

El mercado como arte y la plástica del verbo

La representación sensible pertenece al arte, que revela la verdad en una forma individual. Esta imagen encierra, sin duda, sentido profundo, pero no tiene por objeto hacer comprender la idea de su carácter general; porque esta unidad de la idea y de la forma sensible constituye precisamente la esencia de lo bello y de las creaciones del arte que lo manifiestan; y eso hasta en la poesía, el arte intelectual por excelencia.

Lecciones de Estética
Hegel

El siguiente artículo esboza una hipótesis sobre el devenir del arte contemporáneo. De cómo la plástica ha cedido su posición central a la palabra, y por ende, de cómo el mercado se transforma en la propia manifestación estética. Estos dos fenómenos son contemplados desde la perspectiva de la globalización cultural.

El concepto

En 1917 Marcel Duchamp presentó su famoso orinal y lo llamó fuente. El trabajo manual del artista había consistido en firmar bajo un pseudónimo, R. Mutt, y dar la vuelta a la taza. No es que fuera un calígrafo excepcional, pero la palabra se había convertido en el recurso más revolucionario de un artista plástico. Es más que significativo que cualquiera que pagase seis dólares pudiera participar en la exposición de la *Society of Independent Artists*, sin que nadie tuviera en cuenta la calidad de las obras. El arte conceptual nació al margen de la crítica y del mercado, aunque la inversión que había hecho Marcel Duchamp, sus seis dólares, le acabaría reportando

cuantiosos beneficios y la crítica ha seguido, hasta hoy, reflexionando acerca de este hecho. Con el tiempo Duchamp hizo una serie limitada de reproducciones, para que todos los grandes museos de arte contemporáneo pudieran tener su fuente.

Pero las palabras no siempre han ayudado a defender a los artistas. En algunas ocasiones también pueden desmentirles. Diez años después, en 1928, Rene Magritte pintó *Esto no es una pipa*, aunque lo que muestra es la imagen de una pipa. Cuando los espectadores le reprocharon que su contradicción fuese una provocación más de la vanguardia, él explicó, que no decía ninguna falsedad, aquella pintura no era una pipa, era su representación. “Si hubiera puesto debajo de mi cuadro «esto es una pipa», habría dicho una mentira”. Con este gesto el ciclo de la pintura llegaba a su fin. Si bien los cuadros del antiguo artista griego Zeuxis fueron aplaudidos por confundir a los pájaros, que se aproximaban a sus frutos creyéndolos reales, Magritte enarbolaba la naturaleza ficticia de la imagen en sentido contrario. *Esto no es una pipa* supone la deserción definitiva de los pintores por querer emular la realidad.

¿Qué nos ha quedado después? Poco a poco el conceptual ha ido tomando posiciones. Los años sesenta fueron definitivos para que llegase a los museos. Lo que había comenzado como práctica antiartística, se convirtió en la tendencia más potente de la segunda mitad del siglo XX. Hasta ciertas manifestaciones formalistas empezaron a leerse desde esta perspectiva. El Minimalismo, el Pop, Fluxus, el Expresionismo Excéntrico, son los movimientos que dieron el último paso. Después de ellos ya no ha habido posibilidad de retroceso. El discurso lo ha ocupado todo, la palabra es la materia del arte. Como si el conceptual fuese una variante de la poesía. Hoy en día abundan los artistas que no conocen la realidad técnica de sus obras, que se dedican a idearlas, a pensarlas, y no cogen jamás una herramienta. La fotografía ya había permitido en el siglo XIX que el autor de la foto se desentendiera parcialmente de esta responsabilidad. Al fin y al cabo las lentes son creadas por el óptico y la película por el laboratorio. El *ready-made* es el ejemplo palmario en este proceso de desinterés por la manualidad. La voluntad del artista bastaría para justificar que cualquier cosa es una obra de arte. El discurso se convierte entonces en el mismo objeto.

El conceptual es la más verbal de todas las tendencias plásticas; hasta el punto de hacernos dudar si se trata de plástica o estética. Podríamos proponerla como una rama de la literatura. ¿Por qué no? Su función es puramente enunciativa. *Esto no es una pipa*, esto no es un orinal, es una fuente. Y como el poeta, el artista conceptual contempla determinada

realidad y la transforma con la palabra, negándola, como Magritte, haciendo una paradoja, como Duchamp, o forjando con ella un símbolo como Beuys. La interpretación que este último hacía de la cera y de los tejidos como manifestaciones de la energía es arbitraria, y responde a sus propias intuiciones, que bien podríamos o no aceptar como artísticas. En todo caso el discurso de este autor entra en el terreno de lo lírico. La gran diferencia entre la poesía y el conceptual es que mientras la primera se sirve de la naturaleza de la palabra para llegar a su formalización, el conceptual persigue el objeto para hacerse tangible. Lo que el poeta podría haber expresado con una métrica exquisita, el artista prefiere materializarlo en una cosa, aunque ésta no haya sido manipulada por él.

Una obra presentada este año por Henrik Hakansson en la feria de arte contemporáneo *Frieze* podría hacernos reflexionar sobre el lugar que le corresponde al conceptual. El artista sueco ha colocado a un pájaro silvestre en una sala de conciertos, y ha grabado su canto y el murmullo de los visitantes. Hasta aquí, podemos advertir el concepto como propio de un ecologismo sofisticado. El animal salvaje en el terreno de los hombres. El piar de los pájaros como música de la naturaleza.... ¿Pero qué sentido tenía hacerlo?, ¿No hubiera bastado con leerlo? Un pequeño pájaro en una sala de conciertos enorme, llena de los turistas que acudieron a la feria, es una idea preciosa contenida en las palabras, pero su imagen, carece de interés. Ni de pronto el pájaro pareció un tenor, ni la sala se convirtió en una pajarrera. La asociación de estos dos elementos pierde toda su potencia cuando tratamos de hacerla visible.

El cuerpo

El cuerpo del arte está hoy desprestigiado. El purismo o el formalismo son comprendidos como fases primitivas de la modernidad. Aunque los diseñadores más en boga hayan emulado a Mondrian, nadie, que no escribiera un diálogo sobre teoría del arte como *Realidad natural y realidad abstracta*, podría vender sus retículas ahora. Esas líneas y esos planos son demasiado pesados para entrar en el nuevo mercado del arte. Se exige la ligereza de los elementos, la idea brillante, que seduzca inmediatamente al espectador. Como la comida rápida, el arte de hoy se programa para ser visto en quince minutos. Un abrir y cerrar de ojos impactante y radical.

Las vanguardias históricas plantearon dos alternativas. La obra de arte total, que abarcara todas las dimensiones, que atendiera a todos los sentidos, que fuera, música, pintura, literatura... en un sentido wagneriano; y la obra de arte pura, que se sirviera únicamente de lo específico del arte, y

como opción ascética, renunciara a todo lo demás, incluso al hombre. Ambas opciones han acabado con el cuerpo, la primera por transformar todo lo que rodea al hecho artístico en la propia obra de arte, y la segunda por ir negando al arte cualquier relación con la realidad, hasta asfixiarlo. La obra wagneriana, se ha disuelto en la vida, y la obra pura, se ha hecho tan silencioso, que ha desaparecido de nuestra vista. Estos dos caminos, absolutamente opuestos, después de cien años, han convertido el arte en una discusión teórica.

Hemos asumido que el arte es una forma de pensamiento. Ya Hegel lo emparentó con la religión y la ciencia. También dijo que su destino había terminado. Desde el momento en el que nuestra inteligencia se orienta con principios abstractos en lo que se refiere a arte, hablamos de otra cosa. El arte de nuestro tiempo es demasiado especulativo, somos capaces de comprenderlo todo desde esta perspectiva filosófica; entramos en el ámbito de la estética y dejamos atrás el de la plástica.

La información

La información sobre arte nace como herramienta fundamental del mercado. En el siglo XVIII la burguesía se interesó por el coleccionismo. Fuera ya de los circuitos privados de la nobleza, o del amparo de la Iglesia, el artista necesitaba un respaldo crítico para defender su propuesta. Los salones de París, organizados por la Academia, y las primeras páginas de opinión escritas por Diderot, suponen una forma nueva de comprender la presencia del arte en la sociedad. Surge así un debate intensísimo sobre el gusto. El mercado exige un certificado público de calidad para poder apoyarse en algo, para justificar un precio.

Por esta razón, el crecimiento del mercado ha impulsado el desarrollo de la crítica de arte. Más o menos integrados, los críticos han tenido cada vez más peso. Sus palabras han creado escuelas, estilos, momentos únicos de la Historia del arte, que pese a ser Historia ha sido narrada en tiempo real. Un ejemplo elocuente es el de Clement Greenberg, quien impulsó el Expresionismo Abstracto, y lo convirtió en arte nacional de los Estados Unidos. Su amplia perspectiva contemplaba el *action painting* de Pollock como la fase central de un proceso histórico: el camino hacia la forma pura. Pero no debemos sobrevalorar su importancia. Sería demasiado simplista suponer que la complejidad del mercado se reduce a lo que piensan un puñado de personas. Ni debemos subestimar su juicio.

La información es fundamental para el coleccionista. Si éste quiere mantener una línea coherente debe saber por dónde van los tiros. En todo caso la Historia que nos narran los críticos es una más, y podemos dar por seguro que no es la definitiva. Cuando la crítica convierte en acontecimiento el presente artístico puede tener razón, pero también puede promover los intereses del mercado. Lo que es absolutamente lícito, siempre y cuando el crítico no se presente como historiador.

El mercado

La autonomía del arte no hubiera sido posible sin el mercado. Hasta cierto punto el comercio ha potenciado la diversidad de estilos. El artista dejó de estar al servicio del mecenas para estar atento a las propuestas artísticas con las que debía competir. Ya no importaba tanto la adscripción ideológica de determinada obra, como su mismidad, su valor plástico o estético por el que los críticos iban a apreciarla. Pero no debemos ser ingenuos, detrás de esta autonomía del arte también hay una ideología.

Si bien el canon y el decoro son dos conceptos premodernos, ajenos a la opinión -donde antes había norma ahora hay juicio-, la libertad del artista sigue estando sometida a cierta regulación. En este caso la de la oferta y la de la demanda. Por lo que la autonomía que alcanza el arte al constituir un mercado, significa también una dependencia ideológica del mismo.

Las vanguardias de los sesenta, que como ya hemos comentado anteriormente siguieron en gran medida una línea conceptual, intentaron desbordar esta regulación. El *happening*, la instalación y el vídeo son manifestaciones que en principio pretendían plantear una trampa al museo. Al no ser objetuales su exhibición suponía un gran problema para los curadores. Se pensó que estas obras nunca saldrían al mercado. ¿Cómo podría llegar a ser vendida una *performance* que en cada representación es distinta? ¿o una instalación en la que el público participa activamente en su creación? Aunque estas obras se vendieran, no podrían volver a ejecutarse, porque responden a circunstancias concretas y temporales.

Hoy, no hay feria de arte contemporáneo o bienal que no introduzca el *happening*, la instalación o el vídeo en su programa. Las artes plásticas fascinadas por la imagen en movimiento parecen avergonzarse de las figuras quietas. La problemática no radica en la calidad de estas obras, sino en su lugar dentro del sistema del arte. Como obras efímeras, parece que su sitio sería más el escenario teatral, que la sala de exposiciones. Aunque parecía que iban a adoptar una forma de comercialización similar a la de la

música y el cine, el mercado del arte, supo adaptarse enseguida a su naturaleza, y ha podido venderlas hasta ahora. No obstante esta situación sigue siendo más conflictiva para los museos. Lo que el teórico del arte tarde en aceptar, el galerista solo tiene que ponerle un precio.

Las palabras no necesitan visualizarse y ocupan poco espacio. La imaginación de los coleccionistas, alentada por la de los expertos es ante todo verbal. Y desde aquí no ponemos en duda el valor de estas creaciones, solo tratamos de dilucidar los factores que intervienen en el mercado del arte. Las galerías venden poesía al precio de la pintura, por un canal que hasta ahora solo correspondía a las artes plásticas. ¿Pero qué están ofreciendo? La galería vende al coleccionista no el visionado de la actuación, sino la actuación misma. Igual que si al pagar la entrada del teatro, compráramos el público y los actores. Como esto es imposible, lo que obtenemos es la idea de público y de actores. O sea, que pagando por el cuerpo del arte, nos llevamos únicamente el concepto. Una comparación esclarecedora sería la de la constructora que en vez de la casa, te vende los planos. Esta sorprendente venta es posible gracias al encantamiento del crítico; a la información generada alrededor de una obra de arte. Supuestamente, cuando compramos las fotos o el proyecto de una *performance*, estamos adquiriendo lo que la imagen representa. Pero si atendemos a la afirmación de Magritte en su *Esto no es una pipa*, no se trata de la *performance* en sí lo que pasa a ser nuestro. Los coleccionistas, como los pájaros que confundían las frutas del cesto pintado por Zeuxis con frutas reales, se ven envueltos en esta ficción del mercado del arte. Igual que ha sucedido con el discurso, el mercado es la obra misma.

La atracción

Y debemos ser críticos con el conceptual. Aunque seducidos por esta poesía sin gramática admiremos a los grandes maestros de la idea, tenemos que adoptar una perspectiva histórica. Lo que se está viendo en muchas de las exposiciones de arte contemporáneo es lo mismo que se veía en las atracciones de feria del siglo XIX. Desde el videoartista que cree haber descubierto la imagen en movimiento, como Robert Cahen, o el *performer* que repite un ritual sin fe, como La Ribot. El primero presenta en la pantalla del televisor las típicas postales turísticas, y hace que un avión atravesase el cielo. La segunda, disfrazada de mujer fatal, finge leer un libro. No es la nuestra una posición conservadora, pero es necesario plantearse lo que resulta verdaderamente atractivo de estos artistas.

Nuestra crítica se dirige a la interactividad y la autoreferencialidad. Divertir a los espectadores es algo en ocasiones muy loable. Animarles a jugar con la obra de arte es lo específico de estas manifestaciones conceptuales como el *happening* y la *performance*. Allan Kaprow invitaba en su instalación *Words* (1962) a escribir sobre los papeles que había colgado en la galería; al fin y al cabo, a realizar un graffiti de manera institucional. Cuando Ana Laura Alaez monta una discoteca en El Reina Sofía, la única diferencia que mantiene con un bar de copas es que tiene que cerrar a las nueve, a la hora en que estos abren. Pero más allá de la cacareada interactividad, de la posibilidad de activación, ¿dónde está la artísticidad de estas obras? Desde luego que no estamos hablando desde el punto de vista de la plástica. El elemento material ha desaparecido absolutamente. Pero ¿y el concepto? Si lo propio de estas manifestaciones es la interacción, y estas solo nos ofrecen un espacio para interactuar, los espectadores son realmente autores de la obra, y la obra es una creación autoreferente, que no pasa de ser un lugar vacío donde se produce la acción; por lo tanto, la lectura es limitadísima.

El universalismo

Nuestras observaciones nos llevan a hablar de un arte ligero, sin cuerpo y sin concepto. Un arte preparado para que suceda algo, pero en el que nada sucede, y que no es suceso. No vamos a ser apocalípticos. No vamos a anunciar su muerte. Si muriese no tendríamos tampoco ningún inconveniente en acudir al funeral. Pero sí vamos a cuestionar un arte mínimo, reducido al peso de las palabras; por cierto, de palabras que tenemos que pronunciar nosotros, los espectadores. Un arte sobre el que existe más información que nunca y que puede viajar con mucha facilidad en los aviones.

El arte conceptual se propone como arte universal. En efecto se trata de una vanguardia mundial. Hay artistas conceptuales en Asia, en África, en América latina. Sus texturas no responden a gustos locales, sencillamente porque no tiene texturas -no hay material-, o estas pasan a ser accesorias. La obra está en el discurso... y si no hay discurso, en lo que nosotros podemos hacer con ella. ¿Es qué puede haber manifestación más universal que la del silencio y la de la invisibilidad?

En las ferias de arte y en las bienales de carácter internacional se propone continuamente arte conceptual, pero los discursos son cada vez más densos para poder sostenerse. Pensamos que la iluminación verbal de la plástica aspira a ser leída por los hablantes de todas las lenguas. Un nuevo esperanto es tan poco apropiado al arte como a la lírica, pero preten-

der una poesía muda, para que sea comprendida por todos es absurdo. Desde sus orígenes, con *La fuente* de Duchamp, el conceptual demostró dos cosas. Una, que podía hacerse creer cualquier cosa al espectador, siempre y cuando fuese verbalizable; y dos, que mientras más vacía estuviese esta cosa, serían más las posibilidades de interpretación, porque habría menos que interpretar. Tan solo con seis dólares, Duchamp desarticuló la creación artística, e hizo de su mercado la poesía más universal.

IGNACIO VLEMING