

El papel de los mediadores en el conocimiento, valoración y difusión del arte nuevo

Paco Lara-Barranco

Departamento de Pintura. Universidad de Sevilla

Yolanda Spínola Elías

Departamento de Dibujo. Universidad de Sevilla

INTRODUCCIÓN

Siendo la pluralidad de comportamientos artísticos lo que mejor define la actitud del artista posmoderno en nuestra sociedad actual, no ha de extrañar que los objetos producidos tengan, igualmente, esta característica. Por este paralelismo el pandemónium de resultados que describe la arena artística hoy es ciertamente abrumador: desde lo referido al procedimiento de la pintura, hasta los métodos que precisan de las nuevas tecnologías (imagen digital, videoarte, arte en la red), pasando antes por las incursiones que requieren del cuerpo como la herramienta esencial para abordar una idea (performance, cualquier manifestación vinculada al body art). Nuestro argumento no defiende “lo nuevo” por el hecho de ser nuevo, o haber sido producido con medios tecnológicos, aunque sí considera que para llegar a una valoración tanto racional como emocional del hecho artístico es preciso reconocer (como paso previo a la apreciación del objeto de arte), el contexto específico que ha conformado (y modelado) la actitud creativa del autor. Por “contexto” se ha de entender lo referido a lo personal, familiar, cultural, político, económico, histórico y geográfico –esencialmente: una circunstancia que incluso es aplicable al artista considerado como genio (Picasso, Goya, Mozart, Beethoven,...), al no escapar de tales influencias. Esta multiplicidad de resultados enriquece nuestro patrimonio cultural. Un concepto, el de “patrimonio”, que no ha de ser entendido como aquello que hace referencia sólo al capital en bienes físicos, tampoco será sinónimo de lo antiguo, lo caduco, lo ya pasado,... y menos aún ha de vincularse de forma exclusiva a lo que interesa a “una clase dominante”. De ahí que, si hablamos de patrimonio cultural hemos de referirnos a TODO legado, a toda

producción humana cuyo alcance termina en lo realizado “ayer”, pues “hoy” ya forma parte de una herencia que podrá llegar a ser patrimonio “mañana”, aunque en muchas ocasiones (a decir de las características que describen a lo producido) se requiere de una continuada promoción y difusión del hecho al que estemos refiriéndonos, para hacerlo visible ante la mirada del gran público. Nuestra tesis centra su argumento en lo siguiente: cualquier proceso creativo fortalece el tejido cultural existente y es por ello que precisa de su difusión. Dos razones pretenden justificar lo anterior. Una: el acto creativo sólo se completa cuando se pone en contacto con el espectador; evitando así (el propio autor) caer en un proceso de producción endogámico, pues salva a su obra de ser interpretada únicamente por sus más cercanos acólitos. Dos: la difusión pone en valor al objeto de arte (esto hace que forme parte del patrimonio cultural global); la obra puede adquirir significancia y ser sublimada por el receptor en función del impacto que ésta produzca en la generación que le ve nacer, e incluso en otras futuras si llegara a trascender en el tiempo.

En base a lo anterior, nuestro trabajo plantea, en el primer apartado de los resultados, la necesidad de considerar al hecho artístico (a la creación artística) como un “misterio”: se pretende introducir al lector en un contexto que persigue una aclaración de por qué el artista moderno y posmoderno se afana, de forma continuada, en la búsqueda de la innovación estilística; en el segundo apartado, abordamos el papel de los mediadores del arte contemporáneo (institución pública y privada, galería de arte, crítica especializada) y su efecto en la apreciación de lo nuevo; el mediador no sólo puede influir en la actividad creativa-investigadora del autor (cuando éste constata que su obra no es apreciada),... también logra incidir de forma sustancial (por su influjo en la valoración y difusión del objeto de arte) en el conocimiento que del artista y su obra llega a tener la sociedad de su tiempo.

OBJETIVO Y MÉTODO

El objetivo de nuestra investigación busca contribuir a la apreciación del objeto de arte nuevo, en el marco de una sociedad posmoderna. Hemos utilizado, como método de trabajo el análisis de textos que abordan al objeto de estudio.

RESULTADOS

1.1 El arcano de la creación

¿Dónde radica el problema de la credibilidad en el arte nuevo? Tratemos de abordar esta pregunta con algunos ejemplos del período moderno y posmoderno, que exponen el modo de producir el según la época. Con anterioridad a la Modernidad (el período moderno, discurre entre 1880 y 1960 aproximadamente), el objeto de arte había de aunar “trabajo técnico” más “decisión del autor”. Uno de los ejemplos que no plantea discusión por su belleza es *La Piedad* (1498-1499), de **Miguel Ángel** (1475-1564): producida con una destreza técnica de máxima excelencia, nos muestra unos cuerpos armónicamente idealizados que logran conmover al espectador en su lado más emocional y espiritual. Sea éste conocedor o no del CONTENIDO que plantea el conjunto: idealiza el dolor, la tortura y la muerte (FOTO 1).



FOTO 1. Fuente: <http://prsperso.wordpress.com/2010/12/11/las-10-mejores-esculturas-de-la-historia-ii/>
Miguel Ángel, *La Piedad* (1498-1499). Mármol 174 x 195 cm

Sin embargo, ¿cómo identificarse con una obra cuando la destreza técnica no está al servicio del logro de la mimesis? **Clement Greenberg** (1909-1994), crítico de arte, en un debate público con **Thierry de Duve** (1944-), profesor de arte moderno y contemporáneo, celebrado el 30 de marzo de 1987 en la Universidad de Ottawa,

defendía, entre otros, a **Gustave Courbet** (1819-1877) porque su pintura ensaya en “los límites” del realismo; a **Édouard Manet** (1832-1883) a por considerarle el “primer revolucionario”; a **Pablo Picasso** (1881-1973), **Georges Braque** (1882-1963) y **Fernand Léger** (1881-1955) por haber sido innovadores cuando intentan “salvar una convención, el principio de la luz y la sombra oscura, [terminando] en lo que se ha dado en llamar la pintura plana”, y de **Marcel Duchamp** (1887-1968) sentenció: “La idea en el arte comienza con Duchamp” con la irrupción del primer *ready-made* (*Rueda de bicicleta sobre taburete*, 1913) en la escena artística – Greenberg en de Duve (2005). ¿Dónde está la innovación de los *ready-mades*, extensamente analizados? (FOTO 2). En un cambio de paradigma a la hora de abordar la producción del objeto: la obra surge con la designación del autor, la teoría que la sustenta cobra más relevancia que el hecho de haber sido construida con “otras manos”. Además, “es como es” por otra decisión, relacionada con el gusto estético del artista. De los posibles: “Gusto malo, bueno, e indiferente”, fue la “indiferencia visual” lo que había de primar para llevar a cabo la elección de los *ready-mades*: “La idea era encontrar un objeto que no tuviera en absoluto atracción desde un ángulo estético” –como sostiene Duchamp cuando es citado por Tompkins (1996).



FOTO 2. Fuente: http://www.udc.es/tempo/cuestiones20/docs_dada01.html
Marcel Duchamp, *Rueda de bicicleta sobre taburete* (1913)

Cuando se basa la investigación artística en la idea, no es necesario que la obra demuestre que ha habido un trabajo técnico/manual ejemplar. Algunos ejemplos citamos a continuación. El arte conceptual de los 60, del pasado siglo, no sólo rechazó la construcción del objeto único, también demostró que la obra de arte puede ser invisible y por lo tanto no palpable. Paradigmas radicales y pioneros de lo indicado lo constituyen, entre otras, la declaración de **Douglas Huebler** (1924-1997): “El mundo está lleno de objetos, más o menos interesantes: No deseo añadir ninguno más” –Huebler (1969),... un dibujo que no dibuja (*Sin título*, 1969) es un ejemplo de ello (FOTO 3), al igual que *Serie de Gas Inerte* (1969), de **Robert Barry** (1936-), cuando éste expande gas en lugares específicos para después fotografiar el gas (FOTO 4).

ESTA SUPERFICIE CONSTITUYE UN DIBUJO QUE SERÁ COMPLETADO
DESPUES DE QUE EL RECEPTOR HAYA:

MIRADO A LA MISMA
RESPIRADO HACIA LA MISMA
LEIDO ESTAS PALABRAS
OLVIDADO ESTAS PALABRAS.

Douglas Huebler, Sin título (1969)

FOTO 3. Fuente: Propiedad del artista. Colección Gian Enzo Sperone, Turin.
*Douglas Huebler, Sin título (1969). El texto, originariamente en inglés,
ha sido traducido por Paco Lara-Barranco*



FOTO 4. Fuente: Propiedad del artista. Colección FER Laupheim, Alemania.
*Robert Barry, Serie de Gas inerte: Krypton (1969). Desde un volumen
medido hasta una expansión indefinida. 3 de marzo de 1969 en Beverly Hills,
California, un litro de Krypton fue devuelto a la atmósfera). Documentación:
tres fotografías color y un texto mecanografiado. 30 x 40 cm.*

Y si a lo anterior sumamos que una propuesta pueda ser conformada con materiales de ninguna o muy poca tradición estética la identificación con lo nuevo no parece sencillo de aprehender. Algo así sucede con *My bed* (1998) de **Tracey Emin** (1963-), constituida por una cama deshecha con las sábanas sucias, bragas ensangrentadas, colillas, preservativos y otros objetos (FOTO 5) con los que su autora habla, en un lenguaje familiar de elementos cotidianos, de conflictos personales desatados en un espacio privado y son expuestos en un entorno público. El problema de la identificación con lo nuevo se radicaliza cuando se tiende a deslegitimar su contenido, a decir por la representación que adopta su envoltura: ¿Es eso arte? ¿Qué hace que lo sea si *cualquiera* podría hacerlo? Interrogantes que enlazan con el problema de los límites de *lo que puede o no ser arte* y, al mismo tiempo, con lo que estamos dispuestos a apreciar como “obra de arte”.



FOTO 5. Fuente: <http://www.saatchi-gallery.co.uk/imgs/artists/emin-tracey/> Tracey Emin, *My bed* (1998). Cama deshecha con las sábanas sucias, bragas ensangrentadas, colillas, preservativos y otros objetos.

1.2 El papel del mediador (en la apreciación del arte nuevo)

Llegar a intervenir, de un modo eficaz y continuado, por parte de los mediadores culturales¹ implicados en el desarrollo y la difusión

¹ La designación “mediador cultural” no se limita sólo a quien gestiona grandes recursos económicos. Si bien la gestión desde un museo nacional o fundación privada (director y su equipo) puede tener un gran alcance mediático en la sociedad, la mediación cultural se refiere al papel ejercido desde los sectores

de lo artístico en el ámbito social, requiere de políticas culturales con objetivos consensuados y planificados a corto, medio y largo plazo: dado que en la valoración del hecho artístico, y de sus resultados, el papel ejercido por los agentes implicados con su mediación llega a ser crucial (no sólo pone en valor lo producido, también influye en las capas sociales si no lo promociona y no lo hace visible). Así en la mediación (cuyo fin último debiera facilitar el significado del objeto de arte), todos los agentes implicados suman: el papel de los gestores culturales vinculados al funcionamiento de la institución, tanto pública como privada; la galería de arte por su capacidad para promover la difusión de la obra de arte al tiempo que desarrollar el coleccionismo; y la crítica especializada cuyo papel ha de reforzar esa contextualización del hecho artístico al que antes nos referíamos con los medios de comunicación disponibles (impresos, Internet).

Las formas que adopta el arte se relacionan con la forma de pensamiento del autor. Reflejan su contexto personal y pueden suponer una respuesta crítica al paisaje cultural, social y político de un momento temporal específico. **Arthur C. Danto** (1924-), crítico de arte y profesor de filosofía, ha analizado las profundas diferencias en los modos de producir del arte según las épocas moderna, posmoderna y contemporánea. Tratar de entender el período moderno (Courbet, Manet, Picasso, Braque, Léger, Duchamp,...) precisa acceder a los principios esenciales que lo argumentan: rechazo de los cánones establecidos y perpetuados durante siglos, “pérdida de fe” en el “gran relato” y el tema del arte es el propio arte; lo posmoderno proclama la inexistencia de unidad estilística, sin “dirección histórica” –C. Danto (2010), impone lo híbrido, lo ecléctico, al tiempo que diluye el concepto de “estilo” con características cerradas (Huebler, Barry, Emin,...); y lo contemporáneo es descrito como “un período de información desordenada, una condición perfecta de entropía estética, equiparable a un período de una casi perfecta libertad. Todo está permitido” –C. Danto, (2010). En líneas generales, acceder al

implicados en la difusión y entendimiento del objeto de arte: se extiende a la galería de arte privada, la crítica especializada, los medios de comunicación y al ámbito del coleccionismo. Todos contribuyen a relacionar lo producido con el receptor, siempre y cuando la actitud (de cada uno de los sectores) busque dar sentido a lo observado.

significado de lo nuevo precisa conectar con “el espíritu en el cual fue creado ese arte” –terminando con C. Danto (2010), o como defiende **John Berger** (1926-), crítico de arte, escritor y pintor: juzgar una obra de arte implica situarse “a la luz de sus propios objetivos” –Berger (2008).

Con la irrupción de la IDEA en el proceso de producción del objeto se han “borrado los límites entre las disciplinas” –Breuvar (2003), y tal circunstancia ha implicado, más que el fin del arte o la desaparición de lo que es arte, una confirmación hacia el argumento de que aún es posible avanzar: las nuevas formas de arte, si bien encarnan misterio en su significado, nos permiten acercarnos al entendimiento del mundo que rodea al ser humano. Ese misterio, inherente a la creación artística, para **Stefan Zweig** (1881-1942), escritor austríaco, se sitúa en lo arcano, en el plano de lo sagrado. Por este motivo, razón y emoción no logran acceder a una comprensión TOTAL de la obra de arte: “Toda nuestra fantasía y toda nuestra lógica no pueden facilitarnos sino una idea insuficiente del origen de una obra de arte. [...] La creación artística es un acto sobrenatural en una espera espiritual que se sustrae a toda observación” –Zweig (2010).

Son inevitables algunas preguntas a raíz de lo anterior: ¿Puede la mediación cultural, privada y pública, estar ajena al misterio que atañe al arte nuevo? ¿Cuál ha de ser el papel de los mediadores para comprometer su gestión en relacionar las intenciones pluralistas por las que discurre el arte contemporáneo con la sociedad civil? ¿Cómo se puede apreciar una propuesta artística que puede parecerse a cualquier cosa (unas veces cargada de “trabajo+decisión”, otras “sólo decisión”)? ¿Qué es, en definitiva, lo que se ha de valorar y difundir?

Responder a estas preguntas en profundidad requiere una extensión que supera la del presente formato. Es una evidencia que la producción artística depende, en gran medida, de los mecanismos por los que se articula el mercado del arte internacional, nacional, autonómico y local. Así el influjo ejercido desde la galería de arte (mediador privado), unido al que produce el entramado que se articula en torno a ella (crítica, medios de comunicación, coleccionismo) en el conocimiento, valoración y difusión del

arte nuevo son innegables. **Leo Castelli** (1907-1999), uno de los promotores del arte contemporáneo más influyentes de todos los tiempos, argumenta lo anterior del siguiente modo:

La galería ciertamente juega un papel importante. Pero al mismo tiempo hay un consenso extraño que también ocurre. Digamos que expongo a Jasper [Johns] la primera vez cuando es totalmente desconocido, pero al mismo tiempo hay dos o tres personas que se fijan en él, críticos como Bob Rosenblum o coleccionistas como los Tremaines. Si ellos están con mi galería o con otra pequeña galería desconocida, ellos influirán en el desarrollo. La influencia será mayor, por supuesto, en una galería que cuide de ellos. Pero la galería solamente da el primer paso –inmediatamente después se desarrolla un consenso alrededor de cualquier artista que es verdaderamente importante.
–Castelli (1995).

Esta declaración destaca la importancia de promover la comunicación de los resultados que han sido generados por una actividad investigadora: de no hacerlo resultarían irrelevantes desde el punto de vista social, también como intercambio comercial. Lo cual sugiere, al mismo tiempo interrogantes del tipo: ¿Cómo tener “presencia” (la obra del artista) a nivel nacional, no digamos internacional, si no existe una plataforma que permita promocionar lo autonómico y lo local? ¿No es ésta, en parte, una tarea conjunta a llevar a cabo desde la coordinación de los agentes implicados en el desarrollo del tejido cultural? Poca es la influencia en el ámbito social de las macro-muestras, realizadas sólo para cubrir un centenario o evento similar, donde la descomunal inversión institucional sólo persigue una justificación en términos cuantitativos de “número de visitantes” obviando la “concienciación social” por el arte de nuestro tiempo.

En cierto sentido, la valoración y difusión de lo nuevo está íntimamente ligada al nivel de conocimiento-y/o-des-conocimiento de las claves de contenido (que argumentan una obra integrada en la HISTORIA del arte, moderno, posmoderno y contemporáneo,

y forma parte de nuestro patrimonio cultural). Por ello, entre las funciones del mediador, prima la de facilitar el conocimiento del CONTENIDO a fin de: eliminar las lagunas de comunicación (espectador-obra) y poner en valor la FUNCIÓN de lo nuevo en un marco social. Este desafío implica salir de los programas y políticas culturales ensimismadas en los objetivos que impiden la difusión de lo nuevo por el hecho de ser nuevo. Promoviendo la imaginación creativa, con modificaciones constantes en las políticas culturales de los complejos institucionales del sistema del arte (galería, crítica, museos e instituciones), “tarde o temprano [se asumen los contenidos del] fin del arte, y el arte de después del fin del arte. El artista, la galería, las prácticas de la historia del arte, y la estética filosófica en tanto disciplina, deben, en su conjunto, en uno u otro sentido, ofrecer un camino y ser diferentes, quizá muy diferentes de lo que han sido desde hace mucho tiempo” –C. Danto (2010). Fundamentalmente porque el arte contemporáneo no ha de ser entendido como una actividad para “los entendidos” que asisten a los grandes eventos internacionales: su repercusión ha de ser social, colectiva; aunque demande una predisposición individual, precisa de los mediadores culturales un compromiso cuyo fin último sea promover la apreciación de lo que es excepcional (lo raro) para que esto se convierta en una situación de tradición familiar (pueda adquirir sentido en la vida del espectador).

CONCLUSIONES

El papel de los mediadores culturales (institución pública y privada, galería de arte, crítica especializada) contribuye de un modo decisivo a la apreciación, valoración y difusión del arte nuevo. Si la producción del artista arranca de lo arcano se requiere (para cualquier mediador) de un esfuerzo de empatía, racional y emocional, cuando lo que se persigue es: promover el acceso al significado de la obra de arte nueva y disponerlo a la sociedad civil. Para llevar a cabo el anterior cometido, la visión del mediador cultural debiera ir en paralelo a los avatares de la creación artística. Más que juzgar el aspecto externo del objeto (bello, o particularmente feo), tendría que vislumbrar el alcance de su contenido (esté producido con “trabajo+decisión” o “sólo con decisión”). Es ahí, en el significante del contenido (ligado a lo arcano), donde radica la esencia de la creación artística.

AGRADECIMIENTOS

Nuestro agradecimiento a Nick Stomply por sus contribuciones en la traducción del resumen a la versión inglesa. Este trabajo se inscribe en el desarrollo de un proyecto de I+D+I del Ministerio de Ciencia e Innovación (MICINN) titulado: “El papel del medialab en la cultura digital: nuevos espacios de creación colaborativa interdisciplinar en el sistema ACTS (arte, ciencia, tecnología, sociedad)” [Referencia: HAR2009-14667/ARTE].

BIBLIOGRAFÍA

- BERGER, J. *Mirar*. Barcelona: Gustavo Gili, 2008. 188 p. ISBN 978-84-252-1856-9.
- BREUVART, V. (ed.). *Vitamin P. New Perspectives in Painting*. Londres: Phaidon Press, 2003. 352 p. ISBN 0-7148-4246-X.
- C. DANTO, A. *Después del fin del arte. El arte contemporáneo y el linde la historia*. Madrid: Espasa Libros, S.L.U., 2010. 314 p. ISBN 978-84-493-2349-2.
- CASTELLI, L. En: GABLIK, S. *Conversations before the end of time*. New York: Thames and Hudson, 1995. 447 p. ISBN 0-500-01673-9.
- DE DUVE, T. *Clement Greenberg entre líneas*. Madrid: Acto ediciones, 2005. 160 p. ISBN 978-84-609-8052-0.
- DUCHAMP, M. *On Indifferent Taste*. [En línea] Reproducción de video. Disponible en Internet: http://www.youtube.com/watch?v=ZUYovIM8WQ_c&feature=PlayList&p=0D15258C09515EE4&playnext=1&index=3 [Consulta: 13.11.2009].
- HUEBLER, D. En: SIEGELAUB, S (ed.). *January 5-31, 1969*. Nueva York: Seth Siegelau, 1969. 24 p. [Catálogo de exposición].
- TOMPKINS, C. *Duchamp. A Biography*. Nueva York: Henry Holt, 1996. 550 p. ISBN 978-08-05008-23-4.
- ZWEIG, S. *El misterio de la creación artística*. Madrid: Ediciones Sequitur, 2010. 80 p. ISBN 978-84-95363-75-6