

PARTE I

1. INTRODUCCIÓN

1. INTRODUCCIÓN

Centrando esta investigación en la escultura, podemos puntualizar que este término abarca un significado muy amplio en la actualidad. Entre ellos, podemos destacar el arte-objeto, la instalación, la *performance*, las intervenciones en el espacio e incluso las creaciones virtuales. Prueba de que su característica principal engloba cualquier elemento tridimensional. Además, el término escultura será señalado por el acto de manipular la materia o el espacio, lo que le confiere un acercamiento con los sentidos: vista y tacto. Aunque esta actividad plástica, desde las manos de su creador, tenga una doble sensación, cuando se muestra ante el espectador solamente se hace disfrute de lo visual. Es aquí, desde la posición de transeúnte, donde nuestro estudio conduce a la motivación para hacernos las primeras preguntas como punto de partida: ¿En qué momento un escaparate nos llama poderosamente la atención? ¿Se trata de una obra de arte? ¿Qué podemos encontrar en él? ¿Qué elementos desde nuestro punto de vista destacan más? ¿Encontramos esculturas dentro de los decorados? ¿Qué materiales se han utilizado? ¿Relatan una historia? Y, por último, ¿quién ha sido el autor de esta escena?

Pues bien, una vez analizada la premisa que nos llevará a resolver nuestra evolución en esta investigación, resaltaremos que, en los ámbitos comerciales, trabajan diseñadores y artistas que confieren los escaparates e interiores de locales con auténticas obras de arte, y que a menudo por nuestra impulsividad hacia las compras o adquisición material, no somos capaces de darnos cuenta del ambiente que nos rodea, ni, por consiguiente, de lo que nos están intentando comunicar. Simplemente, se relega a un ámbito llamativo y atrayente del que no consideramos que pueda existir un trasfondo de los elementos allí expuestos. Es necesario detallar que la motivación de este trabajo se encuentra en aquellos escenarios dentro de los escaparates, como pantalla de llamamiento y acercamiento al viandante, donde la escultura habita en un contexto amplio, surgiendo de algún modo, como figura decorativa o, de otro modo, meramente funcional y expositiva, pero en todo caso, modelando el espacio escenográfico del escaparate.

Conforme a ello, este estudio tiene como finalidad la investigación sobre piezas artísticas escultóricas de diversa índole que formen parte de los escenarios dentro de los ámbitos comerciales y, particularmente, que estén dentro de los ventanales que sirven a los locales como reclamo para exponer sus productos. Siguiendo así, una revisión evolutiva histórica de determinadas marcas que han sido seleccionadas por contener un extenso recorrido destacable en este ámbito, exhibiendo sus escaparates como soporte publicitario a través del arte. Además, este proceso requerirá un análisis de los métodos, procesos y aplicaciones en el contexto artístico contemporáneo de la escultura relacionado con el escaparatismo, investigando de este modo, las conexiones escénicas tan variadas del pasado y el presente en diferentes escaparates donde aparezca la

elaboración escultórica, abordando metodologías y procesos propios de esta disciplina a través de la teoría y de la práctica artística que se lleva a cabo.

1.1. RELEVANCIA DE LA INVESTIGACIÓN

Es necesario considerar que, en el presente, el espacio expositivo donde se circunscribe la obra artística escultórica es muy diferente si lo comparamos con sus orígenes. El arte, en su sentido más amplio –incluida la disciplina plástica en la que se centra este estudio– ha estado tradicionalmente limitado a espacios expositivos específicos y reservado a instituciones destinadas a tal fin. Asimismo, durante siglos, las obras artísticas fueron accesibles únicamente para las élites sociales o vinculadas al poder religioso, lo que restringía su disfrute y conocimiento al resto de población. Por tanto, no todas las personas podían deleitarse contemplando estas piezas u obtener conocimientos sobre ellas. Pese a ello, la evolución social ha hecho posible que las obras artísticas ya no estén resguardadas como si se tratase de un tesoro entre muros, como ocurría en los museos. Ahora, las paredes se abren y dejan ver las pantallas que se traducen como las ventanas o cristalerías donde la escultura es exhibida y hace que los individuos formen parte de la pieza a través de la interacción, como si de una experiencia cotidiana se tratase, pues el arte forma parte del espacio público.

De este modo, nuestro objeto de estudio trata de analizar un espacio expositivo público que está vinculado directamente en el enfoque comercial, y ha sido valorado y puesto en práctica como escenario donde el arte tiene cabida. Este espacio se apoya en la obra escultórica como elemento expositivo y decorativo para formar parte de una escenografía recreada que sirve para mostrar sus artículos de venta junto con una narrativa. Hablamos de un terreno que ha evolucionado progresivamente y se ha visto afectado por todas las transformaciones que, a lo largo de los años, han ido estructurando el mundo tal y como hoy lo conocemos. Lo que en un principio era una simple profesión de tendero o vendedor ambulante se ha ido ampliando y ahora se organiza por varios sectores que participan en una única actividad: la configuración de un escaparate comercial.

Por tanto, es interesante conocer cómo, en la actualidad, la convergencia de múltiples disciplinas permite que el escaparate se configure como un espacio de encuentro donde se exhibe una obra artística esencialmente efímera. Esta tiene que cumplir ciertas peculiaridades dentro de un estudio de diseño y *marketing* para que sea lo más impactante posible para el viandante y, de esta manera, sea eficaz su finalidad: el reclamo de los clientes para que procedan a una transacción de compra. Por tanto, y más interesante aún si cabe, es la dualidad en este estudio de identificar una parte técnica y otra más poética, ambas combinadas en estos entornos.