

EL NEGOCIO DEL ARTE, RECONSIDERADO

CHRISTIAN VIVEROS-FUANÉ

PUBLICADO POR PRIMERA VEZ POR A BLADE OF GRASS,
ORGANIZACIÓN QUE APOYA EL ARTE
SOCIALMENTE COMPROMETIDO

“Hacer dinero es un arte, y trabajar es un arte,
y un buen negocio es el mejor arte”.

Andy Warhol.

Hace unos cien años, Marcel Duchamp tomó un urinario, lo colocó en un pedestal en un museo, y lo llamó arte. Hace dos años, dentro de un estrecho café ecuatoriano en Queens, la artista cubana Tania Bruguera repitió en una conversación una idea notable, vigorosa, que resulta también memorable: ya es tiempo de regresar el urinario de Duchamp al baño.

Pronunciada en el contexto de un coloquio de café, la frase de Bruguera me golpeó con la fuerza de lo obvio. Fue el punto clave para un pronunciamiento que ella llamó “Introducción al arte útil”, hecho en abril de 2011, en los cuarteles generales del Partido del Pueblo Migrante, su obra de arte evolutiva con política. Las palabras de Bruguera deberían servir como un grito de guerra para los miles de artistas comprometidos socialmente, y sus aliados afines alrededor del mundo.

En cambio, su ideal de “arte útil” y el de otros artistas con objetivos sociales similares, permanece atascado en un entramado sorprendentemente académico de disquisiciones que traen a la mente menos Jacques Rancière y Jean Baudrillard que escolástica de Don Scotus y Tomás de Aquino. ¿Cuántos artistas comprometidos socialmente pueden desperdiciar tiempo con temas sin mucho valor? ¿Acaso el “régimen estético del arte”, enfocado en occidente, tal y como fue inaugurado por Friedrich Schiller

y los románticos, deja espacio para un arte comprometido socialmente con objetivos reales mundiales? ¿Son dichos esfuerzos arte, en verdad; o constituyen en cambio -usando los términos pretenciosos de Claire Bishop- meras “homilias bienintencionadas que se hacen pasar hoy en día por un discurso crítico sobre la colaboración social”? Por último, citando a Ben Davis, ¿la idea de arte como práctica social es “punto de partida para abordar los problemas sociales, o una distracción que nos aleja de distinguir sus alcances reales”?

Se podrían decir muchas cosas aquí sobre el “consenso paranoico” que Eve Kosofsky Sedgwick identificó correctamente como teoría crítica contemporánea dominante, especialmente el tipo que se apoya en el estructuralismo, el psicoanálisis, y el neo-Marxismo para su visión del mundo. Parafraseando a Harold Rosenberg, una buena parte de la crítica posmoderna, como el arte posmoderno, se momificó en convención reaccionaria hace mucho -constituido tal y como está, por profesiones cuyo aspecto central es la pretensión de echarse abajo a sí mismos-.

Pero la idea de este ensayo no sólo es señalar las sospechas que se sirven a sí mismas que caracterizan a la creciente naturaleza totalitaria de enfoques tales como la crítica marxista y criticidad teórica -uno clama típicamente por un compromiso activista de naturaleza

vintage, mientras que el otro pide todavía de manera absurda separarse de la deconstrucción- sino básicamente, llamar la atención sobre lo que está ausente en las discusiones actuales sobre arte socialmente comprometido. Cinco años después de que empezó la crisis económica mundial, mucha de la carraspera teórica reciente -escenificada bajo la sombra del mercado del arte más descaradamente especulativo- evita de manera grave uno de los avances más fundamentales en el arte de este siglo: a saber, el regreso de la idea del “arte negocio” a práctica vanguardista. Esto no es, claro está, la versión familiar de arte-como-tipo-de-activo del “arte negocio”, sino otra cosa completamente. Esta vez es de servicio.

Una frase que Andy Warhol popularizó en su libro de 1975 *La filosofía de Andy Warhol*, y que más tarde fue resumida en solo dos palabras, el “arte negocio” se ha vuelto, con razón, la forma dominante del arte de nuestro tiempo. Hoy en día, este gigante del arte basado en mercancía guía no solo la manera en que se produce arte, sino también la forma en la que se promueve, comercia, vende, y en última instancia, la manera en la que el arte es entendido tanto por expertos como por el gran público (Michael Findlay, en su libro de 2012, *The Value of Art*, se refiere a dicho fenómeno como “comercialismo”, el último movimiento artístico después del Pop y del posmodernismo).

Un ejemplo revelador de su faceta más conocida es la exposición “Pop Life: Art in a Material World”, en la Tate Modern en 2009. Según el texto de la exposición, la filosofía de arte negocio de Warhol “se refleja en el

trabajo de artistas de generaciones subsecuentes que han infiltrado la máquina publicitaria y del mercado como estrategia deliberada”. Esta exposición, junto con varias más (como “Regarding Warhol”, en el Metropolitan Museum), hicieron un recuento de cómo figuras como Richard Prince, Jeff Koons, Damien Hirst, Takashi Murakami, y otros artistas de los negocios alcanzaron *blue-chip status* (estado mucho más importante que la fama o reconocimiento de la crítica) al cooptar las tácticas de Warhol y mejorándolas sustanciosamente. Estas tácticas incluyen hacer referencia a productos de consumo popular, practicar el posicionamiento de marca y la autopromoción al estilo corporativo, emprender sistemas de producción a la manera de fábricas, crear consorcios económicos con inversores afines, y finalmente, considerar al arte como un instrumento especialmente fungible para finanzas de alto nivel -o mejor dicho, como fondos de inversión modernos y divisas alternas.

Resumiendo, el siglo XXI ha visto el surgimiento del arte negocio como una especie de meta-arte -una nueva forma de arte contemporáneo cuyo propósito principal es conformar al mercado para sus propios objetivos comerciales (bajo este tenor, considere el cráneo incrustado de diamantes de Hirst, *For The Love of God*, así como la subasta de noviembre de la obra *Balloon Dog*, de Jeff Koons, programada no tan casualmente por Christie's y uno de sus grandes coleccionistas, para publicitar su retrospectiva en el Whitney Museum). El efecto neto de este fenómeno es nada menos que una revolución de los valores artísticos: un ataque que finalmente se deshace de

la estética humanista y posmoderna tradicional para adoptar abiertamente la idea de arte como activo (ahora sin la ayuda de ironía obsoleta); que unívocamente acepta al mercado como árbitro final de lo que vale (tanto económica como simbólicamente); y eso, finalmente, abona a las casas de subastas como un mercado de valores listo para ser manipulado por intereses opacos muy poderosos (prácticamente sin supervisión).

Hoy en día, el gran capital da forma y domina al mundo del arte como nunca antes en la historia. De hecho, el paradigma del arte negocio warholiano del siglo XX es tan dominante que ha enunciado su propio corolario descartado en 2006. He aquí la regla de platino del subastador de Sotheby's Tobias Meyer: “El mejor arte es el más caro porque el mercado del arte es muy listo”. La intención es tan institucionalmente clasista, tan aduladoramente injusta y autocomplaciente, que es sorprendente que los artistas progresistas y sus aliados no hayan marchado con antorchas y tridentes hacia las oficinas de Sotheby's en la avenida York.

El arte de protesta y la práctica social, como Davis ha acertado en señalar, “crece de una reacción desangelada hacia la complicidad de la industria del arte comercial con capital, y un hambre correspondiente, saludable, de arte que realmente hace la diferencia”. No sólo las preguntas que suscita son “muy reales”, yo añadiría que los dilemas señalados por la práctica social actual permanecen como los tópicos más urgentes que afectan hoy en día a la “industria del arte”. No sólo son los actores especulativos

mucho más abiertos acerca de sus intereses económicos reales que en el pasado -un escritor se refirió al estado actual del arte como un “infierno insípido de pretensiones enloquecidas por invertir”- sino que aquellos que encabezan la conexión entre ética y estética en el arte contemporáneo parece que han encontrado una voz más fuerte. Como en los periodos históricos que vieron nacer *El 18 Brumario de Luis Bonaparte* de Marx y la idea de “escultura social” de Joseph Beuys, la hora está lista para la clase de innovación artística y crítica que pueda inmediatamente cristalizar y romper con el orden establecido de las cosas. A pesar de que algunos críticos de arte socialmente comprometido casi no lo han tomado en cuenta, esto es exactamente lo que ha sucedido recientemente en el campo del arte contemporáneo.

Considere la idea de Brugera de “arte útil” a la luz de la discusión sobre arte negocio. Como experimento cambiante en el que ella y otros artistas voluntarios fundaron un centro para las artes y los derechos civiles, el Partido del Pueblo Migrante de Bruguera no solamente ha protestado contra el statu quo; también ha logrado concebir la idea de arte colaborativo como un proyecto a largo plazo con una visión social expansiva. Junto con otras actividades prácticas, ha ayudado a inmigrantes a regularizar su estancia legal, dado a conocer a la opinión pública de los Estados Unidos el tema de los nuevos inmigrantes, encontrado regularmente con políticos locales, ayudado a los inmigrantes a construir una noción de comunidad a lo largo del país -y, no menos importante, ha proporcionado a los artistas un amplio sentido de propósito ético-.

Al asegurar poder institucional del mundo del arte (el centro fue financiado por Creative Time por cierto tiempo y hoy en día el Queens Museum continúa ese apoyo), Bruguera y sus socios han logrado imbuir estética crítica con una misión ética, así como articular una respuesta inspirada a la mercantilización en curso del arte. En lugar de utilizar al arte como una herramienta al servicio de los negocios, el Partido del Pueblo Migrante ha hecho que el negocio del arte, sirva.

Uno de los muchos ejemplos de artistas que se desplazan hacia "inserciones" directas, en aquello que el artista brasileño Cildo Meireles habría llamado "circuitos ideológicos", esta y otras intervenciones, tan de moda, del mundo del arte real, también añaden valor a la movilización del poder político y financiero real. Usando las palabras de Bruguera, dichos experimentos ya no definen al arte como un "espacio para señalar problemas, sino el lugar desde el cual se crean las propuestas y la implementación de posibles soluciones".

Esa es, en efecto, una forma de considerar a Dorchester Projects, de Theaster Gates, un proyecto de artistas que se esfuerza en rehabilitar construcciones en el área de South Side en Chicago, y que comenzó en 2007. Este proyecto se ha transformado rápidamente en un programa de desarrollo de USD \$20 millones. Es un proyecto artístico que crece, y que incluye transformar un banco abandonado en centro cultural, crear un colectivo de vivienda para artistas, y un "Arts Incubator" (Incubadora de Artes), nuevo de cerca de 1,800 m². Los esfuerzos de Gates están encaminados hacia un esquema

general de revitalización para la ciudad de Chicago. En un sitio para la cultura donde antes existía una Walgreen's tapiado, el esfuerzo más reciente de Gates -desarrollado en conjunto con la Universidad de Chicago- constituye un poderoso argumento para sacar provecho de las condiciones del mercado, así como de las prestaciones para vivienda que se ofrecen a nivel privado, municipal, y federal -por no hablar de la culpabilidad del mundo del arte en encuentros con carga racial- para salir bien librado en el típico cálculo capitalista de riesgo y beneficio.

"Tengo la ambición, como muchos otros, de ver este barrio vivo", declaró Gates al Chicago Tribune en la inauguración en marzo del proyecto de inversión conjunta "Arts Incubator" (constituye sólo una parte de la asociación creciente entre Gates y la universidad llamado "Arts and Public Life Initiative"). "¿Pero qué es lo que la gente del barrio quiere para este edificio? ¿Cómo quiere que se sienta? Lo que quiero hacer es enfocarme en hacer que este espacio sea lo más accesible posible a todo el mundo, hacer que este edificio actúe como un catalizador creativo, un hogar para las cosas que sucedan adentro, y que las cosas irradian desde dentro".

El éxito de los proyectos de Gates, incluso cuando carecen de declaraciones de impacto -que en verdad resultarían efectivas, identificarían audiencias, cuantificarían el número de personas beneficiadas, proporcionarían una demografía precisa, justificarían programas en relación con la creación de riqueza, etc.- hace que ciertas conclusiones aparezcan muy claras. A saber, que

los esfuerzos de este artista y aquellos asociados con él representan un cambio en el paradigma para un mundo del arte acostumbrado a ver al dinero primordialmente como una marca de valor financiero y (ahora) simbólico. Su ejemplo puede ser emulado -en mayor o menor grado, o incluso no del todo- por otros artistas a través del país, y permanece como una gran innovación. Como capitalista keynesiano con misión redistributiva, Gates nos ha enseñado a utilizar -con reverencia al crítico de la cultura Shannon Jackson- al dinero como material.

De la misma manera tenemos el que es sin duda el esquema de arte negocio orientado a servicios más antiguo y desarrollado del país, Project Row Houses de Rick Lowe. Fundado en 1993 por Lowe y otros seis artistas en un esfuerzo para hacer algo que no fuese sólo simbólico, sino que tuviese "una aplicación práctica", Project Row Houses ha tenido un impacto real en su comunidad, en Third Ward, en Houston, y constituye un ejemplo claro del potencial transformador del arte para artistas con visión de futuro alrededor del mundo. Al momento de su fundación hace dos décadas, Project Row Houses comprendía veintidós casas que abarcaban cuadra y media. Hoy en día, ocupa seis cuadras que albergan 40 propiedades, incluyendo espacios de exposición y residencias para artistas, oficinas administrativas, una galería comunitaria, un parque, espacios habitacionales y comerciales de renta moderada, y casas que brindan techo y apoyo a madres solteras que buscan salir adelante.

Desarrollado en gran parte de manera opuesta al mundo del arte comercial,

Project Row Houses sin embargo participa no sólo de los ámbitos con fines de lucro, sino también de otras esferas de negocios mucho más amplias y poderosas (entre ellas, arquitectura, urbanismo, desarrollo de bienes raíces y banca) -hecho que lo distingue, así como a otros proyectos similares, de experiencias previas de práctica social. Oficialmente una corporación de desarrollo comunitario con presupuesto de un millón de dólares anuales, Project Row Houses no sólo ha sido pionero en rehabilitación urbana a través de las artes en este país, también ha contribuido a incubar nuevos negocios en un barrio que necesita con urgencia la estabilidad y el tejido social que éstos proveen.

El mundo del arte comercial vive un auge tal, que en palabras del bloguero Felix Salmonde Reuters, "ha dejado de ser fuente de fascinación y números alocaos, para empezar a ser fuente de disgusto absoluto"; pero un puñado de artistas ha volteado en el camino la famosa frase de Andy Warhol sobre el arte negocio. En el preciso instante en que el arte negocio refleja a la perfección los valores del 1%, artistas como Lowe, Gates y Bruguera han aprendido a usar el arte negocio para sostener una serie de valores opuestos: pensamiento crítico, utilidad social y cultural, y una expansión de las posibilidades del arte en relación con la vida real, y un humanismo profundamente adaptativo.

Si eso no es regresar el urinario de Duchamp al baño -así como proveer el mejor ejemplo en el arte de lo que es una vuelta dialéctica genuina en esta era embrutecida por el dinero- entonces no sé qué es.