸. Este disco (fig. 7) muestra a una madre

con sus hijos. La madre es representada muy joven, la que se encuentra situada a la derecha, lleva una *palla* con ricos bordados en oro; la hija sería la figura en el centro, con manto anudado en el pecho (con nudo isíaco) a modo de las sacerdotisas de Isis.



Fig. 7. Galla Placidia y sus hijos, 230-250 d. C.

Con respecto a la inscripción, resulta muy dudoso que *Bounnerius* sea el nombre de la familia; según diversos estudios es más probable que sea el nombre del artista, algo que se ha deducido por el término *Kerami*, asociado a la profesión de ceramista, más aún de vidriero, que se presenta declarada en segundo término y que era forma corriente en los papiros egipcios por *kerameús*.

3.4.3. Retratos masculinos.

Otra de las grandes obras maestras de la retratística antigua es el retrato masculino que se conserva en el Museo de Arezzo. El rostro está modelado con una destreza magistral claramente visible, con gran precisión en el trazado de las líneas, la expresión captada a la perfección; se puede elevar a la categoría de obra cumbre del arte del dibujo o la pintura en miniatura a lo largo de su historia. Los estudiosos, por sus caracteres artísticos, han situado esta obra en los tiempos de Gallienus.

En el Museo Metropolitano de Nueva York también se conserva otra obra vítrea de gran calidad y belleza; se trata del retrato de un joven llamado Gennadios, el cual proviene de Alejandría.

3.4.4. Retratos femeninos.

La *donna* cobra protagonismo, siendo representada en numerosos ámbitos de su vida en esta época, como madre, como esposa y como ser individual. Cada uno de estos tipos iconográficos tienen paralelismos sobre todo en el campo escultórico. Aunque son muy numerosos, la mayoría se encuentran fragmentados, semidestruidos, y en el mayor de los

casos únicamente conservan visibles restos de la túnica y la *palla*.

Existen distintas calidades, como hemos visto en todas las obras que se recogen en este trabajo; se dan imágenes estándar que no tienen rasgos individualizados, ni tratan de reflejar la personalidad de la retratada. En esos retratos las inscripciones son fundamentales para poder identificar a quién se está representando. Pero también tenemos otros en los que ese interés de una retratística *real* se hace plausible, alcanzando una calidad artística excepcional.

4. Conclusiones.

Aunque en las fuentes no aparezcan ni tan siquiera nombradas estas obras, por la abundancia de materiales que se han encontrado, su importancia es innegable. Ya fuese una moda pasajera o no, es indudable que al menos dos o tres siglos se mantuvo en auge esta producción, lo que no hace más que reafirmar la importancia que adquirieron estos materiales, quizás por el carácter versátil y a la vez de lujo que ofrecían, pero eran valorados y demandados tanto a artistas como a artesanos.

Somos conscientes de que los tipos iconográficos recogidos no sean, seguramente, todos los que se representaron en estas obras. Atendiendo a los paralelismos encontrados en obras coetáneas de carácter pictórico-parietal, escultórico, etc. conocemos muchos otros posibles temas que, probablemente, también se llevaron a cabo en estas pequeñas obras de vidrio y oro. Es una lástima que no podamos conservar esos ejemplos o que algunos nos sigan siendo desconocidos por diversos motivos, pero esto no resta importancia al tema estudiado.

Además, creemos que tras el estudio realizado se demuestra el valor de estas obras como documento histórico excepcional, acercándonos con su testimonio a las muy diversas creencias y culturas de la Antigua Roma, paganas, cristianas o judías, relacionadas con la muerte y el festejo de la vida, cada una a su manera, a través de una misma *herramienta* pero con modos muy distintos. Es este un testimonio riquísimo y que ofrece una variedad de formas y calidades excepcional, y como hemos podido comprobar en bastantes casos, dignos de llamarse obras de arte.

Notas

¹ PRIZE, J., “El vidrio”, en *El arte romano*. Barcelona, ediciones Destino, 1985, p. 243.

² *Ibidem*, p. 244.

³ TOGNON, F., *Un tesoro nascosto: i vetri dorati romani e le loro decorazioni*. Roma, 2012, p. 1.

⁴ GARCÍA Y BELLIDO, A., “Artes menores. Glyptica. Aureografías en vidrio”, en *Arte romano*. Madrid, C.S.I.C., 2014, p. 804.

⁵ FRANCASTEL, G. y P., *El retrato*. Madrid, Cátedra, 1987, p. 45.

⁶ TOGNON, F., *op. cit.*, p. 1.

⁷ *Ibid*, p. 12.

⁸ GARCÍA Y BELLIDO, A., *op. cit.*, p. 807.

Referencias bibliográficas:

ABRAMS, H. N., *The Vatican Collections. The Papacy and Art*. The Metropolitan Museum of Art, New York, INC. Publishers, 1982.

FIOCCHI NICOLAI, V. y otros, *Las catacumbas cristianas de Roma*. Regensburg, Schnell und Steiner, 1999.

GARCÍA y BELLIDO, A., “Artes menores. Glyptica. Aureografías en vidrio”, en *Arte romano*. Madrid, C.S.I.C., 2014.

GRABAR, A., *El primer arte cristiano: (200-395)*. Madrid, Aguilar, 1967.

HENIG, M. (coord.), *El arte Romano: una revisión de las artes visuales del mundo romano*. Barcelona, Destino, 1985.

Estudio iconográfico de los vidrios dorados de la Antigua Roma

Lucía Mireya Jiménez

- JULIA, C., *Las Catacumbas de San Calixto*. Roma, Escuela Tipográfica Salesiana, 1924.
- LEGA C., *Il corredo epigrafico dei vetri dorati: novità e considerazioni*. Sylloge Epigraphica Barcinonensis, 2012.
- KIRSCH, G. P., *La Catacumba de Priscila*. Roma, Società Amici delle Catacombe, 1960.
- FRANCASTEL, G. y P., *El retrato*. Madrid, Cátedra, 1987.
- PRIZE, J., “El vidrio”, en *El arte romano*. Barcelona, Ediciones Destino, 1985.
- TOGNON, F., *Un tesoro nascosto: I vetri dorati romani e le loro decorazioni*. Roma, 2012.
- ROPPO, Z., *Vetri paleocristiani a figure d'oro conservati in Italia*, Bologna, Ricardo Pàtron, 1969.
- WHITEHOUSE, D., *Roman Glass in the Corning Museum of Glass*. New York, Hudson Hills Press, 2001. 2 vols.

Itinerarium mentis ad Deum. La luz en los edificios medievales cristianos e islámicos: un análisis comparativo

LETICIA CRESPILLO MARÍ

Resumen:

La luz comporta unos valores simbólicos y artísticos de belleza divina que se plasman en los edificios a través de un sistema de iluminación intencionado. Éste confluye con otros elementos como la decoración y su disposición en el espacio transfiriéndoles unas connotaciones que acaban configurando “metáforas visuales” como reflejo de un mundo supremo en la tierra: la catedral gótica cristiana y el palacio andalusí islámico donde el hombre entra en contacto con Dios y viceversa, algo sólo posible a través de un complejo procedimiento constructivo que abarca luz, color, geometría y volumen espacial.

Palabras clave: Arquitectura medieval, luz, Dios, belleza, catedral, palacio, paraíso islámico, Jerusalén Celeste.

* * * * *

1. Introducción.



Fig. 1. Jean Fouquet, Miniatura de la construcción de la Jerusalén celeste, 1470. Wikipedia.

La catedral gótica (figs. 1 y 2) se originó como consecuencia de la simbiosis de la experiencia religiosa y la especulación

metafísica. Apareció un nuevo estilo propio de la época en el cual se puede observar (aunque con precaución) la influencia de todo el desarrollo de la estética de la luz en la visión del mundo a lo largo de toda la Edad Media. En el islam será en los palacios (fig. 3) donde la geometría, la luz, el color, el agua y los sentidos, acompañados de la naturaleza, configurarían un espacio donde fundir los aspectos de la cultura, la estética y la creencia religiosa. Una concepción de espacio compositivo directo a los sentidos con carácter artístico donde se incorporaría todo en un lenguaje arquitectónico propio, a modo de metáfora visual, sin olvidar que la luz, el color, la proporción etc., se entendían como un reflejo de las cualidades de Alah, pudiendo solo aspirar a ser un eco de su perfección inalcanzable e inconcebible.



Fig. 2. Interior Catedral de Durham. Wikipedia.



Fig. 3. Vista de la Alhambra. Wikipedia.

En este ámbito el uso de la luz y su aplicación técnica en los espacios arquitectónicos nos desvelan una arquitectura que hay que sentir como contenedora de amplios significados y que, a su vez, está condicionada por una ideología sistematizada, propia del momento histórico y que produce un goce o sentimiento estético. Ya los filósofos antiguos aseguraban que la belleza se encontraba tanto en la naturaleza como en el arte y esto nos permite comprender la traslación del modelo divino al terrenal y de la belleza sensible al espiritual. Una sugestión que encierra tanto la catedral gótica como el palacio andalusí a través de este recurso que contiene una clara finalidad discursiva. Todos estos conceptos, ideas, teorías, lenguajes o significaciones estéticas y filosóficas nos ayudan a comprender estas dos manifestaciones

tan similares provenientes a su vez de dos culturas tan diferentes.

Por tanto, el presente artículo propone un análisis comparativo entre las estéticas de la luz cristiana e islámica medieval y su aplicación en la arquitectura dando unas pinceladas a las cuestiones más importantes de la estética de la luz y su aplicación en los espacios arquitectónicos medievales cristianos e islámicos. Una idea de la “luz” como formadora de metáforas visuales y transmisora de contenidos simbólicos que pueden ser similares o no en ambos casos y que intenta construir un camino con el cual poner en contacto a Dios con el hombre y viceversa a través de la propia espiritualidad de la mente.

1.2. El concepto teológico del arte. La luz como poder de culto.

En este ámbito el uso de la luz y su aplicación técnica en los espacios arquitectónicos nos devela una arquitectura que hay que sentir como contenedora de amplios significados y que, a su vez, está condicionada por una ideología sistematizada, propia del momento histórico y que produce goce o sentimiento estético. Ya los filósofos griegos aseguraban que la belleza se encontraba tanto en la naturaleza como el arte y esto nos permite comprender la traslación del modelo divino al terrenal y de la belleza sensible al espiritual. Todos estos conceptos, ideas, teorías, lenguajes o significaciones estéticas y filosóficas nos ayudan a comprender estas manifestaciones provenientes de dos culturas tan distintas.

La estética medieval (tanto cristiana como islámica) desde sus orígenes, ha estado influenciada por las teorías platónicas, pitagóricas y aristotélicas de la Grecia Clásica, hasta la aparición

del concepto cristiano e islámico de la luz como elemento estético, bello y de culto impregnado por el dualismo simbólico-sagrado de las fuentes religiosas Bíblicas, Coránicas etc., (Neoplatonismo, neopitagorismo, escolástica) y esto nos permite conocer en profundidad las distintas visiones místico-religiosas de ambas y su materialización, desde el punto de vista artístico, en sus arquitecturas. Dos tipologías arquitectónicas diferentes (sagrada y profana) donde se consigue el ambiente áulico a través de un sistema de iluminación y decoración donde la ingravidez se muestra como característica principal y la elevación como signo primordial de la metáfora visual en las cuales los vectores visuales ponen en contacto a Dios con el hombre. Ambas serán el camino a la salvación.

2. Correspondencias en torno a la configuración del espacio a partir del uso de la luz en las arquitecturas cristianas e islámicas.

2.1. La luz como imagen simbólica.

En numerosas civilizaciones ya se relacionaba a Dios con la luz como personificación del sol y del bien, remitiendo a metáforas visuales que tienen que ver con la construcción del espacio arquitectónico. El interior gótico se presenta como contraposición a la luz natural, encarnando la idea de Dios. Esta idea se da durante toda la Edad Media hasta el punto de que, en los siglos XII y XIII, será el centro de la reflexión sobre la belleza. La luz simboliza la idea de lo inmaterial que participa de la belleza de Dios en cuanto lo traspasa. La belleza incorpórea es un estadio superior que nos permite conocer “la

idea misma” de Dios. Una luz única y singular, filtrada, coloreada, transformada con un mensaje claro: Dios es luz y de esta participan todas las criaturas y elementos del universo, permitiendo su conocimiento profundo a través de las cosas visibles¹. En la arquitectura gótica todo conduce a Dios (fulgor, brillo, luminosidad). La luz conmueve y la escenografía que construye conforma un espacio donde explicar a la población como alcanzarlo. Se trata de un mensaje que une realidad religiosa y grandiosidad en pos de un nuevo simbolismo que sobrecoge a las masas. Los elementos de culto ayudarán a la concepción de poder y prestigio. El oro les concede un poder temporal².



Fig. 4. Salón del Trono de Yusuf I del Palacio de Comares (Alhambra).
Wikipedia.

En la arquitectura islámica ocurre igual. En el Corán la luz tiene una profunda significación metafísica y teológica. Posee un origen divino y de esta participa el entorno y el soberano. Esta luz posee una función protectora contra el mal insistiendo en la omnipresencia divina que castiga a los fieles. Los espacios adquieren un significado poético gracias a todos los elementos que participan y que manifiestan esta protección por parte del monarca divino que resplandece como figura solar en el “trono del reino”³ (fig. 4).

La divinidad se expande por todos los niveles del universo a través de la arquitectura, donde el soberano ocupa el lugar central y solar del espacio sacralizando y dominando el ámbito caduco terrenal iluminado por dios. La figura del monarca hace cognoscible lo eterno a través de la metáfora lumínica como atributo del soberano e imagen ideal y perfecta de la creación divina triunfando sobre el mal y el caos, construyendo, a su vez, la metáfora visual del paraíso⁴. Aquí la luz es natural, lo que nos permite remitirnos a Dios como símbolo misterioso e incognoscible en sí mismo que se percibe a través de la creación y la invasión de los sentidos que eleva al ser humano a un plano superior de la existencia⁵.

En ambos casos la luz como símbolo de la divinidad es una constante, aunque en el caso islámico también es símbolo del monarca que ejerce de nexo entre el ser supremo y el hombre. Es una cualidad de Dios (todo, indivisible, bello, la multiplicidad de la unidad, natural, sobrenatural, físico y espiritual) y sólo se presenta ante el hombre mediante el conocimiento profundo.

2.2. El sistema de iluminación y la decoración: juegos de luz y color en la construcción del espacio.

La decoración y el sistema de iluminación juegan un papel muy importante en la configuración del espacio transmitiendo una serie de valores. La luz configura la relación construcción-significado, permitiendo comprender la metáfora visual. En la catedral gótica la luz es muy expresiva colmando de color todo el ambiente⁶. Se trata de una luz artificial conseguida a través de las vidrieras que configura un “muro translúcido metafísico” que invade el interior y que incide en la decoración (oro, piedras preciosas etc.). Con ello se consiguen juegos cromáticos que bañan al fiel ejerciendo presión sobre las almas de manera óptico-sensitiva y confiriendo una dimensión no real relacionada con lo divino. La vidriera es un filtro transformador que consigue transcender más allá del mundo sensible dentro del ámbito sagrado (fig. 5).

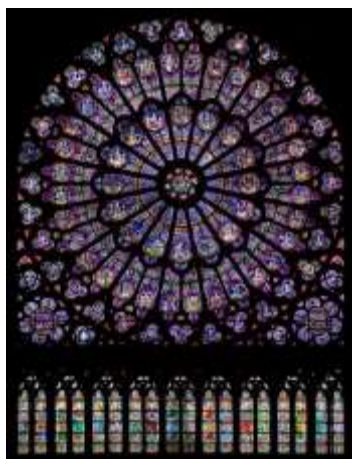


Fig. 5. Rosetón de la Catedral de Nôtre Dame de Paris. Wikipedia

La decoración se subordina al sistema iluminativo determinando la disposición interior en un espacio a modo de caja cerrada y de forma novedosa. Los elementos constructivos (bóvedas de crucería, arbotantes, tribunas) permiten la apertura de grandes vitrales eliminando los gruesos muros que se convierten en paramentos translúcidos y las iconografías de las vidrieras se suspenden consiguiendo un efecto de ingravidez. La idea del espacio juega con la óptica a través de líneas verticales que consiguen el efecto de elevación materializando la idea abstracta en la catedral⁷. Los vectores longitudinales y verticales muestran el camino a recorrer y la pared ingravida constituye la base de la estructura diáfana donde el muro desaparece y los elementos se articulan plásticamente para transmitir esa dimensión real y no natural a través de la arquitectura⁸ (fig. 6).



Fig. 6. Interior Basilica de Saint Denis. Wikipedia

En el Islam se expresa la idea de “unidad de la existencia” y entre los elementos que participan están la geometría, el ritmo y la luz (indivisible e inalterable) (fig. 7). Se feminiza el espacio y la decoración se usa como metáfora nupcial convirtiendo el espacio en un universo ideal donde el soberano tiene su dominio: el paraíso o vergel. Se trata de una idealización donde la luz se refleja en los elementos decorativos modulando y obteniendo distintas tonalidades. Entre ellos el oro también ejerce un papel importante ya que se asocia a la figura solar (la cual organiza todos los elementos de la escenografía palatina)⁹.



Fig. 7. Arcos de la Aljafería de Zaragoza. Wikipedia

Toda esta escenografía se nutre de la imaginación y la sugestión y para ello la luz juega a las apariencias obteniendo esa sensación de ingravidez. Muros, columnas, cúpulas, vidrieras coloreadas, fuentes, azulejos coloreados, geometría etc., configuran un universo imaginario representando una arquitectura luminosa, etérea, dinámica y paradisiaca: una arquitectura de luz, agua y palabras sólo sujetas por elementos ornamentales. Pórticos y celosías configuran la iluminación mientras los paramentos disuelven los muros convirtiéndolos en brocados o veladuras que aportan sensación de diafanidad que se completa con la decoración geométrica y vegetal. Los arcos, cirios y lámparas ofrecen también efectos lumínicos manipulables¹⁰.

La luz se refleja en las superficies y les da vida. La decoración interior se complementa y eleva la arquitectura ayudada por la caligrafía que hace visible la palabra de dios y que juega con los contrastes de luz y sombra, así como con el brillo colorido de la azulejería. Esto implica una multiplicidad de fines y una flexibilidad del espacio mediante combinaciones estructurales¹¹. La unidad divina se puede descubrir a través del entramado geométrico que se repite de modo lineal. Estos ritmos buscan la ubicuidad de las formas en el tiempo y el espacio (fig. 8). El color es muy expresivo y nos muestran lo aparente del mundo. Todos los elementos (luz, color, geometría) configuran un espacio tridimensional a modo de efecto óptico que pone a su vez de manifiesto la riqueza intrínseca de la luz que transmuta la conciencia corporal en espíritu¹².



Fig. 8. Bóveda de la sala de las dos Hermanas (Alhambra). Wikipedia

Por tanto, en ambos casos la disposición interior de los elementos (oro, pinturas, dibujos geométricos, colores) con aspecto tridimensional y volumétrico ayudará a construir el espacio metafórico. La geometría alude a la belleza y a la perfección, así ambas arquitecturas la usan (cúpulas, naves cuadradas, módulos, azulejería, patrones infinitos) que en el caso del Islam son más importantes por la búsqueda de una posible representación apta de la cualidad infinita del Uno o Ser supremo no figurativo. Además, el color se vuelve esencial ayudando a la luz a expresar su esencia y cualidad con sus reflejos y brillos evocando el mundo supremo que se quiere

alcanzar y elevando al fiel hacia ese reflejo del mundo supremo construido en la tierra.

3. La configuración simbólica del espacio y el concepto de “tiempo arquitectónico”: La Jerusalén Celeste y el Paraíso Islámico.

La catedral es una imagen mística y litúrgica del cielo en la tierra observable a través de la arquitectura como reflejo de la Jerusalén Celeste, tal como la describió San Juan en el Apocalipsis¹³. Es un edificio sagrado y cósmico hecho a imagen y semejanza (no realista) del mundo supremo que reproduce el universo de forma íntima y matemática. Es una representación cosmológica y espiritual que permite el conocimiento para el que Dios la creó y realizó en el orden del espacio y el tiempo: el hombre llega a lo divino a través de la imagen de este mundo con la ayuda del arte que lo invade todo. El edificio sucede al caos a través de la luz que lo envuelve todo y la geometría muestra la unidad divina múltiple e indivisible: bella en número. El templo se convierte en la revelación divina donde Dios es ordenador interno del mundo (fig. 10). Como Jerusalén Celeste debe deslumbrar como el propio paraíso, pues Dios es luz y belleza que se une a claridad y número reflejando la belleza divina en su perfección¹⁴. La obra arquitectónica ilumina el alma del fiel y lo eleva ante cristo: luz del mundo. El control que se ejerce sobre la luz convierte a la catedral en una caja de luz portadora de significados gracias a los nuevos sistemas constructivos elevando al espectador desde la oscuridad ante Dios, convergiendo metafísicamente¹⁵.



Fig. 9. Interior catedral de Nôtre Dame de Paris. Wikipedia

La arquitectura islámica se concibe desde los sentidos (vista, olfato, oído, tacto) donde libre de cargas se funde con el olor, esencia del lugar puro elevando a un espacio indefinido. La geometría, la luz, agua, color son una referencia constante del vergel (fig. 11). Una concepción sensorial, escenario de estímulos en un espacio concebido como morada con categoría artística y elevada a partir del espacio arquitectónico¹⁶. Una arquitectura cargada de emoción, una metáfora donde los contenidos se unen en el vacío y donde la luz ordena el espacio junto a los elementos que transmiten una idea mental y la traducen materialmente (fig. 12). Un arte formado por símbolos que se convierten en vehículo de la ensoñación y la memoria. Es

Itinerarium mentis ad Deum. La luz en los edificios medievales cristianos e islámicos: un análisis comparativo

Leticia Crespillo Marí

la novia, bella, femenina que se relaciona con el ideal de belleza. El resplandor de la mujer que expresa fertilidad: el vergel. La arquitectura palaciega se representa como símbolo del poder del soberano, transformada en novia virginal. Un espectáculo de luz, sonido, color, perfume donde percibir toda esa armonía abstracta sólo capaz de ser captada por el corazón. Es el arquetipo del modelo supremo: el oasis captado por el intelecto¹⁷.



Fig. 10. Exterior Palacio de Comares (Alhambra). Wikipedia

4. Conclusiones.

Tras la realización de este estudio queda patente que el recurso estético de la luz se utiliza con la misma intencionalidad simbólica tanto en la arquitectura cristiana como en la islámica medieval, aunque con pequeños matices diferenciales. Ambas culturas comparten fuentes de origen provenientes de la estética clásica griega fundamentadas, principalmente, en las teorías platónicas, aristotélicas y pitagóricas que junto con los respectivos libros sagrados (Biblia, Corán, etc.) y la poesía pre-islámica, en el caso árabe, conforman las diferentes estéticas de la luz que se desarrollarán posteriormente en el medievo y que influirán de manera determinante en la construcción del mensaje simbólico-religioso y visual a partir de sus respectivos edificios.

La luz como símbolo de la divinidad es una constante en ambas religiones y en ambas arquitecturas. Es una cualidad de Dios (es bello, indivisible y lo es todo, es la multiplicidad de la unidad, lo natural y sobrenatural, lo físico y lo espiritual) y sólo así se presenta ante el hombre para su conocimiento profundo, aunque en el Islam también representa al poderoso soberano como enlace entre lo terreno y lo celestial. La distribución en el interior de los recursos estéticos y constructivos son los que ayudan en ambos casos a conseguir este propósito: oro, pinturas, dibujos geométricos, colores, vidrieras, paramentos, brocados, veladuras, columnas, *muqarnas* etc., que también dan un aspecto tridimensional y volumétrico al espacio.

Al igual que la luz, la geometría también alude a la belleza y la perfección de la divinidad, por ello, ambas arquitecturas lo aplican a sus edificios por medio del uso de figuras perfectas en el ámbito constructivo (catedral: cúpulas, naves cuadradas, módulos...) o en dibujos y tramas decorativas que invaden el

espacio y donde la luz se refleja (palacios: azulejería con patrones infinitos). En el Islam, quizás, se le dé más importancia debido a la búsqueda de una posible representación apta de la cualidad infinita del Uno o Ser superior no figurativa. El color es esencial porque consigue los contrastes necesarios para completar la definición del espacio expresando la esencia y cualidad de la luz con sus brillos y reflejos consiguiendo evocar esa imagen de mundo supremo que se quiere alcanzar y elevando al que lo contempla a un estado espiritual superior.

Tanto la catedral cristiana como el palacio islámico buscan representar un reflejo del mundo supremo en la tierra. El conocimiento profundo de Dios se posibilita gracias a los aspectos visuales que trascienden de las escrituras y de los recursos estéticos y sensitivos de la propia luz que se aplican a la arquitectura, la cual, hace de vehículo trascendente. Se configura un lugar con *tiempo simbólico propio* en el que Dios entra en contacto con el hombre (su creación) a través de su cualidad de luz invisible, indivisible y eterna donde se produce la reencarnación o, en el caso del Islam, se vuelve al seno materno de la amada obteniendo la salvación y la felicidad eterna en el más allá.

Podemos decir, por tanto, que en ambos casos la luz se utiliza como un recurso de carácter artístico y simbólico. Ésta se aplica a la arquitectura para obtener un vehículo de transmisión del *mensaje verdadero*, donde Dios, que es *luz del mundo cristiano e islámico*, atrapa al fiel a través de los sentidos haciendo que trascienda hacia él y lo acoja en su corazón con una meta clara: alcanzar la vida eterna tanto en el reino de los cielos de Cristo como en el vergel islámico de Alá, donde lo eterno sustituye a lo caduco y el tiempo siempre es presente.

Notas:

¹ NIETO ALCAIDE, V., *La luz, símbolo y sistema visual*. Madrid, Edit. Cátedra, 2006, pp. 44-55.

² DUBY, G., *La época de las catedrales 980-1420*. Madrid, Cátedra, 2005, pp. 105-106.

³ PUERTA VÍLCHEZ, J.M., *Historia del pensamiento estético árabe. Al-Ándalus y la estética árabe clásica*. Madrid, Edit. Akal, 1997, pp. 87-88.

⁴ PUERTA VÍLCHEZ, J.M., “Estéticas de la luz, el tiempo y la apariencia en la arquitectura áulica Andalusí”, en BORRÁS GUALIS, G. M. y CABAÑERO SUBIZA, B. (Coords.), *La Aljafería y el arte del Islam occidental en el siglo XI*. Zaragoza, Diputación, 2012, pp. 150-160.

⁵ LOMBA FUENTES, J., “El papel de la belleza en la tradición islámica”, *Anales del seminario de la filosofía*, nº 17, 2000, p. 50.

⁶ JANTZEN, H., *La arquitectura gótica*. Buenos Aires, Edit. Nueva Visión, 1979, pp.78-79.

⁷ NIETO ALCAIDE, V., *op. cit.*, p. 14-15.

⁸ *Ibíd*, pp. 26-37.

⁹ PUERTA VÍLCHEZ, J.M., “Estéticas de la luz, el tiempo y la apariencia...”, pp. 136-145.

¹⁰ *Ibíd*, pp. 170-172.

¹¹ MICHELL, G., *La arquitectura del mundo islámico*. Madrid, Alianza Editorial, 1985, pp. 161-163.

¹² BURCKHARDT, T., *El arte del Islam*. Barcelona, Sophia Perennis, 1999, p. 72.

¹³ Junto al Apocalipsis hay otras fuentes que describen el mundo celestial; el Templo de Salomón o el de Ezequiel también se consideraban como tal, una imagen del cielo.

¹⁴ HANI, J., *El simbolismo del templo cristiano*. Barcelona, Sophia Perennis, 1983, pp. 25-30.

¹⁵ CAMILLE, M., *Arte gótico. Visiones gloriosas*. Madrid, Edit. Akal 2005, pp. 27-45.

¹⁶ ALMAGRO VIDAL, A., “Análisis perceptivo de la evolución del espacio en la arquitectura palatina andalusí”, en *El concepto de espacio en la arquitectura palatina Andalusí*. Tesis doctoral. Granada, 2005, p. 203.

¹⁷ PUERTA VÍLCHEZ, J.M., *Historia del pensamiento estético árabe...*, pp. 56-79.

Referencias bibliográficas:

- ALMAGRO VIDAL, A., “Análisis perceptivo de la evolución del espacio en la arquitectura palatina andalusí”, en *El concepto de espacio en la arquitectura palatina Andalusí*. Tesis Doctoral, Granada, 2005.
- BURCKHARDT, T., *El arte del Islam*. Barcelona, Sophia Perennis, 1999.
- CAMILLE, M., *Arte Gótico. Visiones Gloriosas*. Madrid, Edit. Akal, 2005.
- DUBY, G., *La época de las catedrales 980-1420*. Madrid, Cátedra, 2005.
- ECO, U., *Arte y Belleza en la estética medieval*. Barcelona, Edit. Debolsillo, 2013.
- JANTZEN, H., *La arquitectura gótica*. Buenos Aires, Edit. Nueva Visión, 1979.
- MICHELL, G., *La arquitectura del mundo islámico*. Madrid, Alianza Editorial, 1985.
- NIETO ALCAIDE, V., *La luz, símbolo y sistema visual*. Madrid. Edit. Cátedra, 2006.
- PANOFSKY, E., *La arquitectura gótica y la escolástica*. Madrid, Edit. Siruela, 2007.
- PAPADOPOULO, A. *El islam y el arte musulmán*. Barcelona, Gustavo Gili, 1977
- PUERTA VÍLCHEZ, J.M., *Historia del pensamiento estético árabe. Al-Ándalus y la estética árabe clásica*. Madrid, Edit. Akal, 1997.
- PUERTA VÍLCHEZ, J.M., “Estéticas de la luz, el tiempo y la apariencia en la arquitectura áulica Andalusí”, en BORRÁS GUALIS, G.M. y CABAÑERO SUBIZA, B., (Coords.), *La Aljafería y el Arte del Islam occidental en el siglo XI*. Zaragoza, Diputación, 2012, pp. 135-176.
- TATARKIEWICZ, W., *La estética Medieval. Historia de la estética*. Vol. II. Madrid, Edit. Akal, 2007.

“Joyas pintadas”. La platería de oro en los retratos de Antonio Moro, Alonso Sánchez Coello y Juan Pantoja de la Cruz

IRENE LARA CUEVAS

Resumen:

El presente trabajo aborda el estudio de las tipologías joyeras usadas en la corte española desde el siglo XVI hasta la década de 1630, valiéndonos para ello de las representaciones -casi fotográficas en algunos casos por su extraordinario detallismo- realizadas por los pintores de cámara Antonio Moro, Alonso Sánchez Coello y Juan Pantoja de la Cruz. Se estudia qué es una joya, su función y sus valores asociados, como también su diseño y estética, descartando las tipologías menos comunes o las que gozan de menor consideración. Además se describirán las joyas masculinas, femeninas e infantiles, concluyendo nuestro recorrido con el análisis de dos piezas históricas de renombre internacional ligadas a la monarquía española.

Palabras clave: Joyería, Siglo XVI, España, retratos, Corte, La Peregrina, El Estanque.

* * * * *

1. La joyería pintada como testimonio histórico, iconográfico y tipológico.

La joyería existe desde las primeras civilizaciones y se recurre a su uso para embellecer y exaltar el aspecto de sus portadores; además es un elemento diferenciador de estatus social, empleado siempre como un objeto manifestante de cualquier tipo de poder, siendo a su vez un reflejo y producto de la sociedad en la que es producida¹.

Durante el siglo XVI el empleo de alhajas en los ambientes cortesanos era un hecho innegable. Las personalidades de alto linaje adornaban con ellas su cuerpo y sus vestimentas, dejando así constancia de su posición social y su autoridad. Los modelos a seguir y las modas eran impuestas por los monarcas en los diferentes países. Aparte de su valor intrínseco hay que destacar el documental, sociológico, técnico, profiláctico, sagrado, e incluso personal.

Nuestro estudio solo va a hacer referencia a las alhajas más comúnmente usadas por la corte y de las que conocemos su aspecto gracias a diversos ejemplares conservados, a minuciosas descripciones en inventarios y en el Códice de Guadalupe², a los dibujos de exámenes del gremio de joyeros de distintas ciudades, además de por su representación en los retratos cortesanos.

El motivo principal de utilizar los retratos de corte realizados por los pintores de cámara de los monarcas Felipe II y Felipe III, Antonio Moro, Alonso Sánchez Coello y Juan Pantoja de la Cruz es que son unos documentos fundamentales y muy veraces para conocer el aspecto de las diversas tipologías joyeras renacentistas y manieristas, puesto que su estilo pictórico se

caracteriza por el uso de una pincelada muy prieta, un dibujo muy marcado y definido, y un detallismo exacerbado y preciosista.

2. Alhajas y tipologías joyeras durante el reinado de Felipe II y Felipe III.

Las piezas del periodo renacentista y manierista presentan características semejantes al resto de Europa en cuanto a tipología y temas debido al constante intercambio de piezas y al traslado de los joyeros³ a distintos centros de producción.



Fig. 1. *Brinco* (S. XVI). Oro esmaltado con esmeraldas, perlas y esmaltes. British Museum, Londres.

Las joyas durante el reinado de Felipe II estaban realizadas en oro de veinte quilates, aderezadas con piedras preciosas engastadas a bisel, perlas y esmaltes embutidos⁴. Combinándose generalmente el uso de esmeraldas extraídas de las minas colombianas, perlas caribeñas y diamantes, estos últimos tintados de negro por su reverso para mejorar su brillo. Las materias primas llegaban a España desde los distintos territorios de la corona en el continente americano, pero también como consecuencia del comercio de España con Oriente encontraremos piezas procedentes de esos países, destacando su presencia a partir del siglo XVII.

Las imágenes más comunes las podemos dividir en tres grupos. Entre los motivos religiosos destacan el uso de la cruz, escenas de la Pasión de Cristo, medallas con la Virgen María, santos protectores, relicarios, monogramas como IHS y AM, el *Agnus Dei* y el Sagrado Corazón de Jesús. En el grupo de imágenes mitológicas con escenas paganas de la antigüedad, hay que sumar los bestiarios que tendrán gran importancia y desarrollo sobre todo en los pinjantes o brincos; y por último podríamos agrupar las piezas que presentan como motivos decorativos las iniciales del portador, pequeños retratillos portátiles ya fueran pintados o labrados en camafeos, generalmente del monarca, emblemas civiles o cofrades, etc.

Junto con las alhajas, la moda es un elemento fundamental para hacer visible el poder, ya que actúa como marcador sociológico, estando la joya directamente relacionada con el vestido. La corte de la casa Habsburgo se regía por la etiqueta borgoñona desde que Carlos I la introdujo en España durante su reinado. Ésta se caracterizaba por la rigidez que se traspasada a la moda con el uso de prendas que reducían el movimiento del

cuerpo y dotaba a la persona de una posición distinguida y aspecto grave como veremos en los retratos siguientes.

2.1. Joyas femeninas.

Los vestidos femeninos⁵ como las prendas masculinas en menor medida, iban aderezados con una serie de piezas de joyería que formaban parte constitutiva del mismo. Éstas eran cosidas cuando iban a ser utilizadas y descosidas para ser usadas en otros conjuntos. De oro o plata, estaban adornadas con perlas, esmaltes, ámbar para perfumar y piedras preciosas que presentaban de manera generalizada motivos vegetales y geométricos. Todas estas piezas estaban cuidadosamente registradas e inventariadas por su propio valor intrínseco, aunque a veces las piedras preciosas como diamantes y esmeraldas eran sustituidas por gemas de menor valor como por ejemplo el cristal de roca usado como imitador del diamante.

Comenzamos nuestro recorrido por los cierres de los vestidos que estaban formados por dos piezas, los conjuntos de botonadura, dispuestos generalmente en el cartón de pecho, en las mangas e incluso en la cintura; y las puntas, herretes o cabos, piezas de metal con base triangular o cuadrada que rematan en punta. Éstas se colocan en las cintas de cierre y sujeción de las faldas y mangas enriqueciendo su aspecto (figs. 5, 6, 7)

El siguiente tipo de joya que formaba parte de la indumentaria femenina son las cintas de cadera, ceñidores compuestos de piezas y entrepiezas de orfebrería que se colocaban sobre la forma de V apuntada del cuerpo de la saya, cerrado en la parte baja por una brocha, una pieza de mayor tamaño y profusión decorativa. Generalmente realizadas en oro,

“Joyas pintadas”. La platería de oro en los retratos de Antonio Moro, Alonso Sánchez Coello y Juan Pantoja de la Cruz

Irene Lara Cuevas

iban decoradas en relieve con motivos vegetales y geométricos policromados con esmalte. Su uso comienza a generalizarse a partir de 1530 (figs. 5, 7, 15).



Fig. 2. *Brinco de Sirena*. Siglo XVI. Oro esmaltado, esmeraldas, diamantes y perla. British Museum, Londres.

Fig. 3. *Collar de San Fernando*. S. XVI-XVII. Oro esmaltado, zafiro y perlas. Hispanic Society of America, Nueva York.

Fig. 4. *Sortija-reloj*. S. XVI. Oro esmaltado. Victoria & Albert Museum, Londres.

Los aderezos de gorra también tienen gran importancia pues portaban multitud de piezas diferentes. Desde el reinado de los Reyes Católicos los ornatos más comunes eran los brincos, pequeñas figurillas independientes colgadas de dos o tres cadenillas con diversas temáticas figurativas, la mayoría cargadas de simbolismo, relacionadas con emblemas y bestiarios (figs. 1 y 2). El resto de piezas más comunes eran las plumas,

“Joyas pintadas”. La platería de oro en los retratos de Antonio Moro,
Alonso Sánchez Coello y Juan Pantoja de la Cruz

Irene Lara Cuevas

penachos, perlas pinjantes, broches con piedras preciosas, medallas, además de camafeos (figs. 5, 7, 15).



Fig. 5. Alonso Sánchez Coello, *Isabel Clara Eugenia y Magdalena Ruiz*, 1585-1588. Museo del Prado, Madrid.



Fig.6 Antonio Moro, *La Emperatriz María de Austria*, 1551. Museo del Prado, Madrid.

Los peinados de la época también se adornaban con cintas enjoyadas o apretadores, además de rosetas y horquillas enjoyadas, siendo muy característico el uso de la toca de papos durante la primera mitad del siglo XVI. Ésta era un velo

transparente que caía sobre la cabeza y la parte posterior al cuello, disponiéndose sobre el pecho en dos puntas que se unían con un brinco (fig. 6).

Las joyas que no forman parte constructiva del vestido comprenden un amplio grupo compuesto por el uso ininterrumpido de varias sortijas por mano, caracterizadas por tener un chatón en el frontal con una gema engastada o camafeos con efigies que la mayoría de las veces iban enmarcados por una guirnalda en relieve o/y esmaltada. Las sortijas eran mostradas además en numerosos casos a través de los guantes de piel, ya que estos disponían de unas ranuras dispuestas a la altura de éstas en los dedos. (figs. 4, 5, 6, 7 y 15).

Las manillas eran grandes pulseras usadas en parejas ceñidas a las muñecas o en el antebrazo. Estaban compuestas por cintas o cadenas adornadas normalmente con piezas y entropiezas (fig. 15), con frecuencia presentan decoración geométrica y vegetal e iban a juego con la cinta de cadera y la gargantilla⁶, colocada esta última debajo del cuello de lechuguilla (figs. 5 y 7).

A medida que avanza el s. XVI el uso de pendientes irá decayendo puesto que el tamaño de los cuellos de lechuguilla irá incrementado hasta llegar a cubrir las orejas (fig. 6). Generalmente estaban realizados en oro de los que colgaban perlas periformes.

Las joyas con mayor desarrollo y variantes serán los collares y joyeles que penden de ellos. Los más destacados son las gargantillas anteriormente mencionadas y los collares largos de piezas y entropiezas de menor tamaño que los anteriores de los que se colgaban distintos joyeles (fig.5). Los collares de perlas eran muy recurridos, dispuestos generalmente con doble vuelta o

“Joyas pintadas”. La platería de oro en los retratos de Antonio Moro,
Alonso Sánchez Coello y Juan Pantoja de la Cruz

Irene Lara Cuevas

un nudo en la parte baja (figs.7 y 17), al igual que los rosarios, siendo un signo de demostración pública de la fe, gusto del que participaban todas las clases sociales, distinguiéndose por sus materiales constitutivos (fig.5).



**Fig.7. Juan Pantoja de la Cruz, *Isabel de Valois*, 1604-1608.
Museo del Prado, Madrid.**

“Joyas pintadas”. La platería de oro en los retratos de Antonio Moro, Alonso Sánchez Coello y Juan Pantoja de la Cruz

Irene Lara Cuevas

Los joyeles más comunes que colgaban de los collares mencionados y sobre todo de cadenas de eslabones eran las cruces (fig. 6), los camafeos o pequeños retratillos (fig. 5), pomas de olor (fig. 11), medallas religiosas (fig. 5), además de los pinjantes o brincos (figs. 1, 2 y 6).

Por último, hacer referencia al extendido uso de los metales preciosos entre la elite para conformar ricos objetos de lujo, poniendo como ejemplo el uso de la piel de marta decorada con piezas de joyería y gemas preciosas además de perlas, recreando la cabeza y las patas del animal, como se puede ver en el retrato de la reina Isabel de Valois realizado por Pantoja de la Cruz entre 1604 y 1608 (fig. 7).



Fig. 8. Alonso Sánchez Coello, *El Príncipe Don Carlos*, 1557. Museo del Prado, Madrid.

2.2 Joyas masculinas.

Durante el siglo XVI, con la llegada del Humanismo, y los siglos posteriores, el hombre se adorna tanto como la mujer con joyas, ricos tejidos bordados, pieles, ornamentos y complementos de todo tipo, reflejando el deseo de acentuar la elegancia, la masculinidad y el poder.

Las alhajas usadas por los caballeros manieristas se dividen en dos grupos, las de carácter funcional y las de adorno personal, siendo ambas tipologías un vehículo transmisor del poderío de su portador.

El traje masculino durante el s. XVI se componía, por la parte superior, del jubón, que se ceñía al torso dotándolo de un aspecto de coraza, rematándose con un cuello de lechuguilla, mientras que en la parte inferior los caballeros vestían medias y calzas que daban aspecto abultado a las caderas y a la bragueta. Para calmar el frío usaban la ropilla, abrigos que cubrían parcialmente las calzas, el colete que no contaba con mangas, o el bohemio a modo de capa corta. La vestimenta general se completaba con zapatos y botas de cuero y terciopelo tintados, además de guantes de piel, sombreros y gorras. El atavío alternativo es la armadura militar que los caballeros vestían en actos importantes y actos solemnes, aunque solo usaban la parte superior, completando el resto de la vestimenta las medias y calzas.

Las joyas más comúnmente usadas como complemento del traje son las botonaduras de los jubones (fig. 8), enfatizando las líneas de la prenda, siempre realizadas en oro y plata y decoradas con ricos esmaltes, perlas y piedras preciosas engarzadas que se descosían al final de la jornada. Los cinturones de los que pendía la espada era un complemento masculino indispensable, destacando de ellos las ricas hebillas de oro y plata con decoración repujada, generalmente motivos vegetales, escudos o iniciales del portador, policromados con esmalte tabicado (figs. 8 y 9).



Fig. 9. *Insignia o placa de cofradía con anagrama de Ave María. 1620-1630. Textil, vidrio y bronce. Colección Fundación Lázaro Galdiano, Madrid.*

“Joyas pintadas”. La platería de oro en los retratos de Antonio Moro,
Alonso Sánchez Coello y Juan Pantoja de la Cruz

Irene Lara Cuevas



**Fig. 10. Alonso Sánchez Coello, *Don Juan de Austria*, 1565.
Monasterio de las Descalzas Reales, Madrid.**

Las alhajas más representativas portadas en gorras y sombreros eran las plumas, guarniciones de pasamanería, medallas religiosas y militares, insignias, perlas, piedras preciosas, camafeos y brincos, además de cintas. Todo ello se solía disponer en el lado izquierdo⁷ (fig. 8). Respecto a las

piezas de joyería usadas con total independencia de las prendas debemos destacar el uso de sortijas, collares y joyeles a la altura del pecho que cuelgan de ricas cintas de tela o cadenas de piezas y entrepiezas decoradas con motivos vegetales o iniciales, normalmente labradas en oro o figuradas mediante el uso de esmaltes, gemas y perlas (fig. 10).

Los dijes más comunes son las cruces y las insignias, emblemas o distintivos de una cofradía (fig. 9), cargo o dignidad civil, militar o eclesiástica, que diferencia sus miembros, elevando así su condición social y estatus. La más representada y con mayor importancia hasta nuestros días, será la Orden del Toisón de Oro⁸, orden de caballería creada en 1430 por Felipe II, duque de Borgoña. Llega a España con Felipe el Hermoso y pasará de generación en generación hasta la actualidad. Confirma a todos sus miembros elegidos por el titular, el rey, como fieles defensores del catolicismo, como dice su lema “collar y fe” y “otra no habrá”, reflejando la condición de que sus miembros no podrían permanecer a otra orden⁹. Su símbolo es el vellocino de oro que tiene su origen mitológico en la piel de cordero de oro de la Cólquide rescatado por Jasón y los Argonautas y también en el vellocino de Gedeón, enlazándolo directamente con el símbolo del *Agnus Dei* (fig. 10).

2.3 Joyas y amuletos infantiles.

Al estudiar las joyas infantiles es imprescindible hablar de los materiales usados y de los poderes profilácticos asociados a éstos, ya que aparte de adornar tenían una función más importante, la de proteger a los pequeños de cualquier mal, gesto que muestra la preocupación por la alta tasa de mortalidad infantil de la época. Por lo tanto, podemos dividir las alhajas

“Joyas pintadas”. La platería de oro en los retratos de Antonio Moro,
Alonso Sánchez Coello y Juan Pantoja de la Cruz

Irene Lara Cuevas

usadas por los niños en tres grupos tipológicos: el religioso, el de adorno propiamente dicho y el de carácter profiláctico, ya que a pesar de la fe extrema profesada durante en s. XVI, las creencias profanas estaban muy arraigadas entre las distintas clases sociales.

Entre los materiales constitutivos más comúnmente usados desde la antigüedad a los que se les atribuye poderes protectores destacan el cristal de roca al que se consideraba hielo endurecido, el coral que se pensaba sangre de la Gorgona y más tarde de Cristo, o el azabache usado contra los poderes malignos y negativos.



**Fig. 11. Juan Pantoja de la Cruz, *La Infanta Ana Mauricia*, 1602.
Monasterio de las Descalzas Reales, Madrid.**

Como muestran los retratos, los infantes de corta edad que aún no se tenían en pie (fig. 11) portan a la cintura un ceñidor de tela o metal conocido como “cinturón de lactante o mágico” del que cuelgan diversos dijes, llevados en algunos casos al cuello. Los más comúnmente usados para la protección son las higas, realizadas generalmente en azabache o cristal de roca (fig. 13). Cuentan con forma de mano con el puño cerrado y el extremo del dedo pulgar asomado entre los dedos pulgar e índice; era usado contra el mal de ojo, como los brazos de coral rojo que normalmente van engastados en un extremo por un casquillo de filigrana para su sujeción. Las higas presentan un cambio compositivo cuando presentan los dedos índice y pulgar uniendo sus puntas. Además, se extiende el uso de campanillas contra las brujas y las garras de animales (tejón generalmente) y avellanas de oro para combatir maleficios.



Fig. 12. Cruz relicario. S. XVII. Oro esmaltado.
Fundación Lázaro Galdiano, Madrid.

Fig. 13. Higa. 1576-1625. Vidrio, plata y cristal de roca tallado.
Fundación Lázaro Galdiano, Madrid.

Otro grupo de dijes combinado con los anteriores son los de carácter religioso, siendo los más comunes las cruces, relicarios (fig. 12), medallas con temas devocionales, pectorales con los anagramas de IHS o AM, retablillos con figuras religiosas o alegóricas e incluso textos con oraciones. La última tipología de dijes destaca por su valor funcional como los sonajeros y las pomas de olor (fig. 11).

Completando el grupo de joyas portadas por los pequeños infantes, que no contaban con ninguna simbología y que son comunes a la de los adultos y niños de mayor edad se encuentran las pulseras y sortijas aderezadas con piedras preciosas (fig. 11), destacando el uso de la esmeralda y el diamante, y esmaltes de colores, además de grandes pectorales con las iniciales del personaje portador o el escudo heráldico familiar, camafeos con la efigie de alguno de sus antepasados, santos o con escenas mitológicas o religiosas.

3. Joyas con nombre propio. La Peregrina, El Estanque y el “Joyel Rico” de los Austrías.

Las siguientes piezas históricas, conocidas internacionalmente por su matiz legendario, han estado ligadas desde antiguo al prestigio y poder de la monarquía española, siendo símbolos de ésta, a la vez que exponente del suntuoso gusto manierista.

La Peregrina (figs. 15, 16 y 17) es una perla periforme de 58 quilates y medio, pescada en Terarique, Panamá, hacia 1515 y traída desde allí en 1580 por el aguacil de la ciudad, Diego del Telves, como ofrenda a Felipe II¹⁰.

“Joyas pintadas”. La platería de oro en los retratos de Antonio Moro, Alonso Sánchez Coello y Juan Pantoja de la Cruz

Irene Lara Cuevas

Su nombre era sinónimo de raro y especial en la época, aunque también es conocida como “La Margarita”, “La Huérfana” y “La Sola” ya que no era común encontrar perlas de ese tamaño, peso y buen oriente. Numerosos artistas especializados en el campo de la orfebrería hicieron referencia a ella, según Giacomo da Trezzo tenía un valor incalculable, mientras que Juan de Arfe incluía en la segunda edición de su *Quilatador de oro, plata y Piedras* (1598), una descripción de la perla a la que compara en tamaño con una aceituna cordobesa.



Fig. 14. Juan Pantoja de la Cruz, *Margarita de Austria*, 1606.
Museo del Prado, Madrid

El Estanque es un diamante de 100 quilates que fue comprado por Felipe II en Amberes a Carlo Affetato, estando aun sin tallar, pagando por él 8.000 coronas, con motivo de sus esponsales con Isabel de Valois. Varias descripciones de la época nos permiten conocer su aspecto y características, insistiendo en su gran tamaño reseñado como un huevo de paloma, de buena calidad y ausencia de inclusiones, estando solo tallado cuadrado en tabla por el anverso mientras que el reverso estaba cubierto por una guarnición de oro labrado con motivos vegetales y frutales, esmaltado en oro blanco y rojo que componía en joyel y el cóncave.

A la pieza anterior estuvo unida la famosa Peregrina formando parte del conocido “Joyel Rico” de los Austrias como perla pinjante, del que se desconoce su autoría a pesar de la relevancia del conjunto, usada por la familia real durante ocho generaciones. Se han conservado numerosas descripciones de la pieza al completo y su uso en diferentes ceremoniales por los miembros de la familia real a través de inventarios, escritos de cronistas o literatos de la época, además de su representación en numerosos retratos que lo presentan dispuesto en el pecho, sujeto mediante una cadena o gargantilla o como adorno de vestido sujeto a éste por un lazo, mientras que la perla la encontramos en numerosas representaciones sola como adorno del tocado de reinas y de monarcas que la usaban como aderezo de gorra (figs. 15 y 17).

El “Joyel Rico” con todas sus piezas, junto con toda la colección real de joyas, pasó a manos del rey José I Bonaparte durante la ocupación francesa. La perla fue regalada por éste a su cuñada, Hortensia de Holanda, para sufragar la carrera de su sobrino, Napoleón III, quien la vendió al Duque de Abercorn como regalo para su esposa. La siguiente noticia sobre la gran

“Joyas pintadas”. La platería de oro en los retratos de Antonio Moro, Alonso Sánchez Coello y Juan Pantoja de la Cruz

Irene Lara Cuevas

perla acontece en la década de 1910 cuando la joyería R.G. Hennells & Sons de Londres compra la pieza al duque por 35.000 £, con la intención de revenderla. El rey Alfonso XIII intenta adquirirla, pero finalmente el elevado precio se lo impide, pasando a manos de Judge Geary y posteriormente a ser propiedad de Henry Hutingdon.



Fig.15. *Perla La Peregrina*. Siglo XVI. Montura de platino con diamantes. S.XIX. Propiedad Privada.



Fig.16. Alonso Sánchez Coello, *Ana de Austria*, (det.), 1571. Kunsthistorisches Museum, Viena.

En 1969 la Peregrina sale a subasta en la galería neoyorkina de Parke Bernet, pujando por ella Alfonso de Borbón y Dampierre, nieto de Alfonso XIII, pero finalmente fue adquirida por el actor Richard Burton con la intención de regalársela a su esposa, Elisabeth Taylor. De nuevo la perla fue subastada tras la muerte de ésta en 2011, junto a una gargantilla diseñada por la

actriz y Cartier en 1972 para llevarla. Su precio de salida en la subasta era de 2.000.000\$ rematándose por 11.842.500\$.

Mientras, se especula que el Estanque fue recuperado por Fernando VII, engarzándolo en la empuñadura de una espada para su suegro, Felipe de Parma Dos Sicilias, con motivo de su enlace con María Cristina, desconociéndose su paradero desde entonces.

Notas:

¹ARBETETA MIRA, L., *El arte de la joyería en la Colección Lázaro Galdiano*. Madrid, Fundación Lázaro Galdiano, Caja Segovia y Obra Social y Cultural, 2003, p. 6.

² El Códice de Guadalupe (Siglos XVIII y XIX) recoge la descripción de ciertas piedras del tesoro de la Virgen extremeña y los nombres de algunos de sus donantes, destacando los dibujos y grabados detallados que acompañan las descripciones.

³Las piezas de joyería son anónimas ya que sus artífices no marcaban sus obras, aunque existen varias excepciones en las que se produce el caso de que el realizador de la joya es un artista de estimado renombre internacional y se conoce el encargo y su autoría.

⁴ ARBETETA MIRA, L., *La joyería española de Felipe II a Alfonso XIII*. Madrid, Editorial Nerea, 1998, p. 28.

⁵ Para mayor información véase COSGRAVE, G., *Historia de la moda: desde Egipto hasta nuestros días*. Barcelona, Editorial Gustavo Chili, 2006, pp. 111-139.

⁶ Tanto los collares de garganta como las cintas de caderas se ampliaban y acortaban para así adoptarse a la silueta de la usuaria. Véase en: MULLER, P.E., *Joyas en España 1500-1800*. Madrid, Ediciones el Viso, 2012, p. 61.

⁷ Hay crónicas en las que se indican que el uso de la pluma y los aderezos en gorras y sombreros dispuestos en el lado izquierdo se debe a que en Francia, país enemigo durante el reinado de la Casa Habsburgo en España, la usaban en el lado contrario y no querían imitarlos, aunque existen excepciones. BENIS. C., “La moda en la España de Felipe II”, en PÉREZ SÁNCHEZ, A.

“Joyas pintadas”. La platería de oro en los retratos de Antonio Moro, Alonso Sánchez Coello y Juan Pantoja de la Cruz

Irene Lara Cuevas

E. y otros., *Alonso Sánchez Coello y el retrato en la corte de Felipe II*. Madrid, Museo del Prado, Editorial El Viso, 1990, p. 84.

⁸ Para un breve resumen de la historia de la Orden de Toisón de Oro véase: RAYÓN, F. y SANPEDRO, J.L., “La Peregrina” y “Los toisones de Suiza”, en *Las joyas de las reinas de España. La desconocida historia de las alhajas reales*. Barcelona, Editorial Planeta, 2004, pp. 187-205.

⁹ Los collares de la orden están numerados y son entregados en forma de nombramiento honorífico, pero a la muerte de su propietario han de ser devueltos al titular de la orden, el monarca.

¹⁰ Véase HERNÁNDEZ PERERA, J., “Velázquez y las joyas”. *Archivo Español de Arte*, XXXIII, 1960, pp. 264-265. Hernández aporta datos más concretos sobre la perla que el resto de expertos como la fecha de su pesca y el lugar, conocido como La Isla Rica de las Perlas, e incluso una segunda versión de cómo llegó a manos del rey Felipe II.

Referencias bibliográficas:

ARBETETA MIRA, L., *La joyería española de Felipe II a Alfonso XIII*. Madrid, Editorial Nerea, 1998.

ARBETETA MIRA, L., *El arte de la joyería en la Colección Lázaro Galdiano*. Madrid, Fundación Lázaro Galdiano, Caja Segovia y Obra Social y Cultural, 2003.

ARBETETA MIRA, L., “Los brincos o pinjantes, una moda española en la Europa del S. XVI”, en RIVAS CARMONA, L. (coord.), *Estudios de platería. San Eloy 2005*. Murcia, Universidad de Murcia, Secretariado de Publicaciones e Intercambio Científico, 2005, pp. 49-66.

BENIS, C., “La moda en la España de Felipe II”, en PÉREZ SÁNCHEZ, A. E. y otros., *Alonso Sánchez Coello y el retrato en la corte de Felipe II*. Madrid, Museo del Prado, Editorial El Viso, 1990, pp. 71-84.

BURKE, P., *Visto y no visto: el uso de la imagen como documento histórico*. Barcelona, Editorial Crítica, 2001.

COSGRAVE, G., *Historia de la moda: desde Egipto hasta nuestros días*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 2006.

GARCÍA RODRÍGUEZ, S. y RAMIRO CHICO, A., *Libro de joyas de Nuestra Señora Santa María de Guadalupe*. Mérida, Ediciones Guadalupe, 2005.

“Joyas pintadas”. La platería de oro en los retratos de Antonio Moro,
Alonso Sánchez Coello y Juan Pantoja de la Cruz
Irene Lara Cuevas

- HORCAJO PALOMERO, N., *Joyería europea del Siglo XVI: Estudio tipológico y temático*. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 1992.
- HORCAJO PALOMERO, N., “Los colgantes renacentistas”. *Espacio, Tiempo y Forma, Hª del Arte. Serie VII*, t. 11, 1998, pp. 81-102.
- HORCAJO PALOMERO, N., “La imagen de Carlos V y Felipe II en las joyas del siglo XVI”. *Archivo Español de Arte*, LXXV, nº 297, 2002, pp. 23-38.
- HORCAJO PALOMERO, N., “Joyas pintadas. Otra forma de ver las joyas, 2”, en RIVAS CARMONA, J., (ed.), *Estudios de Platería. San Eloy* 2008. Murcia, Universidad de Murcia, Servicio de Publicaciones, 2008, pp. 287-303.
- MARTÍN BOURGON, MªT., *La monarquía española en la pintura. Los Austrias*. Barcelona, Carroggio, S.A. de Ediciones, 2004.
- MULLER, P.E., *Joyas en España 1500-1800*. Madrid, Ediciones el Viso, 2012.
- PÉREZ SÁNCHEZ, A. E. y otros., *Alonso Sánchez Coello y el retrato de corte de Felipe II*. Madrid, Museo del Prado, Editorial El Viso, 1990.
- RAYÓN, F. y SANPEDRO, J.L., “La Peregrina” y “Los toisones de Suiza”, en *Las joyas de las reinas de España. La desconocida historia de las alhajas reales*. Barcelona, Editorial Planeta, 2004, pp. 137-161 y 187-205.

Fuentes de Internet:

CHRISTIE'S. Sale 2623. The Collection of Elisabeth Taylor: The Legendary Jewels. (1).Evening Sale. 13 Diciembre 2011. Nueva York, Rockefeller Plaza. <http://www.christies.com/lotfinder/jewelry/la-peregrina-a-natural-pearl-diamond-5507887-details.aspx> (Consultado: 04/04/2013)

Más allá de lo efímero. Cinco catafalcos conservados en España y México

CARMEN MANUELA ROCAMORA JIMÉNEZ

Resumen:

En los siglos del barroco se organizaban en toda Europa e Hispanoamérica lo que conocemos como “fiestas barrocas” para conmemorar, celebrar u honrar diversos sucesos. Una de estas conmemoraciones era las exequias a la muerte de un personaje ilustre, para la cual se construía un túmulo donde se disponía un programa iconográfico con sentido propagandístico, el cual al fin de las ceremonias se desecharía. Estas estructuras también fueron usadas por algunas órdenes religiosas, teniendo en este caso un carácter duradero y un uso comunitario, además de un programa iconográfico de temáticas más populares y generales. Este trabajo reúne los análisis iconográficos de cinco estructuras fúnebres de este tipo conservadas hasta hoy, pertenecientes a los siglos XVIII y XIX: tres de ellas están en España en Zamora y Toledo, mientras que las otras dos se conservan en México, una en Toluca y otra en Taxco.

Palabras clave: Iconografía, fiesta barroca, arquitectura efímera, catafalco, España, México, postrimerías.

* * * * *

Más allá de los efímero.

Cinco catafalcos conservados en España y México

Carmen Manuela Rocamora Jiménez

1. Arquitectura para la muerte. Los túmulos.

Las celebraciones del Barroco estaban organizadas por el poder tanto político como religioso. Era una forma de enseñar a la población y de hacer que mediante el entusiasmo de las mismas se olvidasen de los muchos problemas que tenían.

Parte importante de estas celebraciones era la construcción de toda una serie de arquitecturas efímeras, que una vez acabado el ceremonial se desmontaban y bien se reutilizaban para otras maquinarias posteriores o bien se desechaban. En el caso de los túmulos, eran grandes estructuras de planta centralizada que se disponían en el interior de las iglesias o catedrales para honrar la muerte de un personaje ilustre, destacando los realizados para honrar la muerte de un rey.

Esta estructura no era solo un mero sustituto de la urna funeraria, sino todo un dispositivo comunicativo, instructor y propagandístico de la autoridad real mediante jeroglíficos de temática religiosa y política que dejaban constancia de las virtudes del difunto y de los hechos importantes de su vida. El catafalco se adornaba con toda una serie de esculturas, pinturas, relieves, poesías, banderolas y luminaria.

2. Jeroglíficos.

En muchas ocasiones los jeroglíficos que se incluyen en la maquinaria funeraria están inspirados en emblemas. Los jeroglíficos empiezan a conocerse por toda Europa a finales del s. XV, cuando el libro de Horapolo titulado *Hieroglyphica*¹, llegado a Florencia en las primeras décadas de siglo, comienza a

difundirse. En este contexto Alciato será quien creará el género emblemático con *Emblematum liber*.

La estructura común de los jeroglíficos está compuesta por un mote o lema, que aporta una frase o sentencia en relación a la imagen para completar su significado; la imagen, figura o cuerpo, que puede estar enmarcada o no en una cartela englobando cualquier tipo de representación, encargada de transmitir la mayor parte del mensaje, pues la mayoría de la población no sabía leer y solo atendería a ella y el epigrama, *subscriptio* o *declaratio*, un texto que termina de completar el sentido del jeroglífico, normalmente escrito en verso para que quedase mejor en la memoria del lector².

3. Catafalcos conservados.

Las entidades privadas también encargaban la realización de un catafalco para disponerlo en los funerales de sus miembros. Éstos ya no eran pensados para ser inmediatamente desmontados, desechados o reutilizados, sino que tenían un carácter más permanente ligado a la liturgia. Algunas cofradías y órdenes religiosas tendrían uno para dichos funerales de los hermanos, que también usarían en fechas señaladas como el día del patrón o de los difuntos.

La estructura en este caso es muy sencilla y piramidal: una fisonomía a base de cajones superpuestos de mayor a menor tamaño conforme se avanza en altura en los cuales figuran representaciones alusivas a la muerte y las postrimerías, incluyendo motivos relacionados con algunos santos y órdenes religiosas³.

El programa iconográfico se sostiene a base sólo de pintura, más barata que las esculturas. En los túmulos españoles reina la temática religiosa, frente a los mexicanos, donde ganan terreno los temas mitológicos y profanos. Todos abordan temas generales, no centrándose ya en hechos de la vida de un único personaje, precisamente por el uso comunitario de los mismos.

4. Las postrimerías o los cuatro novísimos.

Los novísimos constituyen para el cristianismo la parte final de la existencia terrena y son: la muerte y el juicio final por un lado, comunes a todos; y por otro lado gloria, infierno y purgatorio, por los cuales pasará el hombre de manera individual en relación a sus actos en vida⁴.

Muerte: la muerte se presenta mediante calaveras que pueden ir coronadas y acompañadas por tibias cruzadas, aludiendo al carácter caduco de la vida y al poder igualitario de la muerte. Se suelen disponer repetidamente a lo largo del túmulo para acentuar su triunfo: la muerte reina por encima de todas las cosas. La calavera sería la versión “abreviada” de la muerte, cuya representación primordial es el esqueleto, mostrando su dominio asolador mediante diferentes acciones.

Infierno: ha sido un temor común para todas las civilizaciones. Encontramos breves descripciones sobre él tanto en textos canónicos como apócrifos. En el Antiguo Testamento se describe como un lugar bajo tierra, a modo de fosa, oscuro, polvoriento, con gusanos, etc.⁵. En el evangelio de san Lucas aparece ya la idea del infierno asociada a un lugar excesivamente cálido y con llamas⁶.

La mayoría de la iconografía del infierno se debe a la representación de autos sacramentales en los cuales intervenían en escena diablos con una serie de atributos como arcabuces, culebrinas y morteros. A partir de esto se dará una multiplicación del diablo en multitud de seres infernales o diablillos.

En el cristianismo los demonios son ángeles caídos debido a su rebeldía, que personifican el mal moral y tientan constantemente al hombre. En su representación hay una serie de rasgos constantes: cuernos, garras, alas de murciélago, facciones bestiales, etc., y aparecen atormentando a los condenados en el infierno⁷. También pueden aparecer en forma de serpiente, dragón o macho cabrío o cuernos, orejas de animal, cola simiesca y patas de cabrito. En general su apariencia es desagradable adoptando formas monstruosas de muy diversa índole.

El atributo por excelencia asociado a la figura del demonio es el tridente, el cual es a su vez atributo identificador del dios griego del mar Poseidón, un dios poderoso y violento que descargaba su furia sobre otros personajes atormentándolos⁸.

Leviatán es la encarnación del demonio más conocida. Su descripción aparece ya en libros del Antiguo Testamento. Muchas veces se ha representado al infierno con las fauces de Leviatán abiertas con afilados colmillos. En el libro de Job se le describe como una bestia de gran tamaño con doble dentadura, piel muy dura y que expulsa llamas y humo.

Purgatorio: en el barroco fue un tema muy recurrente, concebido como un lugar donde las almas ruegan por su salvación. Su representación se caracteriza por situar a los

purgantes rogando por su salvación entre llamas. Sobre ellos se suele representar una figura intercesora encargada de salvar a las almas purgantes, además de ángeles que las consuelan⁹. Las almas se representan desnudas en actitud orante, con los rostros serenos, a diferencia de las almas condenadas al infierno, cuyo rostro refleja el horror.

En las figuras intercesoras destacan la Virgen y el arcángel san Miguel. La Virgen es la gran “abogada” de las almas purgantes por ser la figura más cercana a la divinidad y por haber nacido sin pecado original. Se representa con su escapulario en forma de múltiples advocaciones, aunque la que más abunda es la de la Virgen del Carmen¹⁰.

San Miguel es el jefe de la milicia celeste, por tanto, un caballero o guerrero. En el Apocalipsis será quien salve a la mujer, que se interpretado como la Virgen o como la Iglesia, para lo cual derrota al dragón de las siete cabezas, que simboliza al demonio. Además, destaca por sus funciones de psicostasis (pesaje de las almas) y de psicopompo (guía de las almas de los difuntos hacia la otra vida y si procede hacia Dios)¹¹. Se le representa en actitud triunfante contra el dragón y vestido a modo de caballero y también ejerciendo su función de pesaje de las almas o en apariciones y milagros. En el purgatorio es común enlazar la tipología del combate contra del dragón con la de pesador de almas.

Gloria: Se le conoce también como el cielo, lugar donde las almas de los hombres sin cargos de pecado gozan de la bienaventuranza tras la muerte. En el *Apocalipsis de san Pablo*¹² aparecen descripciones y los personajes o seres que allí habitan: el espíritu santo, ángeles y Dios, descrito como un anciano

vestido de blanco, sentado en un resplandeciente trono. Dios Padre también se describe en la Biblia como un anciano de pelo blanco.

El Espíritu Santo, por su parte, se ha representado a lo largo de la historia bien en forma de rayo de luz o bien en forma de paloma.

Además de los novísimos aparecen en los túmulos otra serie de temas y representaciones que en general están orientados a incidir en el triunfo de la muerte frente a la futilidad de lo terrenal, es decir, la certeza de la caducidad de los bienes. Algunos ejemplos: reloj de arena, flor, figura de una joven con la mitad del cuerpo en forma de esqueleto, etc.

5. Túmulo del Santuario de Nuestra Señora de la Carballeda. Rionegro del Puente (Zamora).

El Santuario de Nuestra Señora de la Carballeda se sitúa en la localidad de Rionegro del Puente, perteneciente a la comarca de Carballeda, en la provincia de Zamora, cuya fábrica inicial data del siglo XV o quizá algo anterior. Se le conoce también como "Nuestra Señora de los Falifos" en relación a la hermandad del mismo nombre. Fue la misma hermandad quien encargó a Tomás Montesinos en 1722 la realización del túmulo que hoy se conserva en el Santuario.

La estructura del mismo la componen cuatro cajones de madera de nogal, donde se disponen las imágenes, escalonados de abajo arriba de mayor a menor tamaño y rematados por una escultura que representa a la Muerte triunfante en forma de esqueleto. Las representaciones de la cara frontal se encuentran

Más allá de los efímero.

Cinco catafalcos conservados en España y México

Carmen Manuela Rocamora Jiménez

realizadas en relieve, mientras que, en el resto de caras, las imágenes están pintadas directamente sobre la madera.

El programa iconográfico está basado en las postrimerías o novísimos, representando en el cuerpo inferior el infierno, seguido del purgatorio y por último del paraíso. En el último cuerpo se representan distintos atributos de poder, recordando el poder igualitario de la muerte, la cual aparece triunfante presidiendo el túmulo y portando atributos muy característicos: la azada y la guadaña. Por último, separando el primer cuerpo del segundo, hay un pequeño friso pintado de negro con calaveras en los extremos.



Fig. 1. Vista general del túmulo. Cara frontal con relieves, 1722.

Esta forma ascensional de representar las postrimerías con la gloria en la parte superior implica el mensaje de esperanza

propio del cristianismo, el cual promete una estancia eterna junto a Dios a todo aquel que en vida le haya sido fiel. La figura de la Muerte que remata el túmulo sería la encargada de hacer recordar a los vivos que deben ser conscientes del fin de la vida terrena y por ende de sus actos que son los que pesarán a la hora de la muerte.

6. Túmulo conservado en la ermita de la Virgen de las Encinas de Abraveses de Tera (Zamora).

Este catafalco se conserva en la ermita de la Virgen de las Encinas, en la localidad zamorana de Abraveses de Tera, de la comarca de Benavente y Los Valles. Catafalco posterior al del Santuario de Nuestra Señora de la Carballeda e inspirado en el mismo, por lo que el sentido del programa iconográfico es idéntico al anterior.



Fig. 2. Vista general de las cuatro caras del túmulo.

La estructura está compuesta del mismo modo: cuatro cajones escalonados presididos por la Muerte triunfante en

forma de esqueleto, que representan el infierno, el purgatorio y la gloria. Las representaciones del frente también están en relieve, mientras que las laterales están pintadas, al igual que en el anterior.

7. Catafalco de la Hermandad de Ánimas Benditas. Parroquia de Santa M^a Magdalena. La Torre de Esteban Hambrán (Toledo).

Este catafalco pertenece a la Cofradía de Ánimas Benditas, ubicada en La Torre de Esteban Hambrán (Toledo). El catafalco data de 1753, pintado por Luis Cosón, pintor, tallista y dorador, en el revés de los lienzos que conformaban otro más antiguo¹³. Es montado cada mes de noviembre en la iglesia de Sta. M^a Magdalena. El catafalco fue adquirido por la Cofradía entre 1791 y 1800, pero se desconoce a quién pertenecía con anterioridad¹⁴.

El conjunto está compuesto por siete tablas y doce lienzos, algunos de los cuales son reutilizados de un catafalco anterior, de esta manera, en el revés del que nos ocupa aún se pueden apreciar las antiguas pinturas, muy sencillas y poco profesionales, pues se realizaron sin preparación previa del soporte¹⁵.

Según Cruz Valdovinos, la disposición más lógica de la estructura del catafalco sería componiendo un hexágono formado por dos cuerpos: uno inferior y otro superior. Sin embargo, al documentarnos gráficamente, hemos visto como el catafalco en la actualidad es montado formando medio hexágono con tres niveles: inferior, medio y superior.

Hay varios conjuntos de lienzos, agrupados en grupos de tres, que conforman la estructura del catafalco. En primer lugar, hay tres con un lienzo central que sobresale en altura en la tabla. Esta figura central es ocupada por una figura intercesora en el purgatorio: la Virgen del Carmen flanqueada por la muerte en forma de escribano y de hidalgo; San Francisco de Asís



Fig. 3. Disposición actual del catafalco en forma de medio hexágono, 1791-1800.

flanqueado por dos calaveras con corona de laurel, representando a los poetas; y San Francisco de Paula flanqueado por dos calaveras con coronas representando a la nobleza.

Estos tres trípticos conforman tres caras contiguas del hexágono y sobre ellos se colocarían otro trío de lienzos, divididos en tres partes, dejando la del centro sin representación, justo en la zona que cubre el lienzo central del cuerpo inferior. En este cuerpo vuelve a aparecer la muerte ostentando un poder, así en dos de los trípticos aparece la muerte en forma de obispo y en forma de arzobispo. En el lienzo restante, perteneciente a la cara central, se representa en el extremo izquierdo una cruz sobre un monte inserta en el paisaje, mientras que en el extremo derecho se representa el escudo de la inquisición.

La otra mitad del hexágono la compondrían otros dos cuerpos en altura: inferior y superior. El piso inferior está compuesto por tres nuevos trípticos que presentan dos cartelas en los laterales y en el centro una figura donde de nuevo la muerte representa a algún poder de la sociedad bajo un dosel: rey, emperador y cardenal.

Sobre estos tres trípticos se colocarían otros tres paneles, esta vez unitarios. En uno de ellos destaca la figura de una dama cuya mitad izquierda está representada en forma de esqueleto, sosteniendo un abanico, mientras que en la otra mitad se la representa a modo de cortesana y portando dos rosas. En otro aparece la escena del Juicio Final donde un ángel niño sopla una bocina, mientras que el torso de un hombre surge del suelo con la mitad inferior representada como un esqueleto. En el último lienzo aparece el papa dentro de un féretro abierto, ya convertido en esqueleto, pero aun portando la cruz y la tiara papal.

El remate del túmulo lo componen siete tablas: dos esqueletos, dos plañideras, un alma bienaventurada, una cita bíblica y una meramente ornamental.

8. Túmulo del Carmen de Toluca. México.

Esta pira funeraria del siglo XVIII procede del antiguo convento carmelita del Carmen de Toluca y pasó a formar parte del Museo de Bellas Artes de la misma ciudad, gracias a que un sacerdote del lugar encontró los lienzos sueltos en las dependencias del convento y los donó o los vendió al Estado de México en los años cuarenta del pasado siglo¹⁶.

La estructura de madera comprende cuatro pisos en tamaño decreciente de abajo arriba formando un cuerpo piramidal escalonado de planta cuadrada. En cada una de las caras se dispone un lienzo pintado al óleo. De los dieciséis se han conservado solo trece, pues en el último cuerpo sólo resta uno. De los lienzos que conforman el último cuerpo sólo se ha conservado una pintura. Según Vargas Lugo pudo tener un remate que lo hiciera más elevado, pero éste ha desaparecido.

Cada lienzo presenta un fondo negro y rodeado por cenefas ornamentales doradas, así como una misma estructura, a modo de emblema: un lema o mote en mayúsculas en el interior de una filacteria: una escena central a modo de figura o *pictura*; y el epigrama en verso englobado en cartelas de rocallas plateadas coronadas con el escudo de la orden carmelita. Este epigrama ayuda a la comprensión del tema de la escena y se presenta en diversas formas poéticas: terceto, quitilla, octava, décima o soneto. Vemos así el carácter emblemático del túmulo.

Más allá de los efímero.

Cinco catafalcos conservados en España y México

Carmen Manuela Rocamora Jiménez

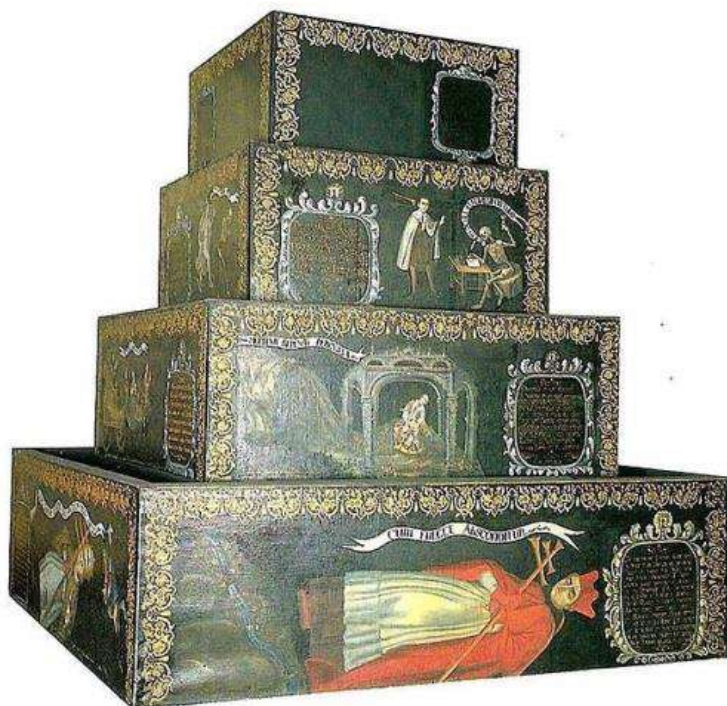


Fig. 4. Vista general del túmulo, s. XVIII.

En el programa iconográfico se exalta el poder ineludible y equitativo de la Muerte, mediante la representación de una serie de victorias de la misma sobre oponente de diversa índole, como el amor, la riqueza, el tiempo, la juventud, etc. Esta concepción cristiana de la muerte tiene su mensaje esperanzador en el último cuerpo (del cual, como hemos comentado, sólo se

conserva un lienzo), donde se anuncia la salvación de la humanidad mediante la figura de Sansón, prefiguración de Cristo, que vence sobre el mal.

Los jeroglíficos del primer cuerpo representan a los cuatro principales poderes de la época personificados en una figura yacente: rey, obispo, papa y cardenal. En este caso los cuatro lienzos comparten un mismo tipo de epigrama: un soneto. Además de la figura yacente aparecen otras secundarias que ayudan a comprender su significado.

En el segundo nivel aparecen escenas más dinámicas en las que la Muerte hace frente al Amor, a la realeza, a la juventud, etc. Vuelve a aparecer el mote dentro de una filacteria y en la cartela versos que en este caso son dos décimas y dos octavas.

En el tercer cuerpo los cuatro lienzos abordan el tema del destino, del Juicio Final y del tiempo, todos ellos relacionados con tomar conciencia de lo inapelable de la muerte. El epigrama esta vez está compuesto por una quintilla.

9. Pira funeraria de la iglesia de Santa Prisca en Taxco (México).

Esta pira funeraria se conserva en el Museo de Arte Virreinal de Taxco, México, y procede del templo de Santa Prisca de la misma ciudad. La fecha de su creación es indeterminada entre los siglos XVIII y XIX y su autoría se desconoce.

Su estructura es piramidal escalonada, igual que la anterior, pero en este caso consta solo de tres cuerpos más un remate escultórico. Se compone de un total de once lienzos pintados al

Más allá de los efímero.

Cinco catafalcos conservados en España y México

Carmen Manuela Rocamora Jiménez

temple, de los cuales los ocho que forman los dos primeros cuerpos son originales, es decir, del siglo XVIII y los tres (en lugar de cuatro) que conforman el cuerpo superior son del siglo XIX, posiblemente añadidos al perderse las representaciones originales.



Fig. 5. Visión general de la pira, siglos XVIII y XIX.

Los ocho lienzos inferiores están compuestos a modo de jeroglíficos insertos en una gran cartela, conteniendo el mote en latín en una filacteria y carecen de epigrama. Sin embargo, las

representaciones del cuerpo superior son de índole popular, ya no emblemática, y de menor calidad.

El programa iconográfico gira en torno a la figura de la Muerte representada una vez más en forma de esqueleto, protagonizando la mayoría de los jeroglíficos, en los cuales siempre se presenta la acción envuelta en un paisaje.

Aunque su conservación pueda deberse a que tuvo un uso más o menos comunitario y tras su empleo se desmontaba y se guardaba, es evidente que su concepción fue para honrar la muerte de un rey de la casa de Borbón por la insistencia en los símbolos que aluden a la monarquía: águila, corona, león, colla del Toisón de Oro, flores de lis, etc. Teniendo en cuenta la periodicidad del túmulo podemos pensar que se tratase de Carlos III o Carlos IV¹⁷.

En el primer cuerpo dos de los cuatro jeroglíficos no contienen la representación de la Muerte. En uno de ellos se puede ver el escudo de la monarquía tras las figuras del escudo de México, mientras que en el otro aparecen expuestos toda serie de artilugios o trofeos de la contienda. Los dos jeroglíficos restantes muestran a la muerte dando caza a un león y derribando una torre.

Las cuatro representaciones que conforman el segundo cuerpo del túmulo muestran a la Muerte como protagonista, en dos de ellos es ella la vencedora, mientras que en los otros dos la virtud real se muestra más poderosa.

En el tercer cuerpo aparecen pinturas posteriores al resto del túmulo y ya no presentan estructura de jeroglífico como las anteriores ni mantienen la temática. Son tres escenas que

muestran a un mismo personaje masculino envuelto en un paisaje.

La escultura en madera policromada de un ave Fénix remata el túmulo, haciendo alusión a la resurrección, máxima del cristianismo.

Notas:

¹ GONZÁLEZ DE ZARATE, J.M., *Hieroglyphica*. Madrid, Akal, 2011.

² AZANZA, J.J. y MOLINS, J.L., *Exequias reales del regimiento pamplonés en la Edad Moderna*. Pamplona, Ayuntamiento de Pamplona-Área de Presidencia, 2005, pp. 114-116.

³ ESCALERA PÉREZ, R., “Lo efímero barroco se perpetúa. Arquitecturas y decoraciones festivas que han sobrevivido”, en CAMACHO, R., ASENJO, E. y CALDERÓN, B., *Fiestas y mecenazgo en las relaciones culturales del Mediterráneo en la Edad Moderna*. Málaga, Ministerio de Economía y Competitividad y Vicerrectorado de Investigación y Transferencia de la Universidad de Málaga, 2012, pp. 261-273.

⁴ SAGÜÉS, J., “Tratado Sexto de los Novísimos o de la Consumación de la Obra de Dios”

http://www.mercaba.org/TEOLOGIA/STE/Novisimos/carte_novisimos.htm
(Consultado 20/05/2015).

⁵ MINOIS, G., *Historia de los infiernos*. Barcelona, Ediciones Paidós Ibérica, 1994, pp. 27-31.

⁶ *Ibidem*, pp. 92-96.

⁷ REVILLA, F., *Diccionario de iconografía y simbología*. Madrid, Cátedra, 2007, p. 177.

⁸ *Ibid.*, pp. 595-596.

⁹ SALVADOR GARCÍA, M. y otros, *Los Novísimos. Esperar lo que vivimos y vivir lo que esperamos*. Salamanca, Departamento de Ediciones y Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca, 1990, pp. 145-173.

¹⁰ RIQUELME, E.A., “Santos intercesores del purgatorio. Representaciones pictóricas en las cofradías de ánimas murcianas”, en CAMPOS Y FERNÁNDEZ, F.J., *El culto a los santos: cofradías, devoción, fiestas y arte*. Actas del Simposium, 2/5-IX-2008. Madrid, Ediciones escurialenses, 2008, p. 502.

¹¹ RÉAU, L., *Iconografía del arte cristiano. Iconografía de la Biblia. Antiguo Testamento*. Barcelona, Ediciones Serbal, 1996, pp. 53-79.

¹² PIÑERO, A., GARCÍA, F. y MONTSERRAT, J., *Textos gnósticos. Biblioteca de Nag Hammadi III. Apocalipsis y otros escritos*. Madrid, Editorial Trotta, 2009.

¹³ GÓMEZ JARA, J., “El ciclo de la Navidad en las pinturas murales de la Ermita de Ntra. Sra. de la Antigua y San Illán de Cebolla (Toledo)”, en CAMPOS, F.J. (coord.), *La Natividad: arte, religiosidad y tradiciones populares*. San Lorenzo del Escorial, Real Centro Universitario Escorial – María Cristina, 2009, pp. 525-544.

¹⁴ CRUZ VALDOVINOS, J.M., “Un catafalco rococó en la Torre de Esteban Hambrán”. *Goya*, nº 155, Madrid, 1980, pp. 272-279.

¹⁵ *Ídem*.

¹⁶ DIÉQUEZ MELO, M., “El poder de la muerte en el imaginario mexicano: de la época prehispánica al México actual”, en RUIZ, M., CASASECA, A. y PANERA, F.J., *El poder de la imagen. La imagen del poder*. Salamanca, Edic. Universidad de Salamanca, 2013, pp. 50-53.

¹⁷ María Teresa Suárez se decanta por Carlos III en SUÁREZ, M.T., “Pira funeraria de Santa Prisca”. *Memoria*, nº 7, 1998, pp. 83-87.

Referencias bibliográficas:

AZANZA, J.J. y MOLINS, J.L., *Exequias reales del regimiento pamplonés en la Edad Moderna*. Pamplona, Ayuntamiento de Pamplona-Área de Presidencia, 2005.

CRUZ VALDOVINOS, J.M., “Un catafalco rococó en la Torre de Esteban Hambrán”. *Goya*, nº 155, 1980, pp. 272-279.

DIÉQUEZ MELO, M., “El poder de la muerte en el imaginario mexicano: de la época prehispánica al México actual”, en RUIZ, M., CASASECA, A. y PANERA, F.J., *El poder de la imagen. La imagen del poder*. Salamanca, Edic. Universidad de Salamanca, 2013, pp. 35-62.

ESCALERA PÉREZ, R., *La imagen de la sociedad barroca andaluza*. Málaga, Universidad de Málaga y Junta de Andalucía, 1994.

ESCALERA PÉREZ, R., “Lo efímero barroco se perpetúa. Arquitecturas y decoraciones festivas que han sobrevivido”, en CAMACHO, R., ASENJO, E. y CALDERÓN, B., *Fiestas y mecenazgo en las relaciones culturales del Mediterráneo en la Edad Moderna*,

- Málaga, Ministerio de Economía y Competitividad y Vicerrectorado de Investigación y Transferencia de la Universidad de Málaga, 2012, pp. 261-273.
- FRADEJAS, J., “La visión de San Pablo”. *Revista de Filología Española*, vol. LXXIII, Fasc. 3/4, 1993, pp. 391-397.
- GÓMEZ JARA, J., *El patrimonio artístico y otros aspectos históricos*. Toledo, Ayuntamiento de La Torre de Esteban Hambrán, 2002.
- GONZÁLEZ DE ZARATE, J.M., *Hieroglyphica*. Madrid, Akal, 2011.
- PIÑERO, A., GARCÍA, F. y MONTSERRAT, J., *Textos gnósticos. Biblioteca de Nag Hammadi III. Apocalipsis y otros escritos*. Madrid, Editorial Trotta, 2009.
- RÉAU, L., *Iconografía del arte cristiano. Iconografía de la Biblia. Antiguo Testamento*. Barcelona, Ediciones Serbal, 1996.
- RIQUELME, E.A., “Santos intercesores del purgatorio. Representaciones pictóricas en las cofradías de ánimas murcianas”, en CAMPOS Y FERNÁNDEZ, F.J., *El culto a los santos: cofradías, devoción, fiestas y arte*. Actas del Simposium, 2/5-IX-2008. Madrid, Ediciones escurialenses, 2008, pp. 497-506.
- SALVADOR GARCÍA, M., y otros, *Los Novísimos. Esperar lo que vivimos y vivir lo que esperamos*, Salamanca, Departamento de Ediciones y Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca, 1990.
- SUÁREZ, M.T., “Pira funeraria de Santa Prisca”. *Memoria*, nº 7, 1998, pp. 83-87.

Estereotipos del Personaje Homosexual en el Cine de Estados Unidos

MACARENA LÓPEZ LÓPEZ

Resumen:

Con el presente trabajo se aborda una breve investigación sobre la representación de la homosexualidad en el cine realizado en Estados Unidos desde su origen hasta la actualidad, organizada a partir del análisis de la caracterización de los personajes. Esta representación tiende a estar oculta, pero se filtrará mediante estereotipos, normalmente de forma sugerida, pero también tendremos películas que introducen estos personajes abiertamente. La percepción existente es que el modelo que se ha ofrecido a lo largo de la historia siempre ha sido negativo ya que se ha hecho desde el punto de vista heterosexual; por ello, se reciben estereotipos simplistas y tópicos relacionados con personas enfermas e infelices. Cada película muestra una propuesta cerrada y se analiza cada discurso para determinar la existencia de un patrón común o si depende de la evolución del cine y la sociedad.

Palabras clave: Cine, enfermedad, gay, homosexualidad, lesbiana, maricón, sida.

* * * * *

Estereotipos del Personaje Homosexual en el cine de Estados Unidos

Macarena López López

1. El Cine no Sonoro. De Edison a 1927.

En estos primeros años del S. XX la homosexualidad no era pública, las personas se reprimían y ocultaban su sexualidad por miedo a las represalias tanto de la sociedad como de las instituciones estatales, es decir, los homosexuales estaban totalmente escondidos y sólo se mostraban en ambientes donde se sentían seguros, que solían ser locales de ambiente gay. En cambio, la sociedad va a tener una imagen del varón homosexual como una persona afeminada y carente de virilidad y en el cine se representará de este modo dando lugar al nacimiento del *mariquita* o *sissy*. Si comenzamos a ver ejemplos de películas, una de las primeras con un posible personaje homosexual es *Algie, The Miner* del año 1912. Algie desde los inicios es un personaje ambiguo porque se ve muy afeminado, pero a la vez se quiere casar con una mujer, por tanto no está nada clara su sexualidad, ya que seguramente desde una perspectiva actual lo interpretaríamos como un personaje bisexual.

Hollywood en sus inicios, cuando nos mostraba la homosexualidad masculina, siempre la usaba como fuente segura de risas, ya que los personajes eran muy afeminados, como es el caso del personaje de la película anterior descrita. Este estereotipo se mantendrá durante mucho tiempo y también lo vemos en la película de Charles Chaplin de 1916, *Behind the Screen*.

En 1923, *The Soilers* volverá a usar este estereotipo, pero con un personaje secundario. Éste aparece esporádicamente en diferentes escenas y al final, tras una incesante pelea entre los protagonistas, desde una ventana le dice a uno de ellos “my

hero”. Realmente no se sabe por qué le dice esto, ya que en toda la película no interactúan entre ellos, pero este personaje será usado como *gag*.

No sólo en estos primeros años del cine aparecen personajes masculinos homosexuales, sino que también los hay femeninos. Uno de estos casos es el filme de 1914 *A Florida Enchantment*. Es una película realmente interesante de analizar, no sólo porque aparece una mujer homosexual, sino porque también aparece la transexualidad. La mujer no sufre ningún estereotipo, ni cuando es mujer, ni cuando se convierte en un hombre, pero en su defecto, el hombre instantáneamente es un *mariquita*.

Por tanto, en cuatro ejemplos, hemos podido observar como la homosexualidad masculina se usa como *gag* para causar la risa entre los espectadores y estereotipando a los hombres como *mariquitas* por sus comportamientos y actitudes. En ningún momento aparece el estereotipo del hombre enfermo por su condición sexual, cosa que se está intentando demostrar científicamente en este momento por psiquiatras y médicos.

2. Los Años 30 y 40. Ficción y Realidad.

El beneficio de la incorporación del sonido será que aparecerán diferentes géneros y los ya existentes se mejorarán, pero el cine de terror será un apartado que nos interese a la hora de ver la homosexualidad encubierta.

Con la llegada del sonido y los años '30, vamos a entrar en lo que se conocerá como el *Clasicismo Cinematográfico*, es decir, llegamos al culmen del proceso de construcción de un código expresivo de la imagen, la cual tendrá una política de productoras como primera consecuencia. Esta política, está

Estereotipos del Personaje Homosexual en el cine de Estados Unidos

Macarena López López

formada de una serie de criterios a seguir, como el rodaje en estudios para producir con mayor rapidez y pudiendo controlar la luz y la estética de cada película o la planificación cronológica; la película tendrá una finalidad muy clara, son narrativas, se configura un código de imagen, donde cobran importancia los saltos temporales y la manipulación temporal, o el uso de elipsis.

Una de las aportaciones más importantes será la narración por sugerencia, donde se suprimen imágenes que puedan provocar determinadas reacciones en el espectador, pero se sugieren. A esto debemos añadirle la aparición de un código de censura, conocido como *Código Hays* que tendrá su promulgación definitiva en el año 1934 y no es una censura estatal, sino que es una autocensura donde las propias compañías acuerdan unas normas con limitaciones y prohibiciones. Es un código realmente corto y en él se estipula que no deben aparecer actos sexuales, desnudos, violencia física, el uso de armas ha de ser matizada, relaciones interraciales, besos con la boca abierta, abrazos lujuriosos, perversiones sexuales -homosexualidad-, blasfemias, obscenidades, prostitución, esclavitud blanca, abortos o la violencia directa. El *Código Hays* será un elemento fundamental en esta narración por sugerencia, ya que intuiremos asesinatos sin verlos o la homosexualidad, sin ser clara y directa.

Si comenzamos a analizar diversas películas anteriores al *Código Hays*, tenemos que diferenciar donde hay personajes gays y lésbicos.

En el año 1930 Josef von Sternberg hace *Morocco*, protagonizada por Marlene Dietrich, donde ésta besa a otra mujer. El público que ve la escena no se ruboriza ni escandaliza,

sino todo lo contrario, lo toman como parte de la actuación, sencillamente un beso, sin darle mayor importancia. La cámara se mantiene fija durante el beso, se centran en captarlo y no hacer que sea sutil. En esta actuación Dietrich, viste de esmoquin y sombrero, lleva la vestimenta de gala de cualquier hombre, pero no se masculiniza, sino que representa la feminidad y la elegancia unidas. Este modelo de feminidad, perdura hasta nuestros días, siendo la actriz el icono de moda de este estilo.

Las mujeres si se visten con ropas de hombres, representan el ideal de feminidad igualmente, no van a ser consideradas homosexuales, cosa que a la inversa, con los hombres, sí ocurre.

Algo similar ocurre con la película de 1933 *Queen Christina* que se basa en la vida de la Reina Cristina de Suecia. La monarca acostumbraba vestir ropas de hombre, no le interesaban las actividades de mujeres y tenía una íntima relación con su prima Ebbe, lo cual conduce a pensar, que esta soberana pudiese ser lesbiana. En la cinta ambas se dan un beso y sucede lo mismo que en el filme anterior, la cámara se queda fija captando el beso, no lo evitan, ya que no es algo molesto ni ofensivo, sino todo lo contrario.

También debemos reseñar que las mujeres se pueden besar, acariciar e incluso vestir de hombre o vivir juntas en la vida real, porque en la sociedad americana no estaba mal visto que esto sucediese, se entendía que era una relación de amistad solamente. En el caso de los hombres era totalmente impensable, aunque sólo sea de amistad, porque inmediatamente eran tachados de homosexuales, o *mariquitas* en este momento, lo cual les llevaría al rechazo social.

Estereotipos del Personaje Homosexual en el cine de Estados Unidos

Macarena López López

La mujer no se considera una persona peligrosa, aunque bese a otras, pero el hombre sí, ya que puede inducir esa conducta a otros varones, llevándolos a una pérdida de virilidad; esta conducta la veremos en todo el cine hasta los años 90.

En cuanto a los hombres homosexuales previos al *Código Hays*, vemos como el estereotipo se mantiene en relación al primer cine, la figura del *mariquita* continúa. Claros ejemplos podemos mostrar, como será en 1929 el filme *The Broadway Melody*, donde el modista o diseñador es un hombre afeminado, y siempre rodeado de mujeres. Por tanto, se muestra esa figura del *sissy*.

No podemos olvidar, que el mundo de la moda era y es una especie de gremio para los gays, es decir, si en la moda hay hombres, éstos han de ser homosexuales.

En 1932 tenemos otro ejemplo con *Call her Savage*, filme que trata sobre el racismo y la situación de la mujer en los años 20. La película muestra una escena en un bar donde unos hombres muy afeminados y con vestimentas de sirvientas cantan y danzan para alegrar a la gente. De nuevo aparece la figura del *mariquita*, ese hombre extremadamente afeminado pero que será una fuente segura de risas entre el público.

Un año más adelante, en 1933, George Cukor dirige *Our Betters* y de nuevo el *mariquita* hace su aparición, pero no es tan afeminado como pudiera mostrarse en otras películas, sino que intuimos que lo es por su forma de andar, de moverse, su preocupación por su estética y por siempre ir perfectamente elegante.

Tenemos más ejemplos sobre el *sissy* en 1934 con *Myrt and Marge*, donde de nuevo acudimos al mundo de la moda, como se hizo en *The Broadway Melody* y por tanto, el estereotipo se mantiene, ese hombre afeminado que no tiene problema en ponerse ropas o accesorios de mujeres.

La aparición de este código viene promulgada por dos vías, es decir, por un lado, la Iglesia Católica presionaba para evitar ciertas escenas y por otro, los propios estudios cinematográficos tenían miedo de que el estado interviniera y fuese más duro; por ello, se creará la censura. Es decir, entre 1929 y 1934, debido al Crack del 29, las salas de cine comienzan a vaciarse por el problema económico y por ello los estudios comenzarán a hacer películas donde hay una gran carga de sexualidad, de erotismo, de violencia... sencillamente, se buscaba el morbo para cautivar al público y lo lograron, las salas volvieron a llenarse.

Claros ejemplos de estas películas serían *Bachelor Apartment* de 1931, o del mismo año, *The Common Law. O Our Betters* de 1933.

Podríamos enumerar muchos más ejemplos, como serán esa especie de orgías evocando la antigüedad en las películas de la Roma y la Grecia Clásica como fue *Manslaughter* de 1922, pero el problema llega cuando la Iglesia comienza a oprimir.

Con la promulgación definitiva en 1934 del *Código Hays*, toda película ha de tener la aprobación del censor para poder proyectarse en las salas de cine, pero lo que ahora sucederá será que se eliminarán escenas por tener un alto contenido erótico, se cambiarán tramas para adecuar la película al público y que éste no se escandalice –que será muy usado en los filmes de temática

Estereotipos del Personaje Homosexual en el cine de Estados Unidos

Macarena López López

homosexual- o sencillamente, se prohibirá su proyección por no respetar las normas del código.

Para los directores no será muy difícil engañar a los censores y proyectar sus películas, que como dijimos anteriormente, tendrán una narración por sugerencia, pero muy clara, es decir, no había que hacer un gran esfuerzo para leer entre líneas y ver la realidad de la película.

El gran censor de este momento será Joseph Breen, que se mantendrá en su cargo hasta 1954.

Analizando los filmes del momento, un ejemplo donde la censura actuó fue en *Tarzan in his Mate* de 1934, donde en una escena aparece Jane y Tarzán y éste lanza a la mujer a un lago y una rama se prende en las vestimentas de ella, dejándola desnuda; la escena tuvo que ser censurada, porque Jane está totalmente desnuda, aunque nosotros sólo le vemos la parte posterior de su cuerpo.

En 1945 Billy Wilder hace *The Lost Weekend*, una adaptación de la novela con el mismo título. En la película tenemos representado a un hombre que sufre alcoholismo, al igual que en la novela, pero elimina una parte esencial, y es que el protagonista es un hombre atormentado por un incidente que tuvo en la universidad en relación a la homosexualidad. Este detalle se omite de forma obligada por la censura, la cual considera la homosexualidad como una perversión sexual.

Dos años después, en 1947, sale la película *Crossfire* de Edward Dmytryk, la cual se basa en la obra literaria de Richard Brooks titulada *The Brick Foxhole*; el argumento trata de un asesinato sin motivos aparentes, donde se describe el

pensamiento de los personajes y el fin moral de la película, es abogar por la tolerancia, ya que el personaje asesinado es homosexual. Hollywood no podía mostrar en pantalla en estos momentos a un gay y por ello, los censores cambian sutilmente la trama y el asesinado será un judío. Es decir, se cambia la homofobia de la novela por el antisemitismo, pero el fin es el mismo, la tolerancia.

En estos momentos con el *Código Hays* en activo, podríamos diferenciar tres caminos en relación a la homosexualidad. Por un lado, las películas que eliminan directamente el tema y lo sustituyen por otro, como será *Crossfire* o *The Lost Weekend*, por otro las películas donde las mujeres se pueden besar entre ellas y los hombres serán representados como *mariquitas*, como *Morocco*, *Call Her Savage* o *Our Betters*, y la última vía, que será la de la ficción, es decir, las dos primeras vías serían tramas realistas, de personas que pueden ser nuestros vecinos, pero la última trataría esos personajes de ficción, que no podrían existir en la vida real. Dentro de ellos estaríamos hablando de vampiros principalmente. Estos seres juegan con la sexualidad de forma muy clara, pero a la vez permite mostrar la homosexualidad sin ningún temor, ya que son fantasías, es decir, un hombre vampiro puede seducir a otro hombre y morderlo, sin tener que preocuparse, ya que el fin del vampiro es la sangre y para ello ha de conquistar a su víctima.

El filme más reconocido es *Dracula* de 1931 protagonizada por Bela Lugosi o del mismo estilo, tendríamos *Mark of the Vampire* de 1935 o *House of Dracula* de 1945. En cambio, un ejemplo de mujer vampira, lo tenemos con *Dracula's Daughter* de 1936.

Estereotipos del Personaje Homosexual en el cine de Estados Unidos

Macarena López López

El tema de los vampiros será recurrente hasta el día de hoy y como títulos podemos seguir añadiendo *Drácula* (1958), *El Conde Drácula* (1970), *Vampyros Lesbos* (1971), *Nosferatu* (1979), *Entrevista con el Vampiro* (1994), *Blade* (1998), *30 Días de Oscuridad* (2007) o incluso la serie de televisión *True Blood* (2008-2014).

No sabemos hasta qué punto podríamos hablar de homosexualidad encubierta en estas primeras películas de vampiros, puesto que la función del monstruo es cautivar, pero si nos vamos a ejemplos más actuales, como *True Blood*, vemos como en toda la serie los vampiros tienen relaciones homosexuales con humanos, e incluso se nos muestra cómo después de que un vampiro chupe la sangre de un humano, éste tiene una atracción sexual muy fuerte hacia el monstruo.

Por tanto, en las primeras películas de vampiros nos resulta tremendamente complejo encontrar esa homosexualidad, pero cuanto más avanzamos en el tiempo, más clara es la demostración de su existencia.

3. Los Años 40 y 50 con Hitchcock.

Alfred Hitchcock está considerado el director del suspense, el cual suele combinar con el humor y el sexo. Los temas de sus filmes suelen estar centrados en una pareja o un individuo en una situación límite, un falso culpable, espionajes y complejos de culpa; estos temas suelen tener una fuerte carga moral, con la representación del bien y del mal a veces entremezclados.

Dentro de la filmografía de Hitchcock partiremos del análisis de tres películas. En primer lugar, *Rebecca* de 1940,

donde el personaje que se analiza es el ama de llaves, la cual está obsesionada con Rebecca llegando a ser casi fetichista. Esta figura se representa como una villana de sangre fría, el cual será un papel muy usado en estos momentos para representar a los homosexuales y su fin será el suicidio entre llamas dentro de la mansión, recordándonos esta escena a la muerte de *Frankenstein* del filme de 1931. Ambas películas están unidas ya que el monstruo muere, es decir, se da una lección moral, ya que el homosexual al estar enfermo puede corromper a la sociedad y por ello es mejor que fallezca.

En *La Soga* (1948) se tratará la homosexualidad de forma más directa y se puede ver en las conversaciones de los protagonistas, en sus gestos, e incluso en la vinculación sentimental entre ambos. No obstante, uno de sus protagonistas, el actor Farley Granger, en el documental *El Celuloide Oculto* admite que ambos eran conscientes de que estaban representando una pareja homosexual. Por tanto, tenemos un claro ejemplo de cine de temática gay.

Extraños en un tren (1950) será el último ejemplo de esta temática que analizaremos. Está basada en la novela homónima de Patricia Highsmith y uno de los personajes es claramente homosexual, ya que está muy preocupado por su vestimenta, sus gestos son muy femeninos y en la novela está muy clara su tendencia sexual.

En las tres cintas se representa la homosexualidad de forma negativa, asociada a la misoginia, a la inestabilidad emocional y a la violencia. Este tratamiento será un reflejo de la sociedad del momento y de la psiquiatría, ya que la homosexualidad está considerada un trastorno mental.

4. El camino hacia la aceptación. De los 50 al siglo XXI.

Tras la II Guerra Mundial el cine se centrará en exaltar al soldado americano y se hará una fuerte propaganda a favor de la familia tradicional, y todo lo relacionado con la sexualidad tendrá como fin la procreación. Aparecerán organizaciones homosexuales en las grandes ciudades, pero la creación más importante será la del bar gay, donde la comunidad se puede mostrar libremente sin ser juzgada; pero estas instituciones eran vulnerables ya que la legislación vigente luchaba contra la homosexualidad.

Los esfuerzos por reprimir a la comunidad gay tendrán un efecto contrario ya que aparecerán nuevas sociedades como la Matachín o las Hijas de Bilitas, donde su causa será la defensa de la igualdad.

En los años 50 Joseph McCarthy intentó erradicar la homosexualidad de las instituciones públicas, despidiendo a funcionarios y creando un miedo a la comunidad gay; pero será en los años 60, cuando se produzca la primera revuelta homosexual, conocida como los *Disturbios de Stonewall* y siendo recordada como la *Liberación Gay*. Esta libertad continuará en los años 70 y en adelante, y se comenzará a mostrar abiertamente la homosexualidad.

En estos momentos, nos encontramos con películas donde los homosexuales aparecen directamente en pantalla, pero deben esconderse o disimular su orientación como se muestra en *Tea and Sympathy* de 1956; pero también se vuelve a viejos estereotipos, como es usar la figura del monstruo para representar a este colectivo, como sucede en *Suddenly* de 1959.

En los años 60 tenemos ejemplos más directos, donde las películas son de temática homosexual como *The children's hour* de 1961, que trata el atormento de una joven lesbiana, la cual termina suicidándose al no aceptar su orientación y sentirse enferma.

En estos años 60, los personajes gays dejan de causar miedo o gracia, para intentar conmover, para dar lástima o pena, por la “enfermedad” que tienen que soportar. En cambio, en los años 70 aparecen películas con todo tipo de representaciones, encaminando así la normalización; y en los años 80 aparece un cine más abundante de temática lésbica, ya que es mejor aceptado por el público, porque el amor entre mujeres estaba considerado algo sensual. Claros ejemplos son *Cabaret* (1972), donde se acepta la homosexualidad, *Midnight Express* (1970), *Making love* (1982), *Personal best* (1982) o *The hunger* (1983).

Finalmente, los años 80 van a estar marcados por la aparición del sida, siendo conocido, como la *plaga gay* y el cine tendrá que esperar hasta 1993 para estrenar *Philadelphia*, donde se habla abiertamente de la afección. Los protagonistas de la cinta son homosexuales y no se muestran estereotipos marcados, ya que lo importante es mostrar el dolor de la enfermedad.

Los años 90 y la primera década del siglo XXI van a estar marcados por una aceptación de la homosexualidad, eliminando la orientación sexual de la lista de enfermedades mentales de la OMS, reconociendo la validez de la unión entre personas del mismo sexo e incluso aprobando la adopción homoparental.

En este sentido, aparecen películas de temáticas muy variadas donde se aceptará la homosexualidad de forma natural

Estereotipos del Personaje Homosexual en el cine de Estados Unidos

Macarena López López

o se recuperarán viejos estereotipos como el *mariquita* o el afeminado.

Ejemplos de esta época son *Tomates verdes fritos* (1991) o *Thelma and louise* (1991), donde en ambas cintas se muestra el amor entre mujeres de forma sugerida, pero sin estereotipos reseñables. En cambio, en 2003, Charlize Theron protagoniza *Monster*, basada en una historia real y se muestran dos estereotipos conocidos; por un lado, el miedo de una mujer heterosexual al conocer a una homosexual, y por otro, esa mujer extremadamente masculina en su forma de vestir y en su gestualidad.

En 2008, Hollywood presenta la cinta *Milk*, donde se muestran los últimos años de vida del activista gay Harvey Milk. En este filme se ve una evolución de los estereotipos, desde el hombre afeminado hasta el más varonil, dependiendo del contexto social en el que esté inmerso el protagonista.

Para finalizar, debemos resaltar *The kids are all right* (2011). Se presenta una familia homoparental de mujeres, las cuales tienen dos hijos adolescentes y la intención final es mostrar a la sociedad que las familias gays sufren los mismos problemas que las heterosexuales, marcando así la igualdad entre ambas e intentando concienciar a la sociedad.

Por tanto, en esta rápida evolución del cine de Estados Unidos, se pueden encontrar todo tipo de historias, pero los estereotipos se centran más en los hombres que en las mujeres. Dentro de ellos destacan los afeminados o *mariquitas*, los villanos de sangre fría o los asesinos, y los que causan pena o lástima.

Todo el cine suele ir ligado a la evolución de la sociedad, pero en algunos casos puede ir más adelantado, siendo premonitorio. De todos modos, los estereotipos han marcado el cine y en la actualidad aparecen de nuevo sobre todo como *gag*, por ello, hasta la eliminación completa del estereotipo, no se llegará a la igualdad entre heterosexualidad y homosexualidad.

Referencias bibliográficas:

- ANABIZARTE, H., Lorenzo, R., *Homosexualidad: el asunto está caliente*. Madrid, Ed. Queimada, 1979.
- CARMONA, L.M., *Las cien mejores películas sobre lesbianismo*. Madrid, Ed. Cacitel, 2007.
- CORNEJO ESPEJO, J., “La homosexualidad como una construcción ideológica”. *Limite. Revista de Filosofía y Psicología*, vol. 2, nº 16, 2007, pp. 83-108.
- COUSINS, M., *Historia del cine*. Barcelona, Ed. Blume, 2005.
- DÍAZ ÁLVAREZ, M., “Homosexualidad y Género”. *Cuicuilco*, vol. 11, nº 31, 2004.
- GUBERN, R., *Historia del cine*. Barcelona, Ed. Lumen, 1998.
- MARK MONDIMORE, F., *Una historia natural de la homosexualidad*. Barcelona, Ed. Paidós Ibérica, 1998.
- MARTÍN SÁNCHEZ, M., “Aproximación histórica al tratamiento jurídico y social dado a la homosexualidad en Europa”. *Estudios Constitucionales. Revista del Centro de Estudios Constitucionales*, año 9, nº 1, 2011, pp. 245-276.
- OLMEDA, F., *El látigo y la pluma. Homosexuales en la España de Franco*. Madrid, Ed. Oberón, 2004.
- SANFELIÚ, L., *Juego de damas. Aproximación histórica al homoerotismo femenino*. Málaga, Universidad de Málaga, 1996.
- UGARTE PÉREZ, J., *Una discriminación universal. La homosexualidad bajo el franquismo y la transición*. Madrid, Editorial Egales, 2008.
- VV.AA., *Historial general del cine. Volumen VIII. Estados Unidos (1932-1955)*. Madrid, Ed. Cátedra, 1996.
- WEINBERG, G., *La homosexualidad sin prejuicios. Un revolucionario enfoque psicológico*. Barcelona, Ed. Granica, 1977.

Pervivencias y trasposiciones de la estética surrealista en el diseño y otras manifestaciones artísticas

SANDRA MEDINA BUENO

Resumen:

Con este trabajo queremos mostrar las relaciones que guardan algunos objetos de diseño realizados en la posmodernidad y la estética del movimiento surrealista. Por ello, a través de varios ejemplos veremos cómo, lo que a priori parece ser totalmente innovador, guarda, en realidad, muchas similitudes con dicho estilo artístico surgido ya en la segunda década del siglo XX y el cual logró generar formas tan novedosas y fascinantes no sólo sobre el lienzo sino en muchas otras manifestaciones: diseño, moda, escultura, cine, espectáculo, etc. Quizás por ello resulte tan interesante hacer un estudio sobre estas influencias, gracias a las cuales encontraremos una gran riqueza y variedad.

Palabras clave: Surrealismo, diseño, objeto surrealista, Dalí, anti-diseño, posmodernidad.

* * * * *

Introducción.

1.1. Contexto histórico del surrealismo.

Cada vez más el arte forma parte de muchos aspectos de nuestra vida diaria, y, tras la sucesión de movimientos artísticos surgidos durante el siglo XX no dejan de ampliarse los límites que anteriormente se establecían en torno a la cuestión de qué es el arte.

Con este hecho se ha logrado que la tradicional frontera de las Bellas Artes basada en escultura, pintura y arquitectura (siglo XVIII) se disuelva en favor de la entrada, a raíz sobre todo de las vanguardias de principios y mediados del siglo XX, de otras manifestaciones que han surgido con mucha fuerza (diseño, moda, fotografía, cine, etc.), por lo que el término ha ido tomando connotaciones diferentes.

Por tanto, considerado como uno de los movimientos artísticos más relevantes del siglo XX a nivel internacional, el surrealismo le concede gran atención a la presencia de los sueños, busca alejarse de la realidad y lo racional para adentrarse en el mundo de la imaginación, con la finalidad de encontrar un lugar en el que todas las formas son posibles y en donde no existen los límites ni las reglas.

1.2. Características e iconografía.

Con Dalí se produce una ampliación de esa deformación de la realidad, añadiendo la *paranoia*, es decir, ese estado de deformación mental en el cual se llega a una no distinción por

parte del objeto real del imaginado ya que, constantemente, se está cuestionando la realidad¹.

Esa irracionalidad surrealista también está muy vinculada con el instinto sexual y relacionada con nuestro “yo primitivo”², pues los surrealistas buscaban “rechazar las adquisiciones de la civilización para hacer aparecer el hombre tal cual es en sí, en su naturaleza primitiva, a fin de que pueda recuperar toda su fuerza psíquica y llegar a ser verdaderamente libre”³.

1.3. Relación con el *readymade*.

“Duchamp cambia, mediante un gesto, la dirección del arte contemporáneo”⁴.

A partir del dadaísmo se le atribuye un uso psicológico al objeto, considerando la importancia de la elección del objeto con el fin de establecer una relación entre el sujeto y éste, creando, así, una simbología⁵.

Este hecho es muy importante puesto que de aquí se ve influido gran parte del pensamiento surrealista, haciendo que el objeto adquiera gran relevancia y se planteen, con él, nuevas posibilidades. Al igual que en el dadaísmo (*readymades*), en el surrealismo (*objects trouvés*) queda muy presente la importancia del sujeto en relación con el objeto, a su vez relacionado con el psicoanálisis de Freud.

Esa desmitificación del objeto sacado de la realidad y presentado como obra de arte apareció primeramente con Duchamp a través de sus *readymades*, es decir, objetos

descontextualizados y sometidos a un proceso de desfuncionalización y “recontextualización”⁶. Por tanto, este proceso supone un importante punto de partida, convirtiéndose en “el eje de discurso de las neovanguardias internacionales”⁷.

Por ello no debemos desvincular el uso que se hace del *readymade* del que se hace de un objeto surrealista, pues muchos de estos aspectos van de la mano. Y es que en Duchamp comienza ese desafío en torno a la consideración del objeto y su concepción en la realidad, algo que hasta entonces no se había dado, es decir, el dadaísmo empleaba lo absurdo para desbancar a la sociedad, mientras que el surrealismo se amparaba en los sueños para buscar esa nueva realidad.

1.4. Filosofía del objeto surrealista.

Ya no es tanto la importancia del objeto en sí como el significado que esta causa en el espectador. Por ello juega un importante papel la filosofía en este movimiento y, sobre todo, en el objeto.

Se busca ver con otros ojos y otra perspectiva el mundo, con la finalidad de llegar a su esencia a través de un lenguaje distinto y platónico. Se pretende buscar y encontrar el sentido de la vida, mostrándonos la parte más animal y menos civilizada, nuestro verdadero yo, tan relacionado con el juego erótico y el instinto sexual, y ello, a su vez, vinculado al mundo de los sueños, esa especie de cosmos en donde todas las formas pensadas son posibles y llevadas no sólo al lienzo sino al diseño, moda, cine, etc., formando parte, pues, del mundo que nos rodea. Fabricar mundos con la herramienta de la imaginación, de

forma ilimitada, es uno de los principales objetivos que buscaba el surrealismo.

2. Diferencia entre escultura y objeto de diseño.

El término diseño, aunque según el DRAE se concibe como una “concepción original de un objeto u obra destinados a la producción en serie”⁸, ha ido adquiriendo diferentes significados dependiendo del contexto, dando pie a controversias en cuanto a la finalidad que hoy en día persigue, dejando un poco de lado el cubrir las necesidades humanas para convertirse en un fin mismo, en pos de un reconocimiento profesional. Dicho de otra forma, ¿prima la singularidad del objeto frente a la producción en serie?

Hay, pues, una intencionalidad totalmente novedosa que es la de elevar la importancia del acto de diseñar a la misma categoría que el resto de las artes, haciendo que muchos de los diseños se conviertan en objetos singulares dotados de valor artístico, lo cual se equipararía a la idea de objeto concebido como escultura. Además, en muchos casos los propios artistas se autodenominan como escultores y diseñadores a la vez, no habiendo prácticamente diferenciación clara a la hora de clasificar sus objetos.

Por ello nos enfrentamos a una ambigüedad a la hora de diferenciar entre escultura y diseño, planteándonos hasta qué punto éste también es considerado como arte.

3. Diseño surrealista.

3.1. Evolución del diseño tras el movimiento surrealista.

El diseño surrealista va a influenciar a un tipo de diseño encuadrado dentro de lo estético antes que lo funcional, convertidos, en muchos casos, en objetos únicos y, por tanto, de mayor valor artístico. Esta unicidad diferencia al objeto artístico (en este caso) del objeto de uso (producción seriada), más vinculado con la sociedad de masas y el consumo.

Es en el momento en que se da libre juego a la imaginación cuando aparece esta surrealidad en el diseño, tan limitada décadas antes, en donde ese sinsentido, deformación de las líneas, o los elementos tomados de la naturaleza serán algunos de los elementos que se añadan a estas piezas que, para nada, se parecerán a la linealidad y rigurosidad de las formas que podríamos encontrar en todos esos diseños anteriores realizados bajo la estética del ‘buen gusto’.

Arte y diseño, así como el artista y el diseñador, buscan finalidades distintas⁹, si bien pueden estar relacionados en algunos aspectos (diseños que se exponen en museos, piezas limitadas, etc.).

4. Diseño en la posmodernidad.

Dentro de estas influencias, un artista a destacar es Pieke Bergmans, diseñador que innova mediante el diluido de las siluetas de sus bombillas, y cuyo mejor ejemplo lo podemos ver

en sus *Light Bulbs* (fig. 1). Aquí, las formas derretidas nos pueden recordar a los relojes blandos que Dalí pinta en su famosísima obra, *La persistencia de la memoria* (fig. 2).



Fig. 1. Diseños de Pieke Bergmans, *Light Bulbs*.
Fte: Google Images (dominio público).

Fig. 2. Salvador Dalí, *La persistencia de la memoria*, 1931.
Fte: Google Images (dominio público).

Podríamos relacionar no sólo la forma de esos objetos sino, también, su propia composición, en la cual aparecen bombillas encima de la mesa, en el suelo, y en una habitación prácticamente descontextualizada, es decir, en un no lugar, lo cual guarda gran similitud con esos relojes, también dispuestos de esa forma y en un paisaje totalmente descontextualizado. Además, cabría destacar la característica efímera del tiempo, el cual se desvanece también en cualquier objeto material, como es el caso de estas bombillas.

Pervivencias y trasposiciones de la estética surrealista en el diseño y otras manifestaciones artísticas

Sandra Medina Bueno

Muchas de las formas que vemos en cuadros surrealistas han despertado el interés de diseñadores para realizar obras exactamente iguales en la práctica real, encontrándonos ante una trasposición del lienzo a su materialización como objeto.

Muestra de ello puede ser la *Silla y Mesa Leda* (fig. 3), ambas realizadas por Barcelona Desing con motivo del 20 aniversario de la muerte de Dalí (2009), logrando algo realmente curioso.



Fig. 3. Oscar Tusquets, *Silla y Mesa Leda*.
Fte: Google Images (dominio público).

Fig.4. Salvador Dalí, *Femme à la tête rose*, 1935.
Fte: Google Images (dominio público).

De nuevo encontramos el mismo ejercicio. Este, en concreto, se trata de un proyecto que el propio Dalí ya había dibujado para el mueblista y decorador Jean-Michel Frank, y, bajo el mando de Oscar Tusquets, unos equipos de diseñadores realizaron estas piezas tan claramente surrealistas con esa silla de tres patas terminadas en forma de tacones, con forma idéntica a la que aparece en la pintura *Femme a la tête rose* (fig. 4), además de la realización de otros objetos¹⁰.

“El diseño es un signo de nuestros tiempos, puente indispensable entre la técnica que construye el arte (en su más amplia acepción) que da significado y sentido a ese mundo artificial que nos rodea”¹¹.

Es como si estos objetos se despertaran y adquirieran extremidades, se derritieran, crecieran, se movieran, etc. Esos sueños no sólo parecen ocurrir en nuestras mentes, sino que, gracias a estos diseños también aparecen en los objetos, los cuales parecen cobrar vida y formar parte de nuestra vida real: “al diseñar objetos, el diseñador proyecta mundos”¹²

5. Diseño en red: Demilked, Dezeen.

5.1. Demilked.

El siglo XXI constituye un contexto importantísimo para el desarrollo de las nuevas tecnologías y el modo en que se relacionan las manifestaciones artísticas dentro de ellas. Por ello resulta relevante, al tratarse de obras muy actuales, acudir a estas plataformas para conocer gran parte de las mismas (revistas de diseño, páginas webs, etc.).

Pervivencias y trasposiciones de la estética surrealista en el diseño y otras manifestaciones artísticas

Sandra Medina Bueno

Dentro de la revista digital Demilked, surgida en 2010 , encontramos a la artista surcoreana Lila Jang, cuyas obras, realizadas para la Exposición Parcours Saint Germain de París, constan de muebles y objetos de diseño que no cumplen con la funcionalidad propia del diseño industrial, sino que están caracterizados por esa artísticidad plástica por la cual estas piezas están hechas para ser contempladas (además, la mayoría de ellas no resultan muy cómodas), por lo que nos encontraríamos de nuevo ante la realización de un diseño que va adquiriendo algunas características de una escultura (artísticidad frente a funcionalidad, unicidad, etc.).



Fig. 5. Lila Jang, Sofá trepador.
Fte: Google Images (dominio público).

En obras como *Sofá trepador* (fig. 5) juega con objetos de la realidad a los que añade formas un tanto imposibles y deformadas.

Muchos son los ejemplos de esta artista, sin embargo, las formas que más recuerdan a los ideales surrealistas las podríamos ver en objetos en donde esas líneas curvas parecen buscar que el mueble se disuelva de la misma forma que los famosos relojes de Dalí en *La persistencia de la memoria*. Incluso ella misma define sus creaciones como objetos que se encuentran entre la “realidad y el ideal”¹³. La historia se repite a través de estos muebles líquidos del XVIII.

Dentro de esta revista también encontramos objetos muy cotidianos planteados de forma muy ingeniosa. Tales serían los casos de diseños de tazas, camisetas o incluso jarrones cuyas formas resultan totalmente novedosas y algunas de ellas, incluso, anti-funcionales.

Además, Demilked recoge diseños de toda índole y, aunque de ellos no hay aplicaciones directas de formas surrealistas como tales, los ideales sí que se pueden considerar surrealistas al realizar estos objetos tan divertidos, originales y con unas formas muy novedosas.

Ejemplo de ello serían las *Slim Cups* (fig. 6), tazas tan finas por las cuales resultaría prácticamente imposible dar un sorbo en ellas. Lo interesante aquí está en las formas y la imaginación que se deposita en cada una de ellas, ya que la propia finalidad del objeto no es la de ser funcional, sino que tiene un trasfondo más irónico y anticonvencional, convirtiéndose en un objeto que

Pervivencias y trasposiciones de la estética surrealista en el diseño y otras manifestaciones artísticas

Sandra Medina Bueno

podría aparecer perfectamente en cuadros propios del surrealismo (fig. 7).



Fig. 6. Sharona Merlin, Slim Cups.
Fte: Google Images (dominio público).

Fig.7. Salvador Dalí, Taza gigante volando, con apéndice incomprensible de cinco metros de largo, 1944.
Fte: Google Images (dominio público).

5.2. Dezeen.

Es otra de las revistas interesantes, en este caso, acerca del diseño y la arquitectura, mediante la cual encontramos muchas variedades en las tipologías propuestas. A través de estas plataformas y revistas online podemos conocer muchas de las apuestas tan novedosas y originales que están realizando artistas que se encuentran activos en la actualidad, y cuyos resultados se pueden conocer gracias a estos medios. Es importante, pues, realizar un estudio y registro de muchas de estas aportaciones que se están llevando a cabo.

Las piezas de Sebastian Brajkovic, quien cuenta con una larga trayectoria profesional, son el resultado de la unión entre el pasado, presente y futuro. En ellas aplica la deformación de las líneas, retorciéndolas y alargándolas hasta el punto de invalidar, de forma total o parcial, su función como objetos de mobiliario (fig. 8).

Concebidos bajo una estética elegante y algo refinada, en estos ejemplos vemos cómo la forma de dichos muebles cuenta con una parte que podría ser totalmente funcional, sin embargo, sus siluetas se van deformando hasta el punto de imposibilitar dicha función.

Pervivencias y trasposiciones de la estética surrealista
en el diseño y otras manifestaciones artísticas

Sandra Medina Bueno



Fig. 8. Sebastian Brajkovic, *Fibonacci*, *Carpenters Workshop Gallery, París, 2015*. Fte: Google Images (dominio público).

6. Cine y espectáculo.

Por otro lado, la relación entre los ideales surrealistas y el diseño cinematográfico también queda latente hoy en día. Tras la realización de muebles, objetos, decoraciones y exposiciones

surrealistas (como la que tuvo lugar en 1936 en Londres), el cine se verá influenciado por ese tipo de puesta en escena. Debemos tener presente, además, la importancia que tuvo el cine para los surrealistas como Buñuel o Dalí, ya que era la manifestación artística a través de la cual podía expresarse más fácilmente ese mundo onírico y fantasioso que tanto vínculo conseguía establecer con lo irracional y el inconsciente¹⁴.



Fig. 9. Cirque del Sol, espectáculo Zarkana, 2011.
Fte: Google Images (dominio público).

En primer lugar, observamos una parte de esas pervivencias propiamente surrealistas en espectáculos como los que realiza el Circo del Sol, en este caso *Zarkana* (fig. 9), cuya puesta en escena nos recuerdan a la película de Hitchcock, *Spellbound*, pues no parece ser casual el hecho de bañar la escena con esos ojos que parecen levitar y observar lo que allí sucede, bajo esa atmósfera de ensueño, algo que ya diseñó Dalí para esta película a través de esta representación onírica.

Muchas de estas pervivencias aparecen en la actualidad a través de ejemplos en los que el atrezzo y la atmósfera que envuelven la puesta en escena guardan un fuerte vínculo con las formas surrealistas y el desarrollo ilimitado de la imaginación.

Si bien encontramos películas muy conocidas de temática surrealista tales como *Alicia en el país maravillas* o *La ciencia del sueño*, también debemos destacar *El imaginario mundo del Doctor Parnassus* (2009), en la cual podemos apreciar que, el viaje que el doctor realiza a través de sus sueños e imaginación, aluden al fantástico y paranoico mundo de algunos de los cuadros de Dalí.

Muestra de ello podría ser las infinitas escaleras de las que se sirve el doctor Parnassus en relación con las alargadas extremidades de los caballos y elefantes de Dalí en su obra *La tentación de San Antonio* (1946), así como la relación que existe entre sus paisajes y los que aparecen en la película, ambos caracterizados por ser amplias llanuras en donde el espacio queda totalmente ilimitado, lo cual rompe de lleno con nuestra concepción de la realidad. Además, esos decorados llenos de cielos y nubes acompañados de esas llanuras casi irreales bañan este tipo de escenas.



Fig. 10. Lady Gaga en uno de sus conciertos interpretando *Speechless*.
Fte: Google Images (dominio público).

El mundo del espectáculo tampoco se resiste a las influencias aportadas por el surrealismo. Muestra de ello podría ser la decoración que la extravagante artista Lady Gaga escogió para interpretar uno de sus temas, Speechless en un concierto (fig. 10), a lo que, añadiéndole los atuendos que suele llevar, hacen del tema toda una performance artística.

Y es que la importancia de la influencia daliniana no sólo reside en sus trajes sino en el diseño de la propia puesta en escena de conciertos como este, en donde el cuerpo del piano emularía al de los elefantes de La tentación de san Antonio, predominando la verticalidad sobre el escenario, al situarse ella a cierta altura y agarrada por un arnés, lo que le da ese aspecto tan alargado e inestable similar al del cuadro.

7. Conclusiones.

Los ideales que defiende el surrealismo, así como la tipología de sus obras, han abierto muchos caminos a todo el arte surgido a partir de las últimas décadas. Un ejemplo de ello ha sido el diseño actual, (además de la escultura, arquitectura, etc.), dejando de tratarse como objetos enfocados a una funcionalidad y practicidad para acercarse, muchos de ellos, al mundo del arte.

Gran variedad y riqueza encontramos en este tipo de objetos cotidianos pero que están realizados, sin embargo, con gran minuciosidad, conocimiento e ingenio, aportando esos resultados tan novedosos, basados en ese sinsentido, formas derretidas, asimétricas, etc., lo que los hace hablar y tomar protagonismo más allá de la mera funcionalidad.

Notas:

¹ BONET, J.M., *El surrealismo y sus imágenes*. Madrid, Fundación Cultural Mapfre Vida Editorial, 2002, p. 191.

² BARREIRO LEÓN, B., “La estética surrealista”. *Eikasia Revista de Filosofía*, nº 58, 2014, p. 458.

³ DUPLESSIS, Y., *El surrealismo*. Barcelona, ed. Oikos-tau, 1972, p. 41.

⁴ CALAF, R., NAVARRO, A., y SAMANIEGO, J.A., *Ver y comprender el arte del siglo XX*. Madrid, ed. Síntesis, 2000, p. 200.

⁵ CIRLOT, J.E., *El mundo del objeto a la luz del surrealismo*. Barcelona, Edit. Anthropos, 1990, pp. 74-79.

⁶ CALAF, R., NAVARRO, A. y SAMANIEGO, J.A., *op.cit.*, p. 200.

⁷ *Ídem*.

⁸ <http://lema.rae.es/drae/?val=dise%C3%B1o> (Consultado 17/02/15)

⁹ <http://bdbarcelona.com/es/autor/3> (Consultado: 09/05/2015)

¹⁰ MUNARI, B., “Artista y *designer*”, en CALVERA, A. y otros, *Arte ¿? Diseño*. Barcelona, ed. Gustavo Gili, 2003, pp. 31-55.

¹¹ SALINAS, O., “El diseño: ¿es arte?”, en CALVERA, A. y otros, *op. cit.*, p. 116.

¹² POMBO F., “El deseo de las mañanas. Merleau-Ponty y el diseño”, en *De lo bello de las cosas*, *op.cit.*, p.93.

¹³ <http://luxartinstitute.org/Artist-Residency/Lila-Jang> (Consultado: 25/05/2015)

¹⁴ DUPLESSIS, Y., *op.cit.*, p.71.

Referencias bibliográficas:

GUGLIELMI, N., *El Fisiólogo. Bestiario Medieval*. Buenos Aires, Editorial Universitaria, 1971.

ADES D., *El dada y el surrealismo*. Barcelona, Ed. Labor, S.A., 1983.

ALBERA, G., y MONTI, N., *El diseño italiano*. Barcelona, ed. Gustavo Gili, 1989.

BARREIRO LEÓN, B., “La estética surrealista”. *Eikasia Revista de Filosofía*, nº 58, 2014, pp. 445-461.

BAYLEY, S., *Guía Conran del Diseño*. Madrid, Edit. Alianza, 1992.

Pervivencias y trasposiciones de la estética surrealista en el diseño y otras manifestaciones artísticas

Sandra Medina Bueno

- BONET, J.M., *El surrealismo y sus imágenes*. Madrid, Fundación Cultural Mapfre Vida Editorial, 2002.
- BONET, J.M., y otros, *El surrealismo*. Madrid, ed. Cátedra, 1983.
- BÖRNSSEN-HOLTMANN, N., *Italian Design*. Milán, ed. Taschen, 1995.
- CALVERA, A. y otros, *Arte ¿? Diseño*. Barcelona, ed. Gustavo Gili, 2003.
- CHARLOTTE y FIELL, P., *Diseño del siglo XX*. Madrid, ed. Taschen, 2000.
- CIRLOT, J.E., *El mundo del objeto a la luz del surrealismo*. Barcelona, ed. Anthropos, 1990.
- DORMER, P., *El diseño desde 1945*. Barcelona, ed. Destino, 1993.
- DUPLESSIS, Y., *El surrealismo*. Barcelona, ed. Oikos-tau, 1972.
- GAILLEMIN, J-L., *Dalí: el gran paranoico*. Barcelona, ed. Blume, 2011.
- IBARZ, V., y VILLEGAS, M. “El método paranoico-crítico de Salvador Dalí”. *Revista de Historia de la Psicología*, vol. 28, núm. 2/3, 2007, pp. 107-112.
- JULIER, G., *La cultura del diseño*. Barcelona, Gustavo Gili, 2010.
- LÖBACH, B., *Diseño industrial: [bases para la configuración de los productos industriales]*. Barcelona, Gustavo Gili, 1981.
- MARCHÁN FIZ, S., *Del arte objetual al arte del concepto. Epílogo sobre la sensibilidad posmoderna*. Madrid, ed. Akal, 1994.
- MOLINARI, C.A.J., “Realidad y ficción: intersecciones entre obra de arte, tecnología y objetos de uso cotidiano”. *ASRI: Arte y sociedad. Revista de investigación*, nº 4, 2013, pp.1-17.
- PANERO GÓMEZ, A., “Dalí’s Gradiva”. *Arte y Ciudad. Revista de Investigación*, nº 1, 2012, pp. 169-193.
- PÉREZ, L., “The Surrealist Collection of Objects”. *Revista de Teoría de la Literatura y Literatura Comparada*, nº 2, 2010, pp. 112-126.
- PUELLES ROMERO, L., *El desorden necesario: filosofía del objeto surrealista*. Málaga, Universidad de Málaga, Servicio de publicaciones, 2002.
- RODRÍGUEZ ORTEGA, N., *Manual de teoría y estética del diseño industrial*. Universidad de Málaga, Servicio de Publicaciones e Intercambio Científico, 2001.
- WOOD G., *Cosas del surrealismo: surrealismo y diseño*, Museo Guggenheim Bilbao, ed. por Ghislaine Wood, 2007.

Pervivencias y trasposiciones de la estética surrealista en el diseño y otras manifestaciones artísticas

Sandra Medina Bueno

Fuentes de Internet:

- <http://www.demilked.com/> (Consultado: 16/11/14).
- <http://judsonbeaumont.com> (Consultado: 15/04/15).
- <http://www.dezeen.com/> (Consultado: 15/04/15).
- <http://www.piekebergmans.com> (Consultado: 01/05/15).
- <http://www.tusquets.com> (Consultado: 04/05/15).
- <http://www.bdbarcelona.com> (Consultado: 04/05/15).
- <http://michaelbeitz.com> (Consultado: 08/05/15).
- <http://viviendodiferente.mx/2012/05/muebles-surrealistas/> (Consultado: 08/05/15).
- <https://rebanadadepan.wordpress.com/2010/08/10/surrealismo-vision-de-suenos/> (Consultado: 04/05/15).
- <http://sebastianbrajkovic.com/> (Consultado: 05/06/2015).

Creaciones alternativas: los *doodles* de Google. Recorrido estético a través de un diseño mutante en el año 2014 en España.

CRISTINA GARCÍA PÉREZ

Resumen:

En el presente trabajo tratamos sobre los distintos doodles aparecidos en Google en el pasado año 2014 en la página española. ¿Pero qué son los doodles? Es el logo de Google que cambia para conmemorar una fecha o rendir honores a un personaje (en general, celebridades y científicos). A través de éstos haremos un recorrido de su estética, temática, categorías, como transmisores de la cultura y la herencia histórica de la que venimos. El objetivo del estudio llevado a cabo es abrir otros campos de investigación para la Historia del Arte, un arte más accesible que llega a todos los usuarios de Internet a diario en todo el mundo. En conclusión, haremos un análisis de estos "garabatos", el poder de la imagen y del medio, la influencia social y cultural y el reclamo que cada día, en todo el planeta, tienen.

Palabras clave: Google, *doodle*, estética, Arte digital, Internet, cultura.

* * * * *

1. Google, el gigante de Internet.

1.1. Inicios y desarrollo de Google¹.

Allá por el año 1998 nació la mayor empresa del mundo en cuestiones informáticas y de la comunicación: Google. Fue fundada por dos jovencísimos estudiantes veinteañeros que se conocieron en la Universidad de Stanford, Sergey Brin y Larry Page que tenían formación en Ciencias Matemáticas e Ingeniería Informática respectivamente. Dos estudiantes brillantes y *frikis*. Larry estudió de forma obsesiva la estructuración de Internet para así poder ordenar absolutamente toda la información inserta en este mundo, contando en 1998 con unos 27 millones de páginas web registradas en su base de datos. Una decena de años más tarde, hablamos de mil millones de páginas, residiendo su éxito en búsquedas específicas, no tan generales.

La primera vez que se utilizó la versión de Google fue en colaboración con la Universidad de Stanford, y solo para sus estudiantes. El diseñado era prácticamente como el de ahora: fondo blanco con seis letras de colores básicos como son el rojo, el amarillo, el azul y el verde, contando en la actualidad con el añadido del nombre del país. El *logo* es una de las creaciones básicas de una empresa y, como tal, ha de ser fiable, con una gran eficacia y por supuesto de calidad. Además de esto, es muy importante la precisión y la proporción. La clave del logotipo es que resulte una imagen impactante, clara, concisa e identificativa y todo eso lo ha conseguido Google².

Tras el intento fallido de vender su tecnología a otros buscadores (todos los rechazaron, evidentemente sin imaginar a

donde llegarían estos jóvenes), consiguieron 100.000 dólares de financiación por el fundador de *Sun Mycrosystem* en 1998. Este dinero fue invertido en mejora del equipo. Entonces fue cuando se trasladaron al famoso “garaje de Google”. Un año después asistieron al *Burning Man*, un famoso festival donde acudían eruditos de la tecnología, poetas, artistas, músicos... apareciendo así el primer *doodle*, para avisar que estaban fuera de la oficina (fig. 1).

En 2004, y con tan solo un día en Bolsa, Google valía 28 millones de dólares, beneficiándose de este subidón no solo los fundadores, si no más de 2.500 trabajadores de la empresa, los cuales pasaron a tener unos cuantos millones en sus bolsillos ese día, según el *New York Times*. En este año fue cuando también se volverían a trasladar, esta vez a la actual sede en California con más de 50 kilómetros cuadrados (*Googleplex*³).

El asunto daría para continuar describiendo la historia de Google, pero de esto ya se encarga Alejandro Suárez Sánchez-Ocaña en su fascinante libro *Desnudando a Google: la inquietante realidad que no quieren que conozcas*⁴.



Fig. 1. Primer *doodle* de Google, 1998.

2. Google, apostando por la cultura visual. El poder de la imagen y del medio: influencia social y cultural.

Parte de su filosofía de trabajo y vida es que una empresa agradable, con una estética animada y desenfadada puede ofrecernos trabajadores más eficientes, implicados y, por supuesto, felices. Algunas encuestas⁵ demuestran que los trabajadores de Google son “los más felices del mundo”. Como parte de esta filosofía de trabajo⁶, los jefes de Google piensan, por ejemplo, que “no hay que llevar traje para ser formal” o que “ser muy bueno no basta”. Al famoso buscador le seguiría Apple y Microsoft.

Diariamente realizamos búsquedas en Google⁷, y es evidente que la tecnología es uno de los campos que mayor desarrollo sufre en la actualidad, yendo nuestras vidas al compás de esta. De hecho, estos avances tecnológicos existen porque nosotros los impulsamos de una forma u otra: somos Internet. Por esto hay muchos que piensan que este buscador nos hace vagos o menos inteligentes, pero en mi opinión no es así. Considero que es una obviedad que nos hace la vida más sencilla, pero a la vez todo está a nuestro alcance, tanto lo que podría considerarse positivo como lo negativo, pero no olvidemos que nosotros somos los únicos responsables de lo que buscamos en Internet.

2.1. Una estética rompedora, su seña de identidad⁸.

Parece evidente que una estética agradable hace nuestro lugar de trabajo más ameno, y Google no es indiferente a esta obviedad, aunque debemos decir que no todas las empresas se rigen por la misma filosofía.

Hablaremos de *Googleplex*, oficina central de la empresa en California. Este amplio complejo es un ejemplo paradigmático de cómo la estética influye en el trabajo, el estado de ánimo o la productividad de los trabajadores y la relación entre ellos. Para las reuniones se crearon diferentes salas con sillones, sofás, mesas, cafeteras... lo que demostró un crecimiento sobresalientemente positivo en el estado de ánimo de los trabajadores.

Según Brian Schermer⁹, “La visión de Google es quizás reclutar a personas que se sientan atraídas por la casualidad favorable del desorden”¹⁰. Pero no confundamos “desenfadado” con “sencillo”, ya que con Google ambos conceptos son totalmente antagónicos. Aunque el ambiente pueda ser divertido, dinámico y menos formal que otras empresas, el edificio, el modo de trabajar y la estética del propio complejo no es sencilla, siendo una infraestructura simplemente brillante. Algo queda claro, y es que Google es diferente: tuberías, sillones y lámparas de colores, todos primarios ¡pero qué colores! Es una inmensa obra de arquitectura que creó el arquitecto Wilkinson, el cual en una entrevista opina sobre qué le parece lo que será el nuevo *Googleplex*, diez veces más grande de lo que él construyó en 2004.

Eso sí, debemos aclarar que Google desde sus inicios no fue una empresa demasiado preocupada por el diseño, aunque sí por la apuesta cultural. En un primer momento solo se ocupaban de la efectividad del buscador, pero los fundadores se dieron cuenta que el diseño, tanto interior como exterior, de la empresa era necesario. A día de hoy, “la gran G” tiene un diseño renovado y corregido, incluso superior al de “la

manzana”, menos serio, pero más efectivo. Evelyn Kim, primera diseñadora de Google, fue una de las responsables de estos cambios en el ámbito de *Google Maps*, embelleciendo los mapas y posibilidades que ofrecía la *app*. Fue, junto a otros diseñadores, una herramienta básica en la sobresaliente mejora de la imagen del buscador¹¹. También para J. Wiley¹², “La belleza misma tiene utilidad. Eso fue una gran parte de nuestra toma de conciencia interior. Lo que la belleza le aporta a la función es jerarquía, qué cosas tienen relación entre sí y cómo se relacionan”¹³. Tienen una filosofía extravagante pero sencilla, lo que hace que esta empresa se haya ganado el fabuloso título de “tener los trabajadores más felices del mundo”¹⁴.

3. Mucho más que un logotipo: los *doodles* de Google.

3.1. ¿Qué son los *doodles*?

Los *doodles* (“garabatos”¹⁵) son los distintos cambios de logotipo de la página principal de Google, cambios que se hacen de una forma artística y efímera, con motivo de la celebración de algún aniversario o fiesta, eventos deportivos, cumpleaños o recuerdo del nacimiento o muerte de científicos, actores, artistas, entre otros, variando según el país. Tanto los diseñadores (*doodlers*) como Google hacen un estudio exhaustivo acerca de la relevancia de los diferentes acontecimientos para así poder adaptar cada *doodle* a un país determinado, aunque hay muchos que se dan en diversos países el mismo día que surge el acontecimiento.

Este cambio de logotipo es rompedor y llamativo, pero jamás pierde la esencia del *logo* tradicional de la empresa, su verdadero signo de identidad. Normalmente lo que se mantiene del logotipo tradicional es la tipología de las letras o los colores de las mismas (rojo, azul, verde y amarillo). Por eso cabría hablar aquí de “Google como marca mutante”¹⁶ ya que continuamente adapta su logo, lo modifica milimétricamente casi a diario, y como sabemos, los *doodles* introducen cambios radicales en el logotipo de la empresa, siempre adaptándose al logotipo tradicional, conservando la esencia del mismo. El *doodle* es un arte digital y educativo, dependiente de la tecnología pero complementaria de esta.

3.2. Del “aviso” al reclamo.

La idea de los *doodles* apareció alrededor de 1998, antes de formarse la empresa Google como tal. Sus fundadores, Larry Page y Sergey Brin, decidieron dar un giro a su logotipo habitual para indicar a los usuarios que asistían al Festival de *Burning Man* celebrado el día 30 de agosto de 1998 en Nevada, *doodle* que vimos anteriormente. El siguiente *doodle* (Fig. 2) surgiría dos años más tarde, en el 2000, con motivo de la conmemoración del Día de la Toma de Bastilla, encargado por los fundadores de la empresa Google al diseñador gráfico Dennis Hwang, valiéndole a este para hacerse con el puesto de *doodler*.



Fig. 2. Doodle con motivo de la conmemoración del Día de la Bastilla en Francia, 2000.

Tal vez entre los *doodles* más conocidos estén aquellos dedicados a la celebración de los nacimientos de algunas celebridades tales como Andy Warhol, Einstein, Da Vinci, Charlie Chaplin o Magritte, aunque tendríamos que añadir temas variadísimos, como se puede comprobar en los diseños del año 2014, tema de nuestro estudio.

3.3. ¿Cómo se crean estos "garabatos"?

3.3.1. Los doodler, un "gran equipo".

Los programas usados para la creación de los *doodles* son aparatos complejos de diseño artístico, y de ahí que se encarguen de este asunto diseñadores de primer nivel. Katy Wu, ilustradora de Google, contó abiertamente a un diario el proceso de creación de estos *doodles* desde el momento en que se diseñaban hasta el mismo instante en que los vemos plasmados en nuestras pantallas¹⁷. Como ya hemos comentando y como bien afirma Katy, lo imprescindible en el

diseño de los *doodles* es tanto la palabra “Google” como los cuatro colores que determinan el logotipo.

Los *doodlers* se reúnen cuando está cerca algún evento importante, buscan información del mismo o del personaje para representar de esta forma las características más evidentes de los mismos. Todos los diseños se realizan en EEUU, de la mano de diez ilustradores¹⁸, cuatro desarrolladores y otros dos encargados de proyecto, un pequeño equipo, pero como dice el *doodler* Ryan Germick, valientes. Un equipo que se dedica de forma prácticamente en exclusiva al diseño de estos *doodles*, algunos con semanas de trabajo. Otros de los diseños populares son los interactivos o animados, como el realizado basándose en el juego de *Pac-Man* para conmemorar, en 2010, sus 30 años, pero dado el tiempo que requieren (de tres a cuatro meses) y la baja cantidad de diseñadores que existen no pueden realizar muchos *doodles* interactivos anualmente. ¿Limitaciones? Esencialmente dos: la principal es la caja de búsqueda, por lo que cualquier *doodle* ha de ajustarse a esta obligatoriamente, y la otra limitación es la del tiempo para la reproducción de vídeos, música o pequeños filmes (como el de Charlie Chaplin) no pudiéndose exceder de los dos minutos.

Algunos sitúan estos “garabatos” entre el arte y el diseño, como Deyan Sudjic, director del Museo de Londres de Diseño, el cual dice¹⁹: “El punto del arte es que no tiene que cumplir una función”, y añade “El diseño, que antes se llamaba arte comercial, está ligado a una obligación funcional”. Otros como Si Scott²⁰, diseñador de importantes marcas comerciales, afirman que los *doodles* son diseño, pero también son una nueva forma de arte moderno.

Pero... ¿quiénes deciden qué *doodles* han de ponerse al servicio del mundo? ¿Cómo se escogen los eventos que merecen mención en forma de “garabato” y con qué criterio se seleccionan para ser añadidos posteriormente? Pues sencillamente es como cualquier otra empresa. Los trabajadores de Google asisten habitualmente a reuniones donde deciden qué fiestas, eventos o personajes deberían o no formar parte de sus *doodles*. Estos cambios en el *logo* de Google lo que buscan principalmente es manifestar la idea de la empresa, su compromiso y su seña de identidad.

Se han creado más de 2.000 *doodles* a lo largo de unos 17 años, aunque no todos publicados, ya que lo importante es mantener esa imagen minimalista del logotipo principal que, como vimos, el 1 de septiembre del pasado año 2015 fue modificado, cambio en parte motivado por la nueva matriz llamada *Alphabet*, bajo la que está la dirección de cada negocio. Este cambio en el *logo* es el más grande llevado a cabo por la empresa desde 1999 (donde incluyeron un signo de exclamación al final del nombre del buscador). Ahora el logotipo da la sensación de estar “sin diseñar”, como dibujado en un cuaderno de un niño con un lápiz, apareciendo la “e” final ligeramente inclinada hacia abajo para enfatizar su pensamiento aparentemente “informal”. La tipología se ajusta al tipo de letra “Sans Serif” (antes era “Serif”), la cual otorga a la página principal un carácter más desenfadado, suave e inofensivo. La única diferencia entre ambas fuentes es que esta última carece de detalles tales como bordeados en los contornos de las letras (llamadas “serifas”).

3.3.2. Dennis Hwang, un *doodler* sobresaliente y creativo; y Ryan Germick, un *doodler* al timón de la creación.

Algunos de los *doodles* que vemos en la página principal de Google²¹ son creaciones del *webmaster* Dennis Hwang, y del genial Ryan Germick, actualmente el jefe del creativo equipo de *Google Doodle* en California.

El primero comenzó a trabajar con Google debido a unas prácticas, y debido a su profundo conocimiento en arte, su carrera, le sirvió para que Larry y Sergey pensaran en él como responsable de estas creaciones mundiales. Su primer *doodle* fue el de la conmemoración del Día de la Toma de Bastilla, en el año 2000, como ya hemos comentado. En cuanto a la elección de las creaciones, Dennis cuenta que “hace una tormenta de ideas”, con la consiguiente búsqueda de imágenes muy variadas en la red hasta decidir la idea final que diseñará para el *doodle*. El diseñador afirma que es muy complicado no repetir los iconos que representan las fiestas (por ejemplo, en Halloween es prácticamente inevitable usar una calabaza), por lo que algunas veces la verdadera complejidad consiste en innovar.

El segundo *doodler*, Ryan, lo conocemos mejor gracias al estudio llevado a cabo por Milagros Müller²². Actualmente, Ryan está a cargo de diez *doodlers*. Toda su infancia estuvo marcada por el amor al arte, especialmente por el mundo de los cómics, lo que le llevó a estudiar ilustración y escritura creativa en Nueva York. En la famosa revista inglesa *The Telegraph*²³, en una entrevista del 21 de abril de 2015 nos cuenta que él desde bien joven, veía a los ordenadores como una herramienta útil con un poder grandísimo, donde guardar millones de

creaciones en un espacio relativamente pequeño. Justo después de su graduación marchó a California, donde empezó a trabajar en 2006 con D. Hwang, hasta que en 2009 se formó el equipo de *doodlers*.

El primer diseño animado lo creó Ryan el 21 de mayo de 2010, con motivo de la conmemoración del 30 aniversario del mítico juego *Pac-Man* (fig. 3). La frase de este diseñador, “Nos tomamos la diversión muy en serio”, es un claro ejemplo de cómo trabaja Google. En cuanto al proceso de creación y la conexión entre los distintos *googlers*, Germick dice: “Somos un equipo pequeño, pero el proceso es colaborativo, trabajamos con cientos de compañeros de Google en todo el mundo y recibimos miles de propuestas. Nos reunimos de vez en cuando, hacemos una lista de ideas y seleccionamos. Luego las consultamos con cada país para asegurarnos de que encaja con su cultura”. Pero a este diseñador lo que realmente le apasiona son los *doodles* interactivos, aquellos con los que podemos jugar y disfrutar. Germick fue el responsable de la creación de un diseño fantástico en honor al famoso guitarrista Les Paul por su 96 aniversario. Y digo “responsable” porque las consecuencias de su idea causaron una estrepitosa caída de productividad laboral de más de 200 millones de euros. Los trabajadores estaban inmersos en el mundo musical de Google y su *doodle* dejando de lado sus responsabilidades laborales para así tocar canciones que el propio buscador proponía.

Consideramos que todo puede resumirse en esta fantástica frase de Germick: “Google es como una escuela de *frikis*, aquí todo es posible con una máxima: mezclar arte y tecnología, dar un toque creativo y humano a Internet. Es lo que hacemos”²⁴.

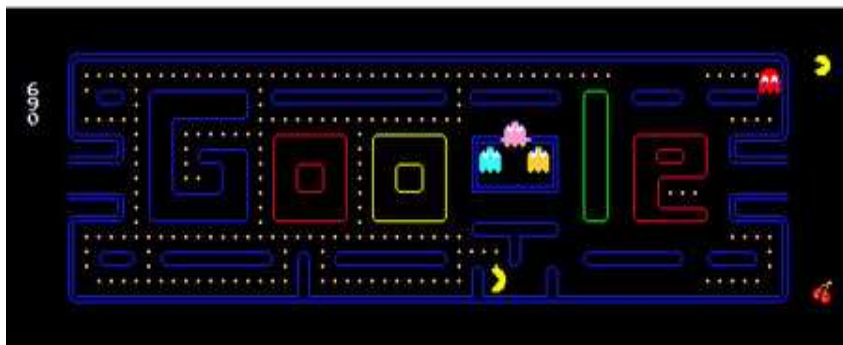


Fig. 3. Doodle interactivo de Pac-Man por su 30 aniversario.

Este diseño permaneció en la web tres días, algo poco usual en Google, retirándose de la página principal el 23 de mayo de 2010. Este *doodle* tuvo un éxito sobresaliente, por lo que la empresa decidió hacer una página donde permaneciera en forma de juego y así los usuarios pudieran jugar siempre que quisieran²⁵.

A veces, otros artistas como el japonés Takashi Murakami²⁶ (fig. 4), participan en la creación de estos *doodles*.

O también Ryan Woodward con su fabuloso y dinámico *doodle* para conmemorar el 117 aniversario de la coreógrafa y fundadora de la danza moderna Martha Graham²⁷. Un diseño delicado y tierno basado en un precioso y emotivo corto de 3:05 del propio Ryan W., llamado "Thought of you"²⁸, el cual va acompañado de una canción, "World Spins Madly On" de The Weepies.



Fig.4. Diseño para Google de Takashi Murakami. Primer día de verano.

4. Estudio de los *doodles* del año 2014 en España.

El tema central de nuestro estudio es el análisis de los *doodles* realizados en la página principal de Google en España en el año 2014. El número de diseños dedicados a mujeres y hombres ha sido un tema bastante escabroso, ya que algunos medios²⁹ abrieron un debate. Según este artículo, tan solo el 17% de estos *doodles* se realizan para homenajear a mujeres, mientras que el resto se dedica a los hombres. Estas afirmaciones están basadas en la información publicada en la plataforma SPARK, y en especial en una entrada de marzo de 2014 de una de las activistas de dicha plataforma, la cual llevó a cabo un estudio al respecto (del año 2010 al 2013) que publicó en un blog de SPARK³⁰. Desde que Google comenzó con sus diseños se han dedicado unos 445 a personajes de la historia, y de éstos 375 se refieren a hombres y el resto a mujeres. Otra brecha abierta es la de la raza. En el mismo estudio se afirma que de estos 375 hombres, la gran mayoría

(275) son blancos, y en el caso de las mujeres tan solo hay 19 diseños de mujeres de raza negra, frente a los 58 de raza blanca, pero Google ya tomaba medidas al respecto.

En el año 2014 la balanza se ve más equilibrada, aumentando el número de mujeres y homenajeándose a más personajes de raza negra que en años anteriores. Como bien afirma el diario digital CNN de México³¹, hasta el día 2 de junio de 2014, el sexo femenino supuso alrededor de un 49% de la representación de estos *doodles* en todo el mundo. Por otro lado, en cuestiones raciales, los homenajeados blancos supusieron hasta el momento el 67% y los de color el 33% restante, superando las cifras de años anteriores. Las ilustraciones y los homenajes pueden ser el principio de la aceptación de la raza, el sexo y la igualdad, de ahí el poder y el reclamo de estos diseños.

Nosotros hemos realizado un pequeño estudio del año 2014 completo, en relación a este tema. Se homenajearon en la página principal de Google de España a 11 hombres, siendo uno tan solo de raza negra (Nelson Mandela); con respecto a las mujeres, las homenajeadas fueron 11 también, todas de raza blanca. Evidentemente tan solo es una cuenta realizada de los *doodles* a nivel nacional, un estudio del que podemos ver que en cuestiones de sexo estos diseños están perfectamente compensados, pero en cuestiones raciales hay una gran precariedad representativa.

Dejando un poco de lado este asunto, merece especial mención el Mundial de Fútbol, acontecimiento deportivo esperando por tantos en 2014. Estos diseños ocuparon de forma prácticamente exclusiva la página de Google España desde el

12 de junio al 13 de julio con un total de 57 diseños animados, por lo que el nivel de innovación fue enorme. Para llevar a cabo estos *doodles*, los diseñadores se valen de muchas herramientas para su inspiración: carteles, fotografías, cuadros, esculturas, paisajes, etc. En algunos de ellos, como por ejemplo en el caso de Audrey Hepburn, la diseñadora J. Hom se valió de una conocida fotografía de Yousuf Karsh, imagen representativa de la actriz y modelo.

En cuanto a la división de estos fabulosos diseños, decidimos elegir cuatro temas donde poder insertar tal cantidad de *doodles* (alrededor de 102). Estos son: Festividades y días mundiales (fig. 5), Ciencia (fig. 6), Literatura y arte (fig. 7) y, por último, Deportes (fig. 8). A continuación, ejemplificaremos cada apartado con un solo *doodle*, siéndonos imposible mostrar el centenar de diseños.



Fig. 5. 19 DE MARZO DE 2014. Día del Padre.



Fig. 6. 27 DE MAYO DE 2014. 107 aniversario del nacimiento de Raquel Louise Carson.



Fig. 7. 29 DE OCTUBRE DE 2014. 84 aniversario del nacimiento de Niki de Saint Phalle.

Creaciones alternativas: los *doodles* de Google. Recorrido estético a través de un diseño mutante en el año 2014 en España.

Cristina García Pérez



Fig. 8. 18 DE JULIO DE 2014. 96 aniversario del nacimiento de Nelson Mandela.



Fig. 10. 23 DE JUNIO DE 2014. Primera fase.

Los personajes aparecidos en la página principal de Google en España son seleccionados de forma cuidadosa, ya que los *doodler* deben considerar cuáles son aquellos dignos de mención porque no se pueden incluir todos los personajes o festividades. De igual forma se seleccionan las fechas

importantes o las fiestas, como la Navidad. Ciertamente no suele darse un *doodle* solo en un país (aunque hay excepciones) ya que hay personajes o fiestas que son importantes prácticamente a nivel europeo o mundial. Los diseños en general tienen como característica el espacio, el cual siempre se ajusta al rectángulo donde se inserta el nombre del buscador. Otro requisito es la tipología, la cual no siempre es visible como comúnmente la conocemos e incluso a veces ni siquiera la vemos, sino que la intuimos por los colores que ciertos elementos vienen a representarla.

Algunos me han preguntado si estos *doodles* son arte, y yo rotundamente afirmo que sí. Yéndonos a la definición más básica del arte, arte es todo aquello que produce la mano del hombre con una finalidad estética y con unas formas bellas. ¿Los *doodles* se ajustan a esta ligera definición? Sí, sin lugar a dudas. Como bien decía León Tolstói, “el arte es uno de los medios de comunicación entre los hombres”. Los *doodles* transmiten, enseñan, buscan una finalidad, se rigen por una estética y una belleza. Los *doodles* empezaron como diseños más bien toscos, con la finalidad de avisar al cibernauta, pero a día de hoy son piezas de arte, algunas de ellas exquisitas y totalmente sobresalientes.

Nuestro objetivo ha sido aportar un estudio sobre una novedosa forma de arte, considerándose un campo escasamente investigado y tal vez poco considerado por el hecho de ser tan novedoso. Los *doodles* de Google son un fantástico e inmenso catálogo visual, un lienzo en blanco a nivel mundial que trata de enseñarnos y deleitarnos partiendo desde el diseño. Consideramos a estos un campo de investigación muy interesante y muy útil sobre todo como medio de transmisión

de información y cultura. Debemos aclarar que los diseños analizados son los que se han publicado en la página española de Google en 2014, poniendo en práctica lo que otros habían analizado de forma teórica. Con respecto a las implicaciones que pudiera tener el presente trabajo desarrollado, la más importante e interesante tal vez podría ser nuestros propios objetivos: abrir un nuevo campo de investigación y desarrollo para la Historia del Arte.

Finalmente, y como valoración personal, el estudio ha sido todo un reto al carecer de precedentes estudiados con tanta profundidad y análisis. A pesar de que veces nos ha sido muy compleja la búsqueda de información fiable o la falta de publicaciones con respecto al tema, ha sido una experiencia muy gratificante y educativa que supera con creces las tantas dificultades halladas. Para finalizar me quedo con una magnífica frase de Nietzsche: “Sin arte la vida sería un error”.

Notas:

¹ <https://www.google.com/about/company/history/?hl=es> página oficial de Google donde la empresa explica su evolución. (Consultado: 17/08/2014)

² MORGAN, C.L., *Logos: logotipos, identidad, marca, cultura*. Barcelona, Index Books, S.L., 1999, pp. 8-15.

³ Sede de la empresa Google, ubicada en Amphitheatre Parkway, Mountain View, Santa Clara (California). El nombre “Googleplex” es resultado de un juego de palabras nacido de la unión de Google y *complex* (complejo). También el nombre hace mención al número 10 elevado a 10 y este a su vez elevado a 100.

⁴ SUÁREZ SÁNCHEZ-OCANÑA, A., “Nace un imperio”, en *Desnudando a Google: la inquietante realidad que no quieren que conozcas*. España, Ed. Deusto, 2012, pp. 17-58.

⁵ <http://www.careerbliss.com/facts-and-figures/careerbliss-2012-bliss-leap-award-winners-20/> (Consultado: 25/01/2014).

⁶ <https://www.google.es/intl/es/about/company/philosophy/> (Consultado: 17/05/2014).

⁷ <https://computacionysociedadespol20122t.wordpress.com/2013/01/14/ensayo-impacto-de-google-y-las-herramientas-web-2-0-en-nuestra-sociedad/> (Consultado: 20/02/2015).

⁸ Para el desarrollo de este punto nos hemos basado en la siguiente página web: <http://acceso-directo.com/que-nos-dicen-las-oficinas-sobre-la-filosofia-de-la-empresa/> (Consultado: 23/03/2015).

⁹ B. Schermer es un reputado arquitecto y profesor de arquitectura en la Universidad de Wisconsin-Milwaukee. Sus estudios se centran en cómo crear ambientes laborales más productivos, además de otros campos. <http://www4.uwm.edu/sarup/people/faculty/schermer.cfm> (Consultado: 25/03/2015).

¹⁰ <http://noticias.arq.com.mx/Detalles/19995.html#.VcPPEvntmko> (Consultado: 07/06/2015).

¹¹ <http://www.lanacion.com.ar/1809422-google-finalmente-logro-diseno> (Consultado: 14/07/2015).

¹² Diseñador jefe de distintos productos de Google <https://www.linkedin.com/in/jonwiley> (Consultado: 10/07/2014).

¹³ *Ídem*.

¹⁴ <http://www.cromo.com.uy/el-secreto-la-felicidad-los-empleados-google-n530232> (Consultado: 03/07/2014).

¹⁵ “Garabato” es la traducción de *doodle* en inglés.

¹⁶ Término usado por Ricardo Wilson, comunicador visual licenciado en la Universidad de Santa María. Imparte clases de algunas materias como Diseño, Fotografía o Computación aplicada al diseño, entre otras. <http://publicaciones.usm.edu.ec/index.php/GS/article/view/31> (Consultado: 04/02/2015).

¹⁷ <http://www.lanacion.com.ar/1678399-como-se-hace-un-doodle-el-logo-intervenido-de-google> (Consultado: 10/11/2014).

¹⁸ http://www.elconfidencial.com/tecnologia/2014-05-01/la-historia-oculta-tras-los-doodles-de-google_123770/ (Consultado: 15/07/2014).

¹⁹ http://www.bbc.com/mundo/noticias/2012/08/120813_google_doodle_lp.shtml (Consultado: 14/07/2014).

²⁰ *Ídem*.

²¹ <https://www.google.com/doodles#archive> (Consultado: 02/02/2014).

Creaciones alternativas: los *doodles* de Google. Recorrido estético a través de un diseño mutante en el año 2014 en España.

Cristina García Pérez

²² MÜLLER, M., “Los *doodles* de Google: arte y conocimiento”, en CRESPO FAJARDO, J.L. (coord.), *Estudios sobre Arte y Comunicación Social*. La Laguna, Sociedad Latina de Comunicación Social, 2011, pp. 115-122.

²³ <http://www.telegraph.co.uk/technology/google/google-doodle/11542150/The-man-behind-GooglesDoodles.html> (Consultado: 17/05/2015).

²⁴ <http://prodavinci.com/2011/10/09/actualidad/sobre-los-google-doodles/> (Consultado: 10/01/2015).

²⁵ La web donde podemos hallar este juego y otros muchos más, como el de Les Paul que comentamos, es la siguiente: <http://elgoog.im/>

²⁶ Takashi realizó el diseño del primer día de verano en 2011 con un colorido dibujo que apareció ese día en la página principal del buscador.

²⁷ <http://www.laverdad.es/murcia/20110511/gente/martha-graham-baila-google-ryan-woodward-201105111833.html> (Consultado: 13/01/2015).

²⁸ <https://www.youtube.com/watch?v=OBk3ynRbtsw> (Consultado: 13/01/2015).

²⁹ <http://www.abc.es/TECNOLOGIA/REDES/20140304/ABCI-DOODLE-GOOGLE-DEDICADOS-HOMBRES-201403032015.HTML> (Consultado: 05/03/2014).

³⁰ <http://www.sparksummit.com/doodleus/> (Consultado: 05/03/2014).

³¹ <http://mexico.cnn.com/tecnologia/2014/06/05/por-que-los-doodles-de-google-se-han-diversificado-racial-y-sexualmente> (Consultado: 10/06/2014).

Referencias bibliográficas:

MORGAN, C.L., *Logos: logotipos, identidad, marca, cultura*, Barcelona, Index Books, S.L., 1999.

MÜLLER, M., “Los *doodles* de Google: arte y conocimiento”, en CRESPO FAJARDO, J.L. (coord.), *Estudios sobre Arte y Comunicación Social*, La Laguna, Sociedad Latina de Comunicación Social, 2011, pp. 115-122.

OTXOTORENA, J.M., “Arte y estética en el mundo empresarial. Sobre el lugar y el papel del diseño en la perspectiva de la iniciativa empresarial”. *Revista Empresa y Humanismo*, nº 2, II, 2000, pp. 271-275.

SUÁREZ SÁNCHEZ OCAÑA, A., “Nace un imperio”, en *Desnudando a Google: la inquietante realidad que no quieren que conozcas*. España, Ed. Deusto, 2012, pp. 17-58.

SUÁREZ SÁNCHEZ-OCAÑA, A., “Desnudando a Google: el nacimiento de un imperio”. *Derecom*, nº 10, 2012, pp. 99-115.

Fuentes de Internet:

<http://acceso-directo.com/que-nos-dicen-las-oficinas-sobre-la-filosofia-de-la-empresa/>

<http://blog.sedic.es/el-impacto-social-de-google/>

<http://noticias.arq.com.mx/Detalles/19995.html#.VcPPEvntmko>

<http://prodavinci.com/2011/10/09/actualidad/sobre-los-google-doodles/>

<http://publicaciones.usmedu.ec/index.php/GS/article/view/31>

<http://www.cromo.com.uy/el-secreto-la-felicidad-los-empleados-google-n530232>

<http://www.lanacion.com.ar/1678399-como-se-hace-un-doodle-el-logo-intervenido-de-google>

<http://www.telegraph.co.uk/technology/google/google-doodle/11542150/The-man-behind-Google-Doodles.html>

<https://computacionysociedad.es/pol20122t.wordpress.com/2013/01/14/ensayo-impacto-de-google-y-las-herramientas-web-2-0-en-nuestra-sociedad/>

<https://www.google.com/about/company/history/?hl=es>

<https://www.google.com/doodles#archive>

<http://googleespana.blogspot.com.es/2015/09/google-update.html>

