03 2009

«¡A la producción!»: los objetos socialistas del constructivismo ruso

Christina Kiaer

Traducción de Marcelo Expósito

El teórico constructivista Ósip Brik escribió un breve artículo titulado «¡A la producción!» para el primer número de la revista rusa de vanguardia *Lef*,[1] publicado en 1923. Comenzaba poniendo como ejemplo a Aleksandr Ródchenko: «Ródchenko era un artista abstracto. Se ha convertido en un artista constructivista y productivista. No solo de nombre, sino en la práctica. » Y continuaba: «Ródchenko sabe que no se logra nada quedándose uno sentado en su estudio, que se debe salir al mundo real, llevar el talento organizativo que se posse a donde se necesita: a la producción.»[2] Brik formaba parte de un grupo de críticos y escritores inspirados por la teoría marxista pertenecientes al Injuk (Instituto de Cultura Artística de Moscú),[3] que, en el invierno de 1921, promovieron la denominada plataforma «productivista» del constructivismo. Algunos de los artistas constructivistas más relevantes —como Vladímir Tatlin, Karl Ioganson, Varvara Stepánova, Liubov Popova y, por supuesto, Ródchenko— intentaron, de maneras muy diversas y significativas, adentrarse en la producción en masa soviética después de la Revolución rusa. Aunque los debates que condujeron a la formulación del

constructivismo y del productivismo en 1921 habían puesto el acento en el «trabajo de laboratorio», en la tecnología y en la ingeniería industriales, la mayor parte del trabajo productivista acabó teniendo que ver menos con la tecnología y la fábrica que con la invención y teorización de nuevos tipos de objetos materiales útiles que transformarían la vida cotidiana bajo el socialismo. En este ensayo tomaré en consideración los diferentes modelos de «arte de la producción» de estos artistas, sugiriendo que la idea productivista de «objeto socialista», en concreto, podría ser todavía importante para la producción cultural radical de hoy.

Comenzaré con lo que podríamos denominar el modelo más «puro» de productivismo: la decisión de dejar de trabajar como artista tomada por el escultor constructivista Karl Ioganson para empezar así a trabajar en una fábrica de metal laminado en Moscú. Ioganson había sido uno de los firmantes del programa constructivista original, y había mostrado sus *Construcciones espaciales* en la famosa exposición que tuvo lugar en la Obmoju (Sociedad de Jóvenes Artistas) durante la primavera de 1921, junto con sus colegas constructivistas Ródchenko y los hermanos Stenberg. Tal y como ha revelado recientemente la historiadora del arte Maria Gough en su investigación pionera sobre Ioganson, todas las pistas sobre el artista desaparecen para la historia del arte en 1923, que fue cuando se empleó como obrero metalúrgico en la fábrica Krasnyi Prokatchik (Laminador Rojo) en Moscú.[4] Mientras trabajaba allí inventó una «máquina de acabado» que él mismo describió como un sistema mecanizado para el tratamiento del aluminio, el estaño y el plomo que permitiría aumentar la productividad aproximadamente en un 150%. Logró así cumplir el objetivo de convertirse en un «inventor en su puesto de trabajo», un verdadero trabajador de fábrica que es *también* un inventor, antes que un artista que ejerce la función de diseñador jefe. En otras palabras, se

trataba, como productivista, de no alienarse del resto de los trabajadores. De este modo, como señala Gough, al inventar una máquina que aumentaba la productividad Ioganson eligió, por así decir, un bando en el conflicto entre los burócratas del partido, que pedían aumentar la producción acelerando el trabajo, y quienes defendían los derechos de los trabajadores, luchando contra su explotación en nombre de la producción socialista. Ioganson llegó a comprometerse aún más en dicho conflicto al abandonar el puesto de trabajo para trabajar exclusivamente como agitador de fábricas al servicio del Partido y organizador de la producción, un resultado predecible tratándose de un intelectual que había decidido asumir tareas proletarias.

Gough argumenta que el modelo de productivismo representado por Ioganson había sido teorizado por el crítico productivista Nikolái Tarabukin, famoso por su libro *Ot mol'berta k mashine* (Del caballete a la máquina), donde postulaba que el papel del artista constructivista en la producción *no* debía ser el de diseñar objetos utilitarios —lo que para él suponía una práctica ligada a la superada tradición artesanal—, sino más bien la ingeniería de la producción en sí. «El artista-productor (*khudozhnik-proizvodstenik*) en la producción», escribió, «está llamado, en primer lugar, a diseñar los aspectos procesuales de la producción. Para el trabajador en la producción, el proceso mismo de producción —que no es sino el medio de manufacturación del objeto— se convierte en el objetivo de su actividad.»[5] Ioganson fue el único constructivista que cumplió el encargo de Tarabukin de entrar en el proceso mismo de producción, encarnando así la fantasía constructivista del artista-ingeniero que trabaja en la industria metalúrgica, la más valorada, con diferencia, en la jerarquía bolchevique del trabajo industrial, y un área de la producción exclusivamente masculina. Pero al hacerlo,

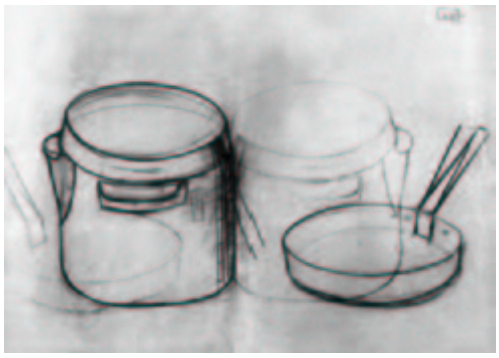
Ioganson desapareció completamente de la comunidad artística en la que había destacado.

Mikhail Kaufman, Aleksandr Rodchenko, 1922

También Ródchenko participó de esta fantasía industrial masculina. Brik hacía referencia en su artículo «¡A la producción! » al «acerado poder constructivo» de Ródchenko, que se encarnaba en la famosa fotografía de este tomada en 1922. En ella, el artista aparece con botas de trabajo y el *prozodezhda*, la «ropa de producción» que él mismo diseñó, posando frente a sus *Construcciones espaciales* de 1920-1921, apiladas a su espalda, dispuesto a dejar atrás ese tipo de «trabajo de laboratorio » para introducirse en alguna otra forma de trabajo fabril tecnológico o de ingeniería. Pero, a diferencia de Ioganson, Ródchenko nunca lo hizo: en su lugar, el sueño de la industria pesada apareció en forma de ilustraciones de máquinas industriales impresas sobre pequeños objetos de uso cotidiano, como es el caso de su diseño para una caja de caramelos de la marca

Nuestra Industria, que sería producida por la fábrica Octubre Rojo. Las ambiciones tecnológicas de Tatlin sufrirían un destino semejante. Diseñó su famosa maravilla tecnológica, el *Monumento a la Tercera Internacional*, en 1919; de haber sido construido, hubiera llegado a ser una hazaña de la ingeniería, con sus cuatro edificios de cristal en rotación suspendidos en el interior de una estructura de acero en espiral de 400 metros de altura. Pero en 1924 se había convertido en un fervoroso diseñador de vulgares estufas, ollas y sartenes para cocinas proletarias. Tatlin renunció a la fantasía de la fábrica siderúrgica —que constituía, en cualquier caso, un sector minoritario de la relativamente primitiva economía soviética— en favor del diseño de prototipos industriales de objetos simples, útiles para la vida cotidiana en su nivel más básico de necesidades: la ropa de abrigo, el higiénico traje masculino para el tiempo libre, la estufa de leña de alto rendimiento; todo ello ilustrado en un artículo sobre el trabajo de Tatlin publicado en 1924 en la popular revista *Krasnaia panorama* (Panorama Rojo) con el título «La nueva vida cotidiana» (*Novi byt*). «Aún no ha llegado la hora de poder usar estufas "americanizadas" en las condiciones actuales de nuestra vida cotidiana (*byt*) rusa», declaró a su amigo el crítico Nikolái Punin. «Necesitamos cosas tan sencillas y primitivas como nuestra sencilla y primitiva vida cotidiana (*byt*).»[6]

Aleksandr Rodchenko and Vladimir Mayakovsky, Box for Our Industry caramels, 1923



- Photograph of Vladimir Tatlin with his *Monument to the Third International*, 1920.
- Vladimir Tatlin, Designs for clothing and a stove, illustrated in the article "Novyi byt," *Krasnaia panorama*, no. 23, 1924.
- Vladimir Tatlin, *Corner Counter-Relief, no. 133*, 1915. Aluminum and tin sheeting, oil pigment, priming paint, wire, fastening components, dimensions unknown. No longer extant.
- Vladimir Tatlin, Sketch for a multi-purpose metal pot, 1923.

Para poder extraer el sentido de este desplazamiento de la práctica constructivista —de las fantasías sobre la ingeniería al profundo compromiso en la construcción de una nueva vida cotidiana bajo el

socialismo— es preciso entender la teoría sobre la vida cotidiana que articulaba la campaña de masas en favor de una «nueva vida cotidiana» (*novi byt*). El libro *Cuestiones de la vida cotidiana*, escrito en 1923 por el líder del Partido León Trotsky, argumentaba que los grandes ideales de la revolución no se podrían llevar a cabo si la gente no cambiaba la manera de vivir su vida en los niveles más básicos y cotidianos, en sus hogares y en sus familias.[7] A tal fin, pedía que las mujeres se liberasen de la esclavitud doméstica, que el cuidado infantil se socializara y que el matrimonio se diferenciara de las relaciones de propiedad privadas. Estas ideas se visualizaban en los numerosos carteles de propaganda que en ese periodo promocionaban la *novi byt*, contrastando imágenes de mujeres esclavizadas por objetos domésticos tradicionales, por un lado, e imágenes de mujeres que se movían con libertad en los espacios diáfanos —si bien todavía, en gran parte, tan solo imaginados— de comedores públicos, lavanderías y guarderías, por otro.[8] Tanto Trotsky como los carteles descritos seguían un lugar común en Rusia: entender la *byt* como un área de la vida estrechamente asociado a las mujeres. Los problemas de la *byt* eran problemas de mujeres, que habían de ser resueltos liberando la vida material de su control por parte de los individuos y de la familia, mediante la construcción de instituciones colectivas. En el pensamiento bolchevique nunca se cuestionó la esencialidad femenina de la *byt*. La idea de que la igualdad sexual en el hogar pudiera alcanzarse simplemente haciendo que los hombres compartan las cargas —y los placeres— de la vida cotidiana resultaba inconcebible.

Los productivistas, por su parte, desafiaban esta convención de género, heredada de la experiencia del orden social burgués, al trabajar para transformar la vida cotidiana desde dentro mediante la creación de nuevos objetos a nivel cotidiano: estufas, vestidos y cajas de caramelos.[9] El joven teórico productivista Borís Arvatov

puso en duda tanto la llamada de Trotsky a erradicar la *byt* existente como la insistencia de Tarabukin en la superioridad del proceso industrial con respecto a la producción de objetos, y lo hizo planteando una nueva teoría del objeto bajo el socialismo. Un ensayo decisivo, «La vida cotidiana y la cultura de las cosas», escrito por Arvatov en 1925, intentaba imaginar cómo el socialismo podría transformar las estáticas mercancías capitalistas en activos objetos socialistas.[10] Reivindicaba «el objeto como culminación de las capacidades psicológico-laborales del organismo, como fuerza socio-laboral, como instrumento y como co-trabajador». Estos nuevos objetos socialistas, conectados con la práctica humana como «co-trabajadores », producirían nuevas experiencias de vida cotidiana, nuevas relaciones de consumo y nuevos sujetos humanos de la modernidad.[11] Para Arvatov, la cultura proletaria emergería no trascendiendo la vida material o la *byt*, sino trabajando dentro de ella de manera «orgánica» y «flexible» con el propósito de transformarla en un proceso de «creación-de-vida-cotidiana» (*bytotvorchestvo*).[12] Orgánico y flexible son los términos adecuados para describir el entusiasmo de Tatlin a la hora de dirigir su práctica artística hacia los tipos de objetos que eran realmente necesarios en las condiciones contemporáneas de la *byt* soviética, a pesar de que ello implicaba un tipo de «creación » diferente de sus empeños vanguardistas previos y menos valorada que estos. De este modo, la entrada colectiva del productivismo en la vida cotidiana desafiaba las jerarquías de género en el arte moderno.

Aun así, la insistencia obstinada de Tatlin en la primitiva cultura material de las necesidades impedía que sus objetos respondiesen plenamente a la preocupación de Arvatov por cómo la forma-mercancía y el deseo de la misma pudieran transformarse en el seno de la vida cotidiana de la modernidad socialista. Los objetos socialistas de productivistas como Ródchenko y Popova, en

contraste con los de Tatlin, estaban directamente implicados en la contradictoria cultura de consumo de la temprana Unión Soviética. En el segundo número de la revista *Lef*, que se dedicó a Popova tras su prematura muerte a la edad de treinta y cinco años, los editores escribieron: «Popova era una constructivista-productivista no solo de palabra, sino también en los hechos. Cuando ella y Stepánova fueron invitadas a trabajar en la [primera] fábrica [estatal de estampados de algodón], eso la hizo la persona más feliz. Día y noche permaneció sentada elaborando sus dibujos para estampar en telas, intentando en un solo acto creativo unir las exigencias de la economía, las leyes del diseño y el gusto misterioso de la campesina de Tula.»[13] De acuerdo con los editores de *Lef*, Popova pretendía no solo resolver los problemas técnicos que requería el hacer útil una forma («las leyes del diseño»), sino también contribuir a la nueva economía socialista («las exigencias de la economía») y responder al deseo y la atracción del consumo («el gusto misterioso de la campesina de Tula»). A diferencia de Tatlin, que en una ocasión despreció el gusto subjetivo de los caballeros a quienes gustaba vestir trajes masculinos tradicionales «bonitos», Stepánova y Popova se implicaron de manera más profunda y sistemática en resolver el «misterio » del deseo del consumidor en la modernidad. Aunque el diseño textil había sido una práctica tradicionalmente femenina que se asociaba a las artes aplicadas y decorativas más que a la producción industrial avanzada, en el contexto de la reorganización constructivista de la jerarquía que sitúa a las bellas artes por encima de las artes utilitarias, el trabajo realizado para las fábricas de diseño textil no era visto como una práctica inferior o un paso atrás del constructivismo, como dejan claro las palabras laudatorias del editorial de *Lef*. Lo que se intentaba era definir su papel en la fábrica como el artistaingeniero productivista, exigiendo así a la administración poder participar en las decisiones relativas al proceso de producción y en el trabajo en los laboratorios

industriales. Su trabajo tampoco era catalogado por parte de los críticos productivistas como algo femenino; a quienes lo ejercían se les consideraba más bien pioneros constructivistas. El importante crítico Iakov Tugendjold, por ejemplo, denominó el trabajo de diseño textil de Popova «una brecha en la Bastilla de nuestro conservadurismo fabril».[14]

Era el momento histórico de la semicapitalista Nueva Política Económica (NEP),[15] instituida en 1921, que legalizó en parte el comercio y la producción privados como un modo de relanzar la economía soviética, la cual se debatía tras la fase de economía comunista de guerra que se aplicó durante el periodo previo de guerra civil. Los negocios propiedad del Estado tenían ahora que obtener beneficios, lo cual, por regla general, los hacía elegir diseños con criterios conservadores, sin asumir riesgos.

Los objetos visuales de producción de masas de los primeros años de la NEP ilustran gráficamente lo que podríamos llamar, siguiendo a Tugendjold, el «conservadurismo» de la cultura visual comercial de la NEP: objetos como, por ejemplo, los menús decorados, que se ofrecían gratuitamente como publicidad a quienes regentaban restaurantes, estaban cubiertos de imágenes tradicionales que buscaban vender vino, chocolate o tiendas de moda de propiedad privada; lo que también sucedía en los carteles publicitarios de los negocios tanto privados como estatales. No he podido localizar ningún anuncio de la primera fábrica estatal de estampados de algodón donde Popova y Stepánova trabajaron, pero los carteles publicitarios de otras empresas estatales de producción de tejidos y ropa en aquel periodo respondían al mercado de la moda que la NEP había hecho reaparecer recientemente, con personas posando en ropas elegantes; un cartel en particular muestra un dibujo de una modelo desfilando en la pasarela de un desfile de modas.

Popova y Stepánova sabían que su trabajo en la fábrica de propiedad estatal tenía que responder a este mercado de la moda aparecido con la NEP; cuando pidieron que la dirección de la fábrica les permitiese participar en la producción, también pidieron «contactar con sastres, talleres de diseño de moda y revistas », así como «trabajar en la promoción de los productos de la fábrica en prensa, publicidad y revistas... [y] en el diseño de escaparates».[16] La respuesta de Stepánova a la moda bajo la NEP fue de absoluto rechazo: sus conocidos diseños para ropa deportiva, por ejemplo, son lineales y andróginos, buscando en apariencia anticipar un futuro socialista de igualitarismo sexual y de clase. Sus prendas deportivas aparecieron ilustradas en *Lef*, donde las promocionó en su artículo «La ropa de hoy es la ropa de producción». «La moda», escribió, «que refleja psicológicamente nuestra vida cotidiana (*byt*), nuestros hábitos y gusto estético, está dando paso a la ropa organizada de acuerdo con las necesidades en varias ramas del trabajo.»[17] Popova, en contraste con lo anterior, dibujó diseños para docenas de vestidos de moda de mujer que incorporaban sus diseños textiles, en el intento de imaginar una forma de moda igualitaria.

Varvara Stepanova, Designs for sports clothes, 1923

Walter Benjamin, destacado teórico de la cultura de masas y el socialismo, planteó una pregunta optimista en su *Libro de los pasajes*: ¿muere quizá la moda, en Rusia, por ejemplo, por el hecho de que ya no puede seguir el ritmo, al menos en ciertos terrenos? [18] Su pregunta implica que solo el ritmo del cambio social real producido por la revolución puede detener la atracción que ejerce el continuo ciclo de la novedad en la moda. Aun así, un editorial del primer número de la revista femenina *Zhurnal dlia khoziaek* (La revista de las amas de casa) publicado después de la revolución, en

1922, declaraba en tono vibrante: «Nuestras lectoras podrían pensar que la moda ha muerto... ¡pero nuestra vieja amiga la moda, que influye de manera poderosa en la mitad femenina de la especie humana, no tiene intención de morir!»[19] Los numerosos patrones de elegantes vestidos publicados en revistas femeninas soviéticas como la mencionada buscaban que las mujeres comprasen las telas para después elaborar sus propios vestidos en casa, o bien que encargasen la ropa en pequeños comercios. La producción de ropa a escala masiva prácticamente no había existido en la Rusia prerrevolucionaria, y la idea de producir industrialmente un tipo de vestimenta barata pero con estilo, al alcance de cualquiera, seguía siendo en gran parte una utopía, dada la situación primitiva de la producción soviética de ropa.

Los diseños de vestidos de moda de Popova, en contraste con los patrones extranjeros publicados en las revistas, estaban destinados a ser producidos industrialmente dentro de las limitadas posibilidades de la producción soviética (si bien nunca lo fueron, a diferencia de sus diseños textiles). Su principal interés en el plano visual reside —frente al elevado precio del tejido usado y la complejidad de los cortes que caracterizaban a los patrones extranjeros— en sus formas gráficas, como es el caso del vestido que diseñó utilizando su tela impresa con el signo de la «diana» en azul, negro y blanco. Si lo comparamos con la riqueza del sombreado graduado de sus primeras series de pinturas de inspiración suprematista, las *Arquitecturas pictóricas* de 1916-1919, los diseños textiles se pueden ver como una especie de punto final en su desplazamiento conscientemente constructivista desde el sensual toque pictórico individualista hasta las formas lineales anónimas basadas en el modelo industrial del dibujo mecánico. Se conserva en dicho tránsito la manera en que esas pinturas tempranas evitan el ilusionismo espacial, pero ello se transforma en una mayor

simplicidad gráfica en los diseños textiles. Popova recrea los efectos estilísticos de la moda *flapper* occidental haciendo uso de medios extremadamente simplificados: lo que da forma al vestido es el fajín y no el corte, y el cuello se une al vestido de manera rudimentaria. Se trata de un vestido preparado para ser producido industrialmente.

- Foreign fashion patterns illustrated in *The Housewives' Magazine,* 1925
- Liubov' Popova, Design for a dress, 1923-4, india ink on paper

También desafía la producción de ropa femenina convencional. En comparación con los vestidos más discretos que aparecen en las revistas de moda soviéticas, con cuellos que caen con delicadeza, los cuellos diseñados por Popova amplían los hombros y eluden el escote, infundiendo así unas notas de androginia en esa forma de

vestir supuestamente femenina. Lo mismo sucede con el llamativo patrón óptico del tejido: los agujeros negros que retroceden y las dianas azules que sobresalen producen un efecto extraño cuando se repiten a lo largo de los voluminosos pliegues del vestido, revistiendo el cuerpo femenino de un aspecto futurista y mecanicista. Este vestido se mantiene provocadoramente en un término medio entre la moda contemporánea bajo la NEP, con su feminidad orientada a capturar el deseo del consumidor, y el racionalismo constructivista, con su crítica de la feminidad burguesa. Es precisamente esta duplicidad del diseño de vestuario de Popova lo que caracteriza al «objeto socialista» transicional productivista durante la NEP: se reconoce la existencia del deseo individual de la mujer consumidora que vive su vida cotidiana en el aquí y ahora de la Rusia bajo la NEP, mientras que, al mismo tiempo, se critica ese deseo, intentando dirigirlo en una dirección más feminista y colectivista.

La experiencia histórica de Popova como mujer sirvió para dotar de especificidad y sentido de la urgencia a sus aportaciones a la idea constructivista de llevar «el arte a la vida». Al mismo tiempo, una de las razones por las que tuvo la oportunidad histórica, como mujer artista, de participar de manera tan extraordinaria en un movimiento de vanguardia, fue el hecho de que el constructivismo rechazaba las jerarquías de género en la práctica artística, lo cual predisponía a trabajar en el dominio de la vida cotidiana, tradicionalmente feminizado. La colaboración de Ródchenko con el poeta revolucionario Vladímir Mayakovski que se denominó Reklam-Konstruktor (Constructor de anuncios), que consistía en producir anuncios y otros tipos de diseños comerciales para promocionar las empresas de propiedad estatal, es un importante ejemplo de trabajo productivista en la vida cotidiana llevado a cabo por hombres artistas. Recordemos que Ósip Brik celebraba el

trabajo de Ródchenko como el de un verdadero artista de la producción con «acerado poder constructivo»; pero también, en el mismo artículo, se quejaba de la cultura consumista inducida por la NEP, que consideraba insólita para las ambiciones productivistas de transformar la producción industrial: «Ródchenko es paciente. Esperará. Mientras tanto, hace lo que puede: revolucionar el gusto, despejando el camino para una cultura material futura.»[20] Esta terminología pasiva —«esperar », «hacer lo que se pueda», «despejar el camino»— sugiere la naturaleza mundana, repetitiva y feminizada del trabajo en la vida cotidiana. Pero Ródchenko no consideraba su trabajo como una forma menor y sustitutiva (de la fantasía) del trabajo en la industria pesada: por el contrario, estaba profundamente implicado en su extenso trabajo de diseño de publicidad y empaquetado para modestos objetos de consumo cotidiano, como galletas, cigarrillos y caramelos. Ródchenko se jactaba de que «todo Moscú estaba cubierto con nuestro trabajo... Hicimos unos cincuenta carteles, unas cien vallas, envoltorios, envases, anuncios luminosos, columnas publicitarias, ilustraciones en revistas y periódicos».[21] La verdadera escala y la seriedad con que dotaron a su proyecto indica cuán indiferente les resultaba lo que habitualmente se espera de la masculinidad vanguardista.

Los eslóganes publicitarios de Mayakovski se dirigen a los consumidores de la clase trabajadora soviética de manera directa y sin ironía; por ejemplo, un anuncio de uno de los productos de Mosselprom, la empresa de agricultura estatal, dice: «Aceite para cocinar. Atención, masas trabajadoras. ¡Tres veces más barato que la mantequilla! ¡Más nutritivo que otros aceites! Solo lo encontraréis en Mosselprom.» No sorprende que los anuncios constructivistas hablaran este lenguaje pro bolchevique y anti-NEP; pero sucede que las imágenes producidas por la empresa de publicidad Reklam-Konstruktor son más complicadas. Una parte importante de su

gráfica comercial va más allá del lenguaje directo sobre las diferencias de clase y las necesidades utilitarias, para ofrecer una *teoría* del objeto socialista.

En contraste con la afirmación de Brik, en el sentido de que en este tipo de trabajo estaban meramente «esperando el momento oportuno», lo que quiero proponer es que sus anuncios intentaban desarrollar la relación, con rigor teorético, entre las culturas materiales del pasado prerrevolucionario, el presente de la NEP y la *novi byt* del futuro. Se enfrentaban a la cuestión que surge de la teoría de Borís Arvatov: ¿qué sucede, después de la revolución, con las fantasías y los deseos individuales que bajo el capitalismo son organizados por el fetichismo de la mercancía y el mercado? Uno de sus anuncios más sorprendentes es su cartel de 1923 para Octubre Rojo, la rama de producción de galletas de Mosselprom. El eslogan de Mayakovski parece hablar de manera prosaica como la voz de la sonriente niña que mastica galletas: «Yo como galletas de la fábrica Octubre Rojo, la antigua Einem.» La segunda parte del eslogan es significativa, e introduce una complejidad temporal en el cartel: Einem era una gran fábrica de confitería y una muy conocida marca de antes de la revolución, de manera que el eslogan recuerda a quienes lo ven la vida prerrevolucionaria de esta mercancía soviética. Ródchenko y Mayakovski parecen incluso rememorar deliberadamente un artefacto de la cultura material del pasado prerrevolucionario: un cartel publicitario de Einem de inicios de la década de 1900, que también mostraba a una niña sola, patinando por el río desde el Kremlim hasta la fábrica Einem, situada aún hoy en una isla del Moscova.[22] El eslogan de este cartel anterior, «Mis primeros pasos son para las galletas Einem», corresponde también a la voz de la niña, lo que sugiere que la rima de Mayakovski para Octubre Rojo se inspiró en este anuncio prerrevolucionario o en otro similar. En la narrativa temporal que

conforman el texto y la imagen, podemos observar el pasado capitalista de Einem y el presente NEP de Mosselprom moviéndose hacia el futuro socialista de Octubre Rojo, un movimiento que se hace literal en la imagen de la espiral de galletas que serpentean hacia la boca de la niña. Esta imagen se puede entender como una «imagen dialéctica», tal y como la teorizó Walter Benjamin en su *Libro de los pasajes*: «Lo que ha sido se une como un relámpago al ahora en una constelación.»[23] Esta constelación ofrece «el relámpago de un reconocimiento» que ayuda a comprender el futuro socialista. Trabaja para hacer legible el deseo consumista.

Menert Brothers, Advertisement for Einem cookies, early 20th century.

Aleksandr Rodchenko and Vladimir Mayakovsky, Advertising poster for Red October cookies, 1923

Benjamin imaginaba que la colectividad durmiente de la cultura burguesa, al romperse el «ensueño» de la mercancía fantasmagórica, despertaría en una cultura socialista, y esto sucedería cuando las imágenes-deseo de lo que llamaba el «urpasado » —la sociedad mítica e igualitaria de la abundancia material— se hicieran visibles

en las formas tecnológicas más novedosas. Las imágenes-deseo del armonioso ur-pasado habían dejado su marca impresa en la cultura material de masas del pasado más reciente —es decir, según él, en la cultura material de los pasajes, en el pasado de sus abuelos— y habrían de ser redimidas en las nuevas formas materiales de la modernidad con el fin de engendrar un futuro socialista.[24] Los diseños de Ródchenko y Mayakovski cumplen al pie de la letra el precepto benjaminiano: se refieren a las marcas del pasado inmediato —los grabados *demodés* de la maquinaria industrial en la caja de caramelos Nuestra Industria, por ejemplo, o la niña del cartel prerrevolucionario de Einem— e intentan despertarlas mediante la citación, en el «ahora» de Mosselprom, de objetos constructivistas como el hexágono que rodea a la niña de Octubre Rojo —procedente de la forma geométrica de una de las *Construcciones espaciales* de Ródchenko realizadas en 1920-1921— y la gráfica, toda ella modernista.

Las galletas Octubre Rojo son, en la era NEP, los sustitutivos o parámetros de sustitución de los objetos socialistas de mayor envergadura que habrían de ser producidos por la industria socialista, y se pueden entender como análogos a lo que el psicoanalista D.W. Winnicott llamó los «objetos transicionales» de la fase oral de la primera infancia: el chupete o la esquina de la manta que se chupa.[25] El objeto transicional, que Winnicott llama también «la primera posesión no-yo», permite al niño o a la niña ajustarse al «principio de realidad» de la ausencia de la gratificación que ofrece el pecho materno, que es el objeto verdaderamente deseado. El objeto verdaderamente deseado de los constructivistas es el objeto socialista, que utilizará las formas industriales tecnológicamente más avanzadas para amplificar la experiencia sensorial de su usuario humano y lo despertará del ensueño de la mercancía fantasmagórica. Pero en el momento de la

NEP se ajustan al principio de realidad, puesto que la producción de tales objetos a gran escala todavía no es posible, y concentran sus esfuerzos gráficos en desnudar los procesos de deseo del objeto en su nivel corporal más originario. Sus anuncios son los «objetos transicionales» que exploran la transición desde los deseos fetichistas capitalistas fomentados por la mercancía, hasta los deseos igualmente fuertes, pero ahora explícitamente comprensibles, de los objetos semisocialistas de la NEP; una exploración que finalmente tendría como resultado la completa organización del deseo de objetos socialistas.

Anonymous, Red October advertising image, ca. 1922

La nostalgia por el viejo modo de vida de Einem es también evocada por la figura visual de la niña de Octubre Rojo, la cual rememora pero también cuestiona la imagen sentimental de la niña

rellenita del cartel prerrevolucionario de Einem. Ródchenko ha añadido unas finas cejas y lápiz de labios rojo brillante a su niña, dándole una apariencia vagamente sexualizada y adulta que se sitúa incómodamente entre dos imágenes deseables de la feminidad reconocibles: o la niña enteramente comunista de la que se espera que coma galletas Octubre Rojo, o la figura de la mujer moderna y sexy que se asocia a la publicidad occidental. Un diseño de anuncio de Octubre Rojo realizado en 1922 (el año antes de que Ródchenko y Mayakovski asumieran realizar la imagen comercial de Mosselprom), que muestra una bella mujer morena con flores blancas en el pelo y en los brazos, con la mirada soñadora perdida en el espacio, nos permite medir la distancia que separa a Ródchenko del lenguaje visual *art decó* convencional de las ilustraciones publicitarias de la época. Se podría comparar también la niña de Octubre Rojo con la figura femenina que aparece en un anuncio contemporáneo de la Empresa Estatal de Tabacos de Leningrado, realizado por el cartelista Aleksandr Zelinski, para publicitar los cigarrillos de la marca Safo. La imagen de la mujer rubia mofletuda, de ojos entornados en un trance narcótico inducido por el cigarrillo alojado entre sus labios de rojo brillante, evoca la sexualidad lesbiana «exótica» de la propia Safo, la poeta de la antigua Grecia. También podría ser una figura de la colectividad «durmiente » de Benjamin. Los anuncios constructivistas rechazan esa imaginería velada y fetichista que sugiere una sexualidad oral, a favor de una representación más explícita de la pulsión oral. Los objetos de la cultura de masas industrial tienen una conexión poderosa con el sujeto humano: eso es lo que parecen decir los anuncios constructivistas; la diferencia entre el capitalismo y el socialismo estriba en que, bajo el socialismo, la naturaleza de ese lazo será articulada desde el sujeto, aun cuando el lazo no pueda ser alterado o superado de inmediato. La pulsión constructivista a la transparencia no era solo de tipo material —como en las

sistemáticas *Construcciones espaciales* de Ioganson y Ródchenko o en los vestidos de faldas fáciles de realizar de Popova—, sino también psicológica, de tal manera que ofrecen una comprensión crítica de la naturaleza excesiva del deseo consumista —el «relámpago del reconocimiento»— que sería necesario para despertar de la fantasmagoría capitalista de las mercancías. Es esta transparencia del deseo de objetos lo que los anuncios de Ródchenko y Mayakovski cartografían, contraviniendo la bien conocida afirmación de Peter Bürger de que el arte de vanguardia entra en la vida bajo la forma de la cultura de masas, tratándose de «un arte que embelesa».[26]

Aleksandr Zelenskii, Advertisement for Sappho cigarettes, 1924

La niña de Octubre Rojo —en contraste con la soñadora mujer *art decó* anterior al anuncio de Ródchenko y Mayakovski, y también con la desvaneciente «Safo»— podría describirse como un sujeto femenino «consciente». Por supuesto, esta extraña figura humorística de una niña no tiene en realidad la intención de *representar* a la nueva mujer consciente y emancipada del bolchevismo. Funciona más bien como un signo del discurso sobre la conciencia y la emancipación femeninas que estaba relacionado, en el constructivismo, con toda una serie de ideas sobre los nuevos objetos activos que pueden transformar la vida cotidiana. Stepánova hizo con frecuencia de modelo de mujer soviética consciente para las fotografías y fotomontajes que su marido Ródchenko publicó en portadas de libros y en revistas de tirada masiva, como es el caso de su diseño para la cubierta de un libro titulado *Novi byt i iskusstvo* (La nueva vida cotidiana y el arte), en el que una segura Stepánova, con un pañuelo alrededor de la cabeza, nos sonríe tanto como la niña de Octubre Rojo.[27] Las mujeres y la *novi byt* estaban conectadas entre sí tanto en la imaginación de Ródchenko como en el discurso bolchevique sobre la emancipación de la mujer. Pero, a diferencia de los bolcheviques, esta conexión no llevaba a Ródchenko a denigrar o a intentar erradicar la *byt*.

Hay un momento en el que Ródchenko, de una manera inusual, explicita esta conexión entre la emancipación de la mujer y los ideales del constructivismo. En una carta enviada desde París, adonde fue en 1925 para diseñar la sección soviética de la Exposición Internacional de las Artes Decorativas e Industriales Modernas, Ródchenko escribió: «La luz de Oriente no es solamente la liberación de los trabajadores. La luz de Oriente consiste en una nueva actitud hacia el individuo, la mujer y las cosas. Nuestros objetos en nuestras manos deben ser también

iguales, también camaradas y no esclavos negros y lúgubres, como aquí.»[28] Su expresión sugiere que, para él, el rechazo de las mercancías pasivas que veía en París estaba asociado con el rechazo de las convenciones parisinas sobre la pasividad femenina y las mujeres como objetos sexuales. Las cartas de Ródchenko se refieren repetidamente a las mujeres objetualizadas de París, mujeres que contempla en las calles con sus falditas estrechas; mujeres actuando desnudas en los cabarets; en resumidas cuentas, «el culto de la mujer como cosa».[29] En contraste, imagina una nueva relación con la mujer en el Este soviético, y aunque no continúa teorizando ni describiendo esta nueva relación, podemos conjeturar que se imaginaba a la mujer como una igual y una camarada, según el modelo de la campaña soviética para la emancipación de la mujer. Sus cartas demuestran que en verdad pensaba en su objeto constructivista más famoso, el interior para un club obrero que diseñó para la sección soviética de la Exposición de París, como en un «camarada».[30] Escribe con ternura sobre la limpieza y la iluminación de su club, sobre cómo sus formas materiales rechazan la suciedad de París, símbolo del exceso erotizado del sistema de las mercancías: «Es verdad que es tan sencillo y limpio y luminoso que nadie querría arrojar suciedad en él a propósito.» Ródchenko proyecta su deseo en las formas tecnológicas que produce, haciéndolas cálidas y humanas para que tengan una función social colectiva. Aun cuando se pueda considerar que el contenido de esta proyección de deseo no era completamente consciente, tampoco fue reprimido en la encarnación material final del objeto. El deseo puede empezar a ser reconocido y dirigido hacia fines colectivos.

El club obrero, en la medida en que responde tanto a exigencias socio-económicas como a necesidades del cuerpo humano,

incluyendo las necesidades inconscientes, ofrece una respuesta posible a estos interrogantes de Benjamin en su *Libro de los pasajes:*

¿Cuándo y cómo los universos formales de la mecánica, del cine, de la construcción de maquinaria, de la nueva física, etc. —que nos han sobrevenido sin nuestra colaboración, imponiéndose sobre nosotros— nos mostrarán claramente lo que en ellos hay de naturaleza? ¿Cuándo se alcanzará un estado de la sociedad en el que estas formas, o las que de ellas surjan, se nos muestren como formas de la naturaleza?[31]

El objeto constructivista utilizaría idealmente solo la tecnología más moderna, y trabajaría para «hacerse claro» y «abrirse» al sujeto humano al igual que haría un camarada en una conversación. (De nuevo Ródchenko, meditando sobre el problema de las «cosas» mientras contempla las mercancías de París: «Los objetos cobrarán un sentido y se convertirán en los amigos y camaradas del hombre, y el hombre aprenderá a reír y a disfrutar y a hablar con los objetos.»)[32] Aun así, el interior del club de Ródchenko, diseñado de manera ingeniosa de acuerdo con las formas funcionalistas del movimiento moderno internacional, está en realidad realizado artesanalmente en madera; al igual que las telas de algodón estampado de Popova y Stepánova y las cajas impresas de caramelos Mosselprom, no es un ejemplo genuino de las más recientes invenciones tecnológicas producidas a escala masiva. Su uso económico de la madera era necesario a causa de las limitaciones presupuestarias de la exposición, pero también representaba el compromiso asumido por el constructivismo de hacerse cargo de la escasez material durante la NEP, y por tanto también de las necesidades de la *byt* realmente existente.

Al igual que la estufa de alto rendimiento de Tatlin y los vestidos de Popova, tan racionales como a la moda, realizados a partir de

tejidos de producción industrial, la niña de Octubre Rojo en el cartel de Ródchenko —sonriendo colgada sobre los quioscos de Mosselprom que salpicaban Moscú— encarna la entrada del productivismo en la vida cotidiana soviética. Podemos describir todas estas obras productivistas como «objetos transicionales» que exploran la transición desde los deseos fetichistas capitalistas fomentados por la mercancía hacia los deseos igualmente fuertes, pero ahora explícitos y comprensibles, de objetos semisocialistas de la NEP. Esta exploración habría de desembocar finalmente en la completa organización del deseo de objetos socialistas. Estos y otros objetos productivistas proporcionaban el relámpago de una comprensión crítica de la cultura de masas y del deseo del objeto bajo la NEP que sería necesaria para despertar del sueño del capitalismo y entrar así en la cultura socialista futura. En 2009, aún estamos a la espera de ser despertadas. La premisa de este seminario —que los «nuevos productivismos» de los artistas contemporáneos pueden proseguir y actualizar la fuerza política del productivismo original— es un signo de esperanza. Como Arvatov dijo una vez, «se trata de una utopía, pero tenemos que expresarla... Es verdad que la situación es trágica [...] pero no sin salida. Es la situación de un hombre en una orilla que necesita cruzar a la orilla opuesta. Lo que tiene que hacer es empezar a poner los cimientos para construir un puente».[33]

Este texto ha sido publicado previamente en: Los nuevos productivismos*, Marcelo Expósito (ed.), Museu d'Art Contemporani de Barcelona (MACBA) y Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB), 2010.*

[1] La revista *Lef* (1923-1925) fue el órgano de comunicación del Frente de Izquierda de las Artes, es decir, la plataforma de expresión de los sectores artísticos constructivistas y productivistas y del ala izquierdista del teatro y el cine (contó por tanto con la colaboración de Borís Arvatov, Dziga Vértov, Ósip Brik, Serguéi Eisenstein, Alekséi Gan, Vladímir Mayakovski, Serguéi Tretiakov, etc.). Vivió una segunda etapa bajo la cabecera *Novi Lef* (1927-1929). [N. del T.]

[2] Ósip Brik: «V proizvodstvo!», *Lef*, nº 1 (1923), pp. 105-108.

[3] Fundado en 1920 dentro de la sección de artes figurativas del Comisariado del Pueblo para la Instrucción (IZO) y activo hasta 1926, el Injuk constituyó uno de los motores de la modernización del arte, la arquitectura y el diseño en la temprana Unión Soviética. Kandinsky asumió la dirección de la sede moscovita; su programa inicial de trabajo está recogido en castellano en el volumen *Constructivismo*. Madrid: Comunicación, Alberto Corazón Editor, 1973, pp. 361-363, seguido de un «Informe sobre la actividad del Instituto» fechado en 1923 que da cuenta del asalto a la hegemonía en la dirección del centro protagonizado por las posiciones vanguardistas de izquierda constructivista y productivista (pp. 365-374). [N. del T.]

[4] Véase Maria Gough: «Red Technics: The *Konstruktor* in Production», capítulo 5 de *The Artist as Producer: Russian Constructivism in Revolution*. Berkeley: University of California Press, 2005.

[5] Citado en ibíd., p. 148.

[6] Nikolái Punin: «Rutina i Tatlin», en I.N. Punina y V.I. Rakitin (eds.): *O Tatline*. Moscú: Literaturnoe-Khudozhestvennoe Agenstvo, 1994, p. 71.

[7] León Trotsky: *Voprosy byta*. Moscú: Krasnaia nov', 1923 [castellano: *Problemas de la vida cotidiana*. Madrid: Fundación Federico Engels, s/f, http://grup-germinal.org/?q=system/files/problemasvidacotidiana.pdf].

[8] Se pueden encontrar ilustraciones de estos carteles de propaganda de la *novi byt*, así como muchas otras de las imágenes comentadas en este ensayo, en mi libro *Imagine No Possessions: The Socialist Objects of Russian Constructivism*. Cambridge, Mass.: MIT Press, 2005.

[9] Para un análisis feminista del productivismo, véase mi ensayo: «His and Her Constructivism», en Margarita Tupitsyn (ed.): *Rodchenko and Popova: Defining Constructivism*. Londres: Tate Publishing, 2009, pp. 143-159.

[10] Borís Arvatov: «Byt i kul'tura veshchi (k postanovke voprosa)», *Al'manakh proletkul'ta*, Moscú (1925), pp. 75-82. Traducido por mí al inglés como «Everyday Life and the Culture of the Thing (Toward the Formulation of the Question)», *October*, nº 81 (verano de 1997), pp. 119-128.

[11] Ibíd., p. 124.

[12] Ibíd., p. 121.

[13] «Pamiati L.S. Popovoi», *Lef*, nº 2 (1924), p. 4.

[14] Tugendjold, citado en Natalia Adaskina: «Constructivist Fabrics and Dress Design», *The Journal of Decorative and Propaganda Arts*, vol. 5 (verano de 1987), p. 157.

[15] NEP: Nueva Política Económica, puesta en marcha con carácter de urgencia por el gobierno de Lenin en 1921 tras el fracaso de la fase inicial de «comunismo de guerra». Estaba previsto que sirviera de política de transición al pleno socialismo, permitiendo momentáneamente el retorno de cierto sistema de propiedad privada y la liberalización de algunas restricciones comerciales previas. La aparición consiguiente de una pequeña burguesía en el interior del régimen socialista fue duramente criticada y combatida desde diversas posiciones políticas, y en especial, como se menciona en este pasaje, desde los sectores izquierdistas de la vanguardia. [N. del T.]

[16] V.F. Stepánova y L.S. Popova: «Memorándum para la Dirección de la primera fábrica estatal de estampados de algodón», manuscrito inédito de 1924 que se encuentra en el Archivo Ródchenko-Stepánova de Moscú. Citado en A.N. Lavrentiev: «Poeziia graficheskogo dizaina v tvorchestve Varvary Stepanovoi», *Tekhnicheskaia estetika* (1980), p. 25.

[17] Varvara Stepánova: «Kostium segodniashnego dnia – prozodezhda», *Lef*, nº 2 (1923), pp. 65-68.

[18] Walter Benjamin: *Libro de los pasajes* (sección B4, 4), trad. de Luis Fernández Castañeda. Madrid: Akal, 2005, p. 99.

[19] «Modnaia khronika», *Zhurnal dlia Khoziaek*, nº 1 (1922), p. 3.

[20] Brik, op. cit., p. 108.

[21] Ródchenko: «Rabota s Maiakovskim», en Varvara A. Ródchenko (ed.): *A.M. Rodchenko: Stat'i, vospominaniia, avtobiograficheskie zapiski, pis'ma*. Moscú: Sovetskii khudozhnik, 1982, p. 67.

[22] La fábrica Einem cambió su nombre a Octubre Rojo después de la Revolución, y continuó funcionando hasta hace poco, cuando el hermoso edificio fabril, situado en un espacio de gran valor inmobiliario en el centro de Moscú, fue convertido en un centro de arte contemporáneo.

[23] Benjamin: *Libro de los pasajes* (sección N2a, 3), op. cit., p. 462.

[24] Sobre el «despertar», véase especialmente la sección K («Ciudad y arquitectura oníricas, ensoñaciones utópicas, nihilismo antropológico, Jung») del *Libro de los pasajes*, op. cit., p. 393; así como la brillante evocación de esta idea que realiza Susan Buck-Morss en *Dialéctica de la mirada. Walter Benjamin y el proyecto de los pasajes*, capítulo 8: «El mundo de los ensueños de la cultura de masas». Madrid: Visor, La Balsa de la Medusa, 1995, pp. 279-314.

[25] D.W. Winnicott: «Objetos y fenómenos transicionales. Estudio de la primera posesión no-yo» (1954), *Escritos de pediatría y psicoanálisis*. Barcelona: Laia, 1979.

[26] Peter Bürger: *Theory of the Avant-Garde*, trad. de Michael Shaw. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1984, p. 54 [sorprendentemente, justo esta «bien conocida afirmación» no aparece en la clásica edición castellana del libro de Bürger *Teoría de la vanguardia*. Barcelona: Península, 1987; debería estar emplazada en la conclusión del capítulo II, p. 110, antes de la llamada a la nota 23 (N. del T.)].

[27] Se incluye una reproducción de esta cubierta en Tupitsyn (ed.), op. cit., p. 100.

[28] «Rodchenko v Parizhe. Iz pisem domoi», *Novi Lef*, nº 2 (1927), p. 20 (carta del 4 de mayo de 1925) [las cartas de Ródchenko enviadas desde París han sido compiladas en castellano: *Alexander Ródchenko. Cartas de París*, trad. de Sergio Mendezona, Ginés Garrido y Art in Translation. Madrid: La Fábrica, 2009].

[29] Ibíd., p. 12 (carta del 25 de marzo de 1925).

[30] Para un examen detallado del «club obrero» de Ródchenko, véase Dmitry Vilensky: «El "club activista". Sobre los conceptos de casa de cultura, centro social y museo», en este volumen. [N. del T.]

[31] Benjamin: *Libro de los pasajes* (sección D3a, 2), op. cit., p. 401.

[32] «Rodchenko v Parizhe. Iz pisem domoi», op. cit., p. 20 (carta del 4 de mayo de 1925).

[33] «Transcript of the Discussion of Comrade Stepanova's Paper "On Constructivism" [22 de diciembre de 1921]», trad. de James West, en *Art Into Life: Russian Constructivism, 1914-1932*. Nueva York: Rizzoli, 1990, pp. 74-79; la cita de la contribución de Arvatov a esta discusión se encuentra en la p. 76.