

## Jornadas “El estatus del artista”

### **Conferencia: *Artistas: entre naufragos y promotores turísticos***

**Por Jorge Luis Marzo**

Eric Hobsbawm, en su librito *A la zaga, decadencia y fracaso del siglo XX*, sugiere la tesis que las vanguardias han fracasado porque siempre han necesitado de traducción. Mientras que la imagen cinematográfica, por ejemplo, enseguida captó (o congregó) los códigos del imaginario popular, las artes plásticas se han pertrechado de agentes que se dedican a hacer de puente entre ellas y el gran público. Sin duda, es un argumento interesante, aunque no nuevo.

Más audaz es la perspectiva que, en mi opinión, Hobsbawm deja entrever tímidamente: puede que las vanguardias no hayan fracasado, sino todo lo contrario: que finalmente hayan triunfado. No es que las vanguardias hayan sido absorbidas sin más por una industria del espectáculo, por una cultura de masas, y por una ética individualista, sino que fueron esas mismas vanguardias las que, en parte, dieron forma a esa industria y a esa cultura. Y sus medios no fueron las artes, sino la industria de las artes. La vanguardia estaba más presente en la incipiente industria de la visualidad, que en las artes propiamente dichas: más en *El acorazado Potemkin* de Eisenstein que en *Las señoritas de Avignon* de Picasso. El éxito obtenido por la industria cinemática o por el diseño (a partir del constructivismo o de Mondrian) durante el siglo XX no han gestado una postmodernidad, resultado del derrumbe de los valores de la vanguardia. No. Lo que se ha derrumbado ha sido el armazón que las artes plásticas habían creado para erigirse en vanguardia. En todo caso, la postmodernidad sería la nueva etapa que seguiría al reconocimiento sin ambages de que la industria visual es la modernidad.

Como todo libro de análisis con poco más de 20 páginas, los argumentos de Hobsbawm son evidentemente polemistas y buscan sobre todo provocar. Pero paralelamente, como todo ensayo de poco más de 20 páginas (nada más y nada menos que sobre el fracaso o éxito de las vanguardias), el autor ha debido hacer un ejercicio de enorme síntesis y claridad. Eso es lo que voy yo también a intentar aquí, y aviso ya que con pocas esperanzas de éxito.

Si los tiempos actuales son resultado del triunfo de la razón industrial de la vanguardia, entonces, ¿qué papel puede jugar el artista? En la actualidad, la institución Arte, así dicho en mayúsculas, ha pergeñado dos modelos de artista; el de náufrago y el de promotor turístico. De ello vamos a hablar aquí.

### **El formalismo y el ensalzamiento del artista náufrago**

El náufrago establece su práctica artística desde la isla, desde la supuesta (o real) incompreensión. Es una figura muy querida por el formalismo del siglo XX, que la ha transformado a su conveniencia en una figura rebelde, inconformista, incluso maldita.

Toda crítica al fracaso de la vanguardia plástica en el siglo XX debe pasar por una crítica al formalismo. El formalismo ha sido la formulación teórica en el andamiaje del fracaso. El formalismo como la cultura del secreto por encima del misterio, de la expresión por encima de la comunicación. Que un espectador de una película o de una exposición responda “me gusta” o “no me gusta” para seguidamente añadir “pero no sé por qué” es el resultado natural de ocultar los mecanismos creativos al público bajo el paraguas de la excepcionalidad del creador. La gente, ayer y hoy, se pasa horas ante una obra de arte preguntándose “¿y cómo lo ha hecho?”, en vez de preguntarse qué ha hecho. La magia culinaria impuesta por el

formalismo se define por convertir en ilusión lo que es fundamentalmente pura práctica: vender como genialidad lo que no son más que experimentos perfectamente definibles. Si al espectador le niegas las herramientas para que juzgue en confianza, y no con el temor de lo desconocido, éste queda imposibilitado de pensar que su juicio tenga algo que ver con aquello que juzga: en pocas palabras, *a quien coño le importa lo que yo piense, si nadie sabe lo que el artista ha pensado...* Esta manipulación del secreto (un burdo ejercicio de hermetismo que conduce al aislamiento del náufrago) anula cualquier posibilidad de un misterio inteligente. Hitchcock, entre otros y otras, ya nos demostró como la falta de secreto no está reñida con la creación del misterio. ¿Qué es más importante... descubrir quien es el asesino, o descubrir por qué llegó a asesinar? ¿adivinar quien es el espectador o adivinar por qué soy el espectador? O más aún, ¿averiguar qué es lo que me gusta, o averiguar por qué me gusta (o no) una cosa?

El formalismo, por tanto, ha manipulado en su beneficio la noción de “expresión”, y ha dejado la “comunicación” como lo propio de la industria. Una “expresión” que la industria del arte interpreta, a diferencia de la industria audiovisual, de forma elitista: esto es, una expresión codificada pero dentro de los marcos fijados académica e institucionalmente. La comunicación audiovisual de masas, pues eso es, de masas. No deja de ser curioso que Mondrian, entre cientos de artistas, reclamara para el arte moderno el papel de corrector mundial (salvaría del hambre y de la guerra), pero, al mismo tiempo, los códigos modernos que utilizara sólo fueran refrendados por la elite artística. El famoso “todo para las masas, pero sin las masas”. La industria audiovisual, por su parte, eso es lo que hace “todo para las masas y con las masas”. Aunque camuflando otra ilusión: nada puede haber para las masas si éstas no disponen de los mecanismos de producción. Un tema que, aunque parezca sentenciado, no lo está en absoluto, dado que ciertas prácticas sociales que se dan con las nuevas

tecnologías, están generando nuevas formas de producción inéditas hasta ahora.

El formalismo en España ha dado lugar a una peculiar forma de comprender al artista. ¿Por qué en España, a diferencia de otros muchos países, cuando le preguntas a un artista si da clases, te dicen “no, no, yo no soy un fracasado. A mi me va bien”? ¿Cómo es posible que dar clases sea algo mal visto? Ello solamente se puede explicar por el desapego del creador hacia su propia comunidad. El artista español ha desarrollado una conciencia por la cual la transmisión de información es una especie de traición, de la misma manera que los magos e ilusionistas tienen como principal anatema la revelación del truco, del secreto. Para que un artista sea reconocido en España debe situarse fuera de su comunidad: y normalmente se le considera famoso cuando ha conseguido algún éxito en el extranjero. Por ejemplo, los discursos artísticos de talante más “radical” o “comprometido” han sido promocionados a través del arte más joven, pero siempre en contextos internacionales, alejados de los elementos sociales que originalmente dieron lugar a esas reflexiones críticas.

La aguda disociación entre el artista y su entorno en España parece justificar profundamente muchas de las actitudes personalistas y egocéntricas de las que se ha nutrido la política artística de estado durante los últimos 25 años. El proyecto político de cultura en España anhela la continuidad histórica del “genio español” en las figuras de artistas que “exceden” sus estructuras originarias; se precia de que en España no haya habido ismos y se felicita de que nuestros más grandes artistas no hayan creado jamás escuela ni taller. En ellos, la política refleja el sueño de nuestra cultura: sólo el arte y el artista es capaz de subvertir la crisis social y de representación que España siempre ha comportado. El arte y el genio

son las metáforas perfectas para “elevarse” y estar a la altura de los tiempos.<sup>1</sup>

### **Razonamientos institucionales sobre el papel del artista**

**1- Joaquín Ruiz Giménez, 1951:** “Únicamente ayudando a los artistas a ser auténticos, apartándolos de cuantas insinuaciones extrañas puedan desviarlos de su propio ser, puede concebirse una verdadera política artística. La gran preocupación que debe orientar la política artística es hacer que el arte sea para sus servidores, no una ocupación trivial o una rutina, sino una ‘grave aventura’, un factor dramático de su existencia”.

Joaquín Ruiz Giménez, ministro de Educación Nacional; discurso de inauguración de la I Biennial de Arte Hispanoamericano, Madrid, 1951.

**2- Carmen Giménez, 1985:** “Para nosotros, el hecho de reservar a un solo artista el Palacio de Velázquez del Retiro madrileño, es una ocasión excepcional con la que hemos querido participar en la consagración internacional de este artista español, rompiendo así con una larga y lamentable tradición según la cual nuestros artistas no podían disfrutar en vida en su propio país del prestigio y reconocimiento que se les otorgaba más allá de nuestras fronteras”. Habla de Miquel Barceló, en 1985. Barceló tiene 28 años.

Carmen Giménez, "Presentación", *Miquel Barceló*, Palacio de Velázquez, Ministerio de Cultura, Madrid, 1985.

**3- Pilar del Castillo, 2004:** “Daniel Bell ha subrayado que a lo largo del primer tercio del siglo XX la cultura, que tuvo raíces profundas y perdurables, fue una tentativa de transformar la imaginación. Sin embargo, según el mismo autor, la contracultura posterior de los años sesenta

---

<sup>1</sup> Ver J.L. Marzo y A. Lozano, Política cultural del gobierno español en el exterior (2000-2004), 2004, [www.desacuerdos.org](http://www.desacuerdos.org)

resultó fruto de un movimiento juvenil que quiso “transformar un estilo liberal de vida en un mundo de gratificaciones inmediatas y despliegues exhibicionistas. Al final produjo poca cultura y no se opuso a nada”. A la altura de 1976, Bell consideraba agotados “los experimentos con estilos y formas, la cólera y el intento de escandalizar”.

Pilar del Castillo, “La cultura en el espejo de la política”, *Balance de política cultural 2000–2004*, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, Madrid, 2004, p. 15–16

**Castillo, 2004:** “el proceso creador es una actividad personalísima que surge de la esfera más íntima de la persona. En consecuencia, el Estado difícilmente puede intervenir directamente en él. Lo que el Estado sí puede, y creemos que debe hacer, es crear las condiciones [...] que se ubican en el mecenazgo, actividad estrechamente vinculada desde los orígenes de nuestra sociedad con la creación.”

VV.AA., “La política cultural en España”, *Real Instituto Elcano de Estudios Internacionales y Estratégicos*, Madrid, abril 2004, en [www.realinstitutoelcano.org](http://www.realinstitutoelcano.org)

**Castillo, 2004:** “Es verdad que entre el artista y el político existe una diferencia cualitativa. El primero necesita el silencio y la soledad para crear. El segundo, por el contrario, requiere la presencia y la relación continua con el público. El artista puede afrontar el despego de la gente en aras de su obra. El político democrático debe buscar su apoyo.”

Pilar del Castillo, “La cultura en el espejo de la política”, op. cit., p. 10

**4– Szeemann, 2004:** “Hay que vivir como en una aventura, con una aproximación hedonista a la intuición. Se trata de vivir tu vida individualmente; vivir la vida basándola en encuentros. Esto puede parecer anacrónico, pero quizás lo anacrónico es una aventura.”

“Dado que el arte es individual, de alguna manera el artista adopta toda la responsabilidad y el riesgo de convertirse en una figura sólo local o regional o nacional.”

Jorge L. Marzo, *Entrevista a Harald Szeemann*, [www.desacuerdos.org](http://www.desacuerdos.org)

**Presupuestos 2003:**

- Promoción y cooperación cultural, Ministerio de Cultura: 34 millones € (4%)
- Exposiciones Ministerio de Cultura: 3.500.000 € (0,4%)
- Museos: 207.560.063 € (25,3%)
- Programa de Arte Español en el Exterior (PAEE): 3.000.000 €
- Reina Sofía: 56 millones €
- IVAM: 7 millones €
- MACBA: 4 millones €
- Dirección General de Bellas Artes, “Ayudas para la promoción del arte español y las nuevas tendencias en las artes”: 558.000 €
  - 450.000 € se destinan a ayudar a las empresas privadas
  - 108.000 € para financiar a los artistas, las asociaciones, las fundaciones y demás entidades sin animo de lucro.

**El artista al servicio de la industria del turismo**

Hoy la política cultural está al servicio de la compleja trama turística que existe en España. Se inauguran bienales de arte o se abren decenas de museos de arte contemporáneo en otras tantas ciudades, con presupuestos que hipotecan casi completamente la financiación de cualquier otro proyecto cultural en la ciudad o la región (los casos de Artium en Vitoria, el MUSAC en León, o el CAC en Málaga son recientes espejos). Esos museos no están allí para generar estructuras locales de creación, sino para convertirse en iconos de la ciudad gracias a sus arquitecturas; para acabar albergando determinadas colecciones de artistas famosos o para acoger exposiciones de corte internacional, altamente espectacularizadas y

facilmente mediatizables en las rutas turísticas. La política cultural actual también responde directamente a los intereses de promoción urbanística y comercial, mediante la implantación de grandes equipamientos (Barcelona es un buen botón de muestra), o la creación de marcas político-financieras que son mecánicamente actualizadas como logos identitarios (Forum). Nos referimos a políticas culturales que dan salida a las nuevas redes de negocio industrial tecnológico, o que visualizan formas de esponsorización mal trabadas. Resumiendo: las políticas culturales actuales responden al uso de la cultura como acicate y condimento para que determinados entornos económicos salgan beneficiados.

La cultura subvenciona mucho la economía, pero la economía no sufraga la cultura. ¿Será porque la cultura no hay que sufragarla? ¿porque ocurre por sí misma, de manera espontánea? Entonces, ¿por qué debemos tragar logos artísticos como sapos en las políticas culturales? ¿por qué se hace de la cultura un catálogo reducido de iconos? Las preguntas son bastante simples: por ejemplo, ¿por qué el dinero de la actual Conselleria de Cultura de la Generalitat de Catalunya para ayudas a la producción procede solamente del presupuesto de cultura y no es asumido por otras conselleries como las de turismo, comercio, industria u obras públicas? Si la construcción de grandes equipamientos culturales conduce a la expansión hotelera, de los negocios de restauración y de servicios de todo tipo, entonces ¿no hay reciprocidad? ¿por qué no utilizar ese excedente en la estructuración de otro tipo de políticas de apoyo cultural que mantengan una mayor cercanía con “otras” prácticas productivas?

### **La redefinición de lo cultural y de lo social**

Por otro lado, se está produciendo un fenómeno muy interesante: la redefinición de la cultura como algo preexistente a lo social. Eso marca sustancialmente la consideración pública del artista y de su producción.



Algo que ocurre, porque no puede ser de otra manera, en el marco de la turistización cultural. Joan Clos, alcalde de Barcelona, y Ferrán Mascarell, concejal de Cultura del Ayuntamiento de Barcelona, y quizás próximo alcalde de la ciudad, definieron perfectamente esta nueva situación cuando se refirieron al Forum 2004: la cultura es “constituyente de nuevos modos de vivir”.

En pocas palabras, lo que se propone es la cultura como órgano fundacional de lo social. Corresponde pues a la cultura proponer lo que deben ser las actitudes, prácticas y usos de los ciudadanos. Se deriva, por tanto, que la sociedad es así modelada desde un consenso originario y esencial. Desde un punto de vista sociológico o antropológico, es verdaderamente sorprendente esta afirmación, cuanto menos porque si algo ha definido el desarrollo de estas disciplinas no ha sido otra cosa que la constatación de que la cultura es el compendio complejo de toda una serie de comportamientos sociales que finalmente (o no) pueden adoptar un grado de interrelación tal, que llegan a constituir un estadio cultural. Pero nunca al revés. Es la constante negociación entre los diferentes usos y prácticas en un contexto lo que define el pegamento cultural, pero nunca se ha visto que las sociedades nazcan de un sustrato cultural ya predeterminado.

¿Cómo afecta esto al mundo de las artes? ¿qué papel se le otorga al artista en esta nueva ecuación? Si la turistización de la cultura fija la iconización de la misma (el convertirlo todo en logo, fácilmente comercializable, objetivo de toda industria que se precie, evitando las referencias a los contextos sociales que le dieron origen), entonces las prácticas experimentales no tienen cabida alguna. ¿Para qué ayudar a la producción artística cuando la industria del turismo se fundamenta en la regulación de lo moderno bajo los patrones codificados de aquellas experiencias previsibles que buscan los turistas? No es casualidad, pues, que la política

cultural española se centre en la construcción de grandes infraestructuras que mantengan la necesaria previsibilidad de los mercados turísticos, o en la promoción internacional de una determinada manera de hacer arte que fije esos patrones en los imaginarios globales. El papel del artista no parece ser otro que el productor que debe mantener viva esa previsibilidad dotando de contenidos actualizados a los programas que la conforman. Sólo tienen que ver exposiciones como “Barrocos y neobarrocos” en Salamanca, con motivo de la Cumbre Iberoamericana, para visualizar plenamente este estado de cosas.

El artista, así, paradójicamente, se puede llegar a convertir en lo que nunca ha conseguido: en un profesional del sistema de producción cultural, que no social: en alguien, por fin, plenamente ubicado en los programas de turismo cultural, tanto nacional como internacional. O sea, en pocas palabras, el artista se convierte en parte de la industria.

Si la cultura se sitúa por encima de las prácticas sociales, si los resultados se venden por separado de los procesos que los generaron, si las obras de arte y los artistas se desgajan de los entornos en los que se crearon, para situarlos en el plano de la industria cultural internacional, entonces sólo cabe la directa desestructuración y ninguneo de las condiciones por las que el arte se produce. Por el mismo proceso que la cultura popular se convierte en kitsch para venderse en tiendas de souvenirs, la producción artística entonces habrá que empezar a leerla como paquetes de logos cerrados directamente consumibles, exactamente igual que los productos del diseño.

**¿Qué hacer para intentar equilibrar esa situación, cada vez más endémica?**

Las respuestas no pueden ser más previsibles.

1- En primer lugar, una reevaluación de la educación y del papel que los artistas tienen en ella. El desarrollo de una conciencia desde la escuela sobre la capacidad de las comunidades en generar productos culturales a partir de las idiosincrasias de sus prácticas sociales supondría la activación de mecanismos críticos que pudieran equilibrar el enorme impacto de una cultura turistizada.

2- La cesión a los artistas de los mecanismos de producción artísticos. El aparato institucional de la cultura desconfía del artista, y por extensión, también de otros agentes culturales independientes similares. Eso, en principio, tiene cierta lógica en el ámbito nacional al amparo de una formulación formalista del artista de “carrera”, jinete solitario o chico de la moto, qué más da: gente difícil, de gasto fácil e imprevisible. Esa imagen es cómoda y conviene tenerla a mano para mantener la mano cerrada. La desconfianza institucional a la hora de delegar la gestión del dinero a los artistas cuando se trata de producir también puede leerse por la tradicional voluntad de fiscalización y control de lo que se produce. Las razones son amenas de leer: la censura o la corrección política, la necesidad de equilibrar los intereses de las diversas “familias” que tienen ascendencia en la cultura institucional, o la censura formal y estilística que a menudo se despliega porque, se dice, no representa lo “propio” de lo que se considera de vanguardia y potencial creador de logos vendibles en el mercado museístico o mediático, cada vez más internacionalizado. Los artistas deben disponer de recursos públicos directos, a menudo sin necesidad de agentes intermediarios, pero mediante unos mecanismos necesarios a establecer, para poder elaborar en sus comunidades las condiciones adecuadas para que las prácticas sociales puedan elaborarse con la máxima coherencia.

Por otro lado, pero en este mismo sentido, sólo el 5% (como media) del presupuesto de una exposición en una institución va a manos del

artista. El artista no es el centro de nada, aunque así se justifique. Funcionarios de museos, comisarios, marketing, empresas de montaje, de seguros, periodistas culturales, diseñadores y traductores forman el auténtico mundo del arte. Hay que conseguir que la razón última de una política artística sea la de ayudar a la producción directa, en especial desde los museos, que es lo único que hay, dado que la política cultural ha desaparecido. Por tanto, hay que exigir a los museos la aplicación de esa política, situando al artista en unas condiciones de producción exactamente iguales a todos los demás actores museísticos.

3- La reconversión de parte de las grandes infraestructuras culturales en lugares de activación social, en donde no primen únicamente criterios de calidad del producto final, sino que sean capaces de dar visibilidad a las diferentes prácticas sociales y que permitan la creación de redes, locales o internacionales, entre practicantes de los mismos o similares usos. En ese sentido, una condición previa para poder llevar esto a cabo es la suspensión de parte de la financiación pública de muchos de los museos de arte contemporáneo existentes, ya que estos ni realizan política cultural pública, ni estructuran aparatos de producción en el territorio en el que se encuentran ni facilitan la enseñanza ni autoestima de los productos sociales de sus entornos.

4- Mucha de la producción de arte contemporáneo actual, que se considera más comprometido o crítico, se basa, en la crítica al modelo audiovisual actual y al espacio sociogeográfico y político que lo ha creado y que, a su vez, ha creado a éste. Esto no deja de ser interesante, porque parece dar la razón a las tesis de Hobsbawm con las que iniciábamos esta conferencia: que ha habido un fracaso de la –llamada a sí misma– Vanguardia, y que ahora los artistas constatan esta situación: que la vanguardia de la industria audiovisual es la que prima, y que en sus propios fundamentos

radica el éxito de una modernidad cuyos orígenes son plenamente capitalistas, y no tan revolucionarios como nos han hecho creer.

Es también curioso ver que muchos museos están apostando por dar salida a los discursos artísticos que admiten sin reparos esa situación. Y como por arte de magia, que no lo es, todos lo sabemos, se dedican a deconstruir la industria audiovisual, o bien a prestar atención, a la práctica audiovisual de la gente normal ahora que tiene medios tecnológicos al alcance.

En términos generales, creo que esta situación es potencialmente rica y puede ayudar mucho a deshacer buena parte de los presupuestos formalistas que han inundado los discursos artísticos del siglo XX. Sin embargo, tampoco es menos cierto que la industria museística adopta esos productos siempre y cuando no pongan en solfa la propia maquinaria de los museos, por un lado, ni vengán acompañados de las prácticas sociales críticas que alientan esas deconstrucciones político visuales. Es por eso urgente que la industria de los museos comprenda que toda obra de arte, sea del tipo que sea, es primero y ante todo, práctica social y no objeto cultural; que entienda que la figura del artista no es simplemente intérprete de una realidad, sino un mero actor más en un complejo proceso de interacción y experimentación social.

Harald Szeemann respondió así a la siguiente pregunta sobre el papel del artista contemporáneo:

**Pregunta-** Corríjame si interpreto que su visión del artista es la de un bufón, siempre cerca del poder pero al que se le permite decir lo que quiera...

**Harald Szeemann-** Desde luego... y porque está solo, puede.