

Escaparate
Pedagogía de la modernidad

VOCES / ENSAYO



Ayuntamiento de Málaga

Área de Cultura

La obra *Escaparate. Pedagogía de la modernidad* fue galardonada con el XVII Premio Málaga de Ensayo, que fue concedido por mayoría el 26 de octubre de 2025 en Málaga. Formaron parte del jurado Javier Gomá, Estrella de Diego, Espido Freire, Alfredo Taján, Juan Casamayor (editor de Páginas de Espuma) y, como presidenta del jurado, Susana Martín Fernández (Directora del Área de Cultura del Ayuntamiento de Málaga).

No se permite la reproducción total o parcial de este libro, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o cualquier medio, sea este electrónico, mecánico, por fotocopia, por grabación u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito de los titulares del *copyright*.

Nuestro fondo editorial en www.paginasdeespuma.com

Iñaki Gómez Álvarez, *Escaparate. Pedagogía de la modernidad*
Primera edición: febrero de 2026

ISBN: 978-84-8393-380-0

Depósito legal: M-25224-2025

IBIC: JB

© Iñaki Gómez Álvarez, 2026

© De esta portada, maqueta y edición: Editorial Páginas de Espuma, S. L., 2026

Editorial Páginas de Espuma

Madera 3, 1.º izquierda

28004 Madrid

Teléfono: 91 522 72 51

Correo electrónico: info@paginasdeespuma.com

Impresión: Cofás

Impreso en España - Printed in Spain

Iñaki Gómez Álvarez

Escaparate
Pedagogía de la modernidad



ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	13
1. Niños, ciudades, arte, educadores, sociólogos, escaparates y decoración de la calle	19
2. Tantas imágenes como cosas y tantas preguntas	29
3. Paternalismo cargado de arte y reproducciones	33
4. El paseante meditabundo, Chicago y la Hull House .	53
5. La cinta de cristal	69
6. Sucédáneos de papel	75
7. La solución al vacío existencial está en los escaparates y se adquiere por catálogo	85
8. Alguien, hace tiempo, imaginó una bella y gran ciudad	101
9. Petrificado por Medusa	107
10. ¡A nosotros!	115
11. El juguete que nos habla	121
12. Street	131
13. Pornografía a la altura	135
14. El ojo de cristal	143
15. Porque no lo comprendemos, lo soñamos	153
16. El escaparate de noche y la noche en el escaparate .	157
17. Romper el expositor y llorar añicos	175
18. Barbie en el estuche transparente	191
19. En busca del origen	199
20. Al final del río	205
EPÍLOGO	215
 BIBLIOGRAFÍA	 223
HEMEROGRAFÍA Y WEBGRAFÍA	229
FILMOGRAFÍA Y VIDEOGRAFÍA	235
CRÉDITOS DE LAS ILUSTRACIONES	239
ÍNDICE ONOMÁSTICO	243

*A Marga,
río de cristal que no se acaba.*

*A María Gómez Álvarez,
fundadora de la república del querer.*

*No shutter'd room or school can commune with me,
But roughs and little children better than they.*

[No con aulas y escuelas de puertas cerradas puedo comulgar,
sino antes con los golfantes y los niños pequeños]

Walt WHITMAN, *Canto a mí mismo*, XLVII

INTRODUCCIÓN

Para la sociología del arte, somos público transeúnte. Pasamos por las calles en nuestros itinerarios cotidianos y absorbemos la *estética* de lo que vemos. O su *imagen*, si rebajamos el tono ampuloso o sesgado que pueda atribuirse al sustantivo *estética* aplicado a la composición de formas, límites y colores que percibimos en lo que nos rodea, eso que modifica nuestro imaginario y, de algún modo, nuestra forma de vida. Para la sociología del arte, entonces, la ciudad entera es un museo, y el urbanismo es el soporte estructurado sobre el que reposan diferentes formas de expresión plástica. En la ciudad, como en el campo —si es que ese otro espacio completa la dualidad escindida del mundo contemporáneo—, la realidad puede ser percibida, en parte, gracias a un código estético y plástico popular y extendido. En este estudio, nos interesan esa parte y ese enfoque: la estética impremeditada de la apariencia de las calles cuando tiene consecuencias sociales. Y, en concreto, de los nichos expresamente desarrollados por el urbanismo a partir de las reformas llevadas a cabo a mediados del siglo XIX en el París de Haussmann para la exhibición dentro de un marco estandarizado y público de imágenes atractivas compuestas por objetos ordenados según códigos plásticos. En una palabra, de los escaparates. Y nos interesan en tanto que proyectan sobre el

cristal, cual cuadros bidimensionales, una composición desde la que pregonan su ideal de belleza y otros valores sociales. Dicho de una vez, los escaparates constituyen parte del arte callejero por derecho propio.

Ortega y Gasset utilizaba la metáfora de la ventana para hacer comprensible las intenciones del arte contemporáneo. Según esta, el arte clásico, hasta principios del siglo xx, hacía mirar al espectador *a través* del cristal para poder apreciar un paisaje o una escena. En cambio, el arte de las vanguardias detenía su mirada *sobre* el cristal, en el que apreciaba líneas y zonas de color desprovistas de cualquier contenido narrativo:

Se trata de una cuestión de óptica sumamente sencilla. Para ver un objeto tenemos que acomodar de una cierta manera nuestro aparato ocular. Si nuestra acomodación visual es inadecuada, no veremos el objeto o lo veremos mal. Imagínese el lector que estamos mirando un jardín al través del vidrio de una ventana. Nuestros ojos se acomodarán de suerte que el rayo de la visión penetre el vidrio, sin detenerse en él, y vaya a prenderse en las flores y frondas. Como la meta de la visión es el jardín y hasta él va lanzado el rayo visual, no veremos el vidrio, pasará nuestra mirada a su través, sin percibirlo. Cuanto más puro sea el cristal menos lo veremos. Pero luego, haciendo un esfuerzo, podemos desentendemos del jardín y, retrayendo el rayo ocular, detenerlo en el vidrio. Entonces el jardín desaparece a nuestros ojos y de él solo vemos unas masas de color confusas que parecen pegadas al cristal. Por tanto, ver el jardín y ver el vidrio de la ventana son dos operaciones incompatibles: la una excluye a la otra y requieren acomodaciones oculares diferentes. (Ortega y Gasset, 1925: 165).

O se era moderno al mirar o se era antiguo. El cuadro vanguardista para Ortega se desdoblaba en una retina que no estaba

conectada con ninguna memoria ni con una experiencia previa. La imagen que soportaba nacía de nuevo con cada mirada, y del mismo modo, lo hacía también la realidad a la que se refería. Una realidad simple, pero cuya interpretación formal abría una nueva vía de pensamiento a la abstracción y al conceptualismo.

John Dewey se detuvo en el componente pedagógico de los contextos cotidianos en los que nos movemos. En ellos, como ante el arte, se produce nuestra experiencia. Y la experiencia necesita tanto del objeto como del sujeto que contempla y experimenta. No aparece si falta uno de esos dos elementos. La radicalidad del enunciado que Dewey expuso en *El arte como experiencia* (1934) estriba en que postula que la experiencia transforma a ambos extremos de la mirada: sujeto y objeto. Tras la experiencia, o más precisamente durante ella, aparece un sujeto nuevo. Aplicado a las calles y a su estética, eso conlleva que en nuestro paseo cotidiano somos renovados por la mirada, modernizados, actualizados, especialmente, por la que recae sobre los soportes diseñados para atraerla y que la reclaman: los carteles, las señales y los escaparates. En ellos explota gran parte del espectáculo que ofrece la calle de la ciudad moderna, la de la cultura del espectáculo y la belleza común, por donde la gente no va mirando hacia arriba (Fernández-Galiano y Sánchez Bellver, 2024).

Desde fechas tempranas, hubo cumplidos tratados de composición de los escaparates con arte que cuidaban con gusto la colocación de los objetos *detrás* del cristal, arte conocido como escaparatismo (Baum, 1900). Pero no abundan las investigaciones sobre el otro tipo de imágenes bidimensionales, compuestas a la segunda de las maneras que explicaba Ortega, *sobre* el mismo cristal de los escaparates. Y, sin embargo, esas imágenes tienen un interés evidente para los Estudios visuales, esa corriente historiográfica de interpretación de las imágenes con que nos representamos la realidad en tanto que elementos

estéticos, fuera de los museos y las galerías de arte, en el día a día, en los domicilios que son museos domésticos (Gómez Álvarez, 2025), en las calles y los comercios, en nuestros bolsillos como envoltorios ilustrados o tecnología visual.

Como elementos presentados en sociedad, los escaparates tienen un efecto socializador, y por tanto pedagógico. Esa experiencia que analizaba Dewey es educativa, además de estética; ya sea intencionada o no. Normalmente, es intencionada, porque la publicidad la carga de esa intención: quiere obrar un cambio conductual y comercial dirigiendo el ánimo hacia el objeto promocionado.

Los niños son sujetos de la experiencia de los cambios en las calles de la ciudad con un alto grado de interés. Interés tanto para el analista de la experiencia infantil como por el que ponen los infantes en la contemplación absorbida que practican. La historia de la mirada infantil sobre los escaparates, sorprendentemente bien documentada —ya sea por la dulzura que encontraba en el tema la fotografía humanista (con ejemplos de Robert Doisneau, Édouard Boubat y Willy Ronis), ya por la contingencia de la omnipresencia infantil en épocas de alta natalidad y tasas de escolarización más bajas que las actuales—, es también la historia de la socialización de las masas a través de la estética. No es noticia nueva que la eclosión de la ciudad moderna coincide con la aparición de la sociedad de masas y la sociedad de consumo. Lo que quizá se conozca menos es el papel jugado por la enseñanza de la historia del arte, mediante obras originales o reproducciones, en el progreso de estas sociedades modernas tal y como lo perseguían los proyectos herederos de la Ilustración y otras entidades con aspiraciones de reforma social basadas en creencias religiosas o laicas, de las que eran destinatarios preferentes los niños en las escuelas, pero también en las calles.

Principalmente porque las ideas de Dewey pueden encontrarse puestas en práctica en esa ciudad, aunque no solo por ello, sino también por ser una urbe que representa como pocas el crecimiento rápido y vertical que caracteriza a la modernidad, por estar conformada por ciudadanos de orígenes culturales muy variados agrupados en torno a un ideal estético con potencial de transformación social, y, sobre todo, porque es conveniente probar en un solo lugar acotado la validez de los hallazgos de la investigación, aunque se cuente con ejemplos ajenos al ámbito americano y la aplicabilidad en otros lugares se demuestre factible, el caso que se estudia es el de la ciudad de Chicago, merecedora, como se comprobará al final, del título de *ciudad escaparate*.

Como última observación introductoria, digamos que el hecho de que los creadores y artistas (pintores, videoartistas, fotógrafos, cineastas, arquitectos, urbanistas, escritores) se hayan inspirado en los escaparates para sus obras (y no nos referiremos al arte del escaparatismo, apenas aludido aquí), hace que prefiramos sus creaciones para conocer y ejemplificar el poder pedagógico estético y social de la enciclopedia de cristal que componen.