



# Dalí conquista América

JAVIER PÉREZ SEGURA DESCUBRE LA RECEPCIÓN DEL PINTOR EN LA PRENSA ESTADOUNIDENSE DURANTE SU ESTANCIA EN LOS AÑOS TREINTA Y CUARENTA DEL SIGLO PASADO EN ESE PAÍS Y REFLEXIONA SOBRE EL ROL QUE JUEGA EL ARTISTA MODERNO EN LA CULTURA DE MASAS

Manuel Antón

En su último libro, Javier Pérez Segura nos descubre la recepción de Salvador Dalí en la prensa estadounidense durante las estancias que realizó en ese país en los años treinta y cuarenta del siglo pasado. Aunque lo cierto es que, en realidad, esa es solo la premisa de partida, porque el libro no solo va de Dalí. Según se va desarrollando su trama principal –las aventuras del pintor catalán en Estados Unidos– se va revelando sutilmente un asunto mucho más significativo: el rol que juega el artista moderno en la cultura de masas. No es ningún secreto que Dalí se cuidó mucho de proyectar una imagen pública basada en una continua *performance* en la que su propia vida era tratada como una obra de arte. Tampoco decimos nada nuevo si recordamos que el inicio de esta

autoexplotación publicitaria alcanzó su máxima expresión precisamente cuando estuvo en Estados Unidos, no por casualidad el contexto fundador de la cultura de masas tal y como la conocemos. Fue en el territorio norteamericano donde mejor se entendió lo moldeable que podía ser la psicología de masas y donde se perfeccionó como en ningún otro lugar el poder de la publicidad, de la industria cultural, del *merchandising*. En definitiva, donde antes se consiguió fusionar la cultura popular –del pueblo, de la comunidad– con dicha cultura de masas –de la masa atomizada e inconexa–. Y aquí es donde se revela el brutal subtexto de este libro: qué identidad posee el tópico que define al artista moderno –y contemporáneo– como figura pop en el imaginario

colectivo. Ese personaje mitad dandi mitad bohemio, excéntrico, escandaloso, problemático y mediático que todo el mundo puede referenciar porque aparece a menudo como lugar común en los géneros que más consumimos: las películas, series y *sitcoms* de producción o imitación hollywoodiense. La soltura habitual de Pérez Segura necesita poco más de cincuenta páginas para demostrar lo que por otra parte ratifican los artículos de prensa: que Dalí fue el pionero de la construcción mítico-publicitaria del artista, gracias a la increíblemente sofisticada explotación mediática de Estados Unidos. El autor es demasiado elegante para mencionarlo, pero el lector avisado puede entender rápido

que todos esos artistas confundidos con su propia máscara y su representación pop, esos en los que pensamos cada vez que sale la conversación sobre la calidad o seriedad del arte contemporáneo, esos que nunca sabemos si calificar de genios o de fraudes, todos ellos son meros aprendices del primer maestro, Salvador Dalí. Warhol, Cattelan, Abramovic, Hirst, Emin y los que vengan, no hacen más que juegos de equilibrios sobre una tramoya construida por el catalán en su conquista de América. Y poco más se puede añadir para resaltar el acierto de este libro. 

**Rascacielos que se derriten. Salvador Dalí y su arte en la prensa de Estados Unidos (1930-1949), Javier Pérez Segura, Madrid, Casimiro, 2024, 168 págs., 17 €**

