

PLUSVALÍA Y GÉNERO ARTÍSTICO

NILO CASARES

ANTES de comenzar quisiera realizar dos avisos que, en realidad, son un ruego y un anuncio: Primero, al estar habituado a dirigirme a auditorios que siguen con puntualidad benedictina el desarrollo del arte contemporáneo, agradecería que se me advirtiera cuando haga una referencia a la actualidad que resulte desconocida; con todo, evitaré este tipo de referencias concretas y trataré de hablar de las tendencias, más que de sus militantes. Y segundo, lo que sigue es un intento, todavía por refinar, de probar que los performers –término mejicano que traduce el inglés *performers*–, y sus acólitos desde las nuevas producciones artísticas, siguen estrategias que deberían ser interpretadas como mecanismos para la obtención de ingresos próximos a la industria del espectáculo –y no me estoy refiriendo a la industria de la cultura, o a la cultura como industria, sino al espectáculo, como el “de variettes”, y su industria–.

Al grano, pero antes relataré los antecedentes de lo que voy a decir.

Terminaba la década de los ochenta, cuando mi mujer y yo cenábamos con una amiga común que residía en Londres; esta amiga, que había sido mi compañera de estudios, conservaba unas inquietudes por el arte circunscritas al puro análisis estético, fuera de su encadenamiento en el tiempo –justo lo contrario de lo que esta institución prima: la catalogación y filiación de las obras y sus artífices, asunto que sigue sin interesarme–. Como no podía ser menos, el tema de conversación de la cena pronto derivó hacia la actualidad artística británica, en un momento especialmente interesante, a raíz de la reflexión iniciada por un grupo de críticos de arte londinenses que aparecían desconcertados por la recaída de un premio, de gran prestigio en aquel país, sobre una obra que recogía a un tiburón en una pecera llena de formol: por descontado, el tiburón era tan real como el formol y el vidrio de la pecera. Aquello, al margen de los juicios estéticos y artísticos que les mereciese el suceso, les llevaba a meditar sobre el mercado del arte. Sostenían, aquellos críticos de arte, que obras de este tipo sólo podían ser ofrecidas en alquiler –no recuerdo el argumento empleado, pero desde luego les resultaba imposible ver a un coleccionista cambiándole el formol o dando de comer a aquel tiburón en su pecera–. En

cualquier caso, comenzaban a vislumbrar, aunque fuera del tiesto, uno de los asuntos que está cobrando mayor actualidad: la imposibilidad de vender ciertas obras, no porque no resulten vendibles –aunque también–, sino porque los artistas no encuentran el medio para hacerlo sin perjudicar a la difusión de sus obras.

Trataré de explicar esto último pero, antes, hagamos un recorrido –que ni trata de ser exhaustivo ni intenta ser el más correcto sino, más bien, una aproximación pseudoempírica– a los gastos que todo artista realiza, más o menos.

Antes quiero señalar que la lista de gastos que indico quise corroborarla entre los artistas que conozco pero, a mi encuesta, no respondió ninguno; así que, sin poder concretar a cuánto asciende, paso a relatar una serie de apartados que trataban de precisar los gastos corrientes, así como los ingresos de los artistas:

- gastos en materiales de producción
- alquiler de espacio para la producción
- gastos de mantenimiento del taller (agua, luz, ...)
- gastos de difusión (recordatorios, cartelería, publicidad postal u otros)
- gastos de transporte de la obra
- estimación de gasto por unidad producida
- tiempo dedicado a la producción de una unidad
- ingresos por la venta de una unidad
- ingresos por derechos de reproducción
- ingresos por bolos (conferencias, invitación a talleres, lecturas, otros)
- ingresos por premios
- estimación de ingresos por unidad producida

Por qué realizaba yo estas preguntas y se las dirigía a los artistas, pues tras comprobar que el estado actual del arte venía constreñido por algunos pormayores, que paso a enumerar.

Penuria general del mercado. Lo cierto es que no sólo el artístico, pero sí especialmente éste; ante una crisis económica, de lo primero que se prescinde es de los gastos suntuarios. Asimismo, parece confirmarse la general dedicación de los ciudadanos al cultivo de la salud de su utilitario –y empleo la palabra utilitario en el doble sentido que recoge su uso sustantivo para de-

signar al coche, y su uso adjetivo para referir todo ese universo del que la socialización predica su utilidad—.

Estrechez del circuito privado. Entiéndase por circuito privado, el formado tanto por las galerías comerciales como por las cooperativas o sociedades de artistas. Las primeras son estrechas por sus estrictos criterios comerciales a la hora de incorporar artistas a sus cuadradas, cuestión que les lleva a reaccionar con suma lentitud a los cambios de tendencias que acompañan a las nuevas generaciones; normalmente, se llega a la galería privada tras demasiados años de ejercicio del arte. Respecto de las iniciativas que nacen de los propios artistas —tanto espacios expositivos cuanto talleres compartidos—, su estrechez viene determinada por su rareza —son contados los espacios de este tipo en toda la península— menos que por su épica, exige tanta actividad al artista —que debe convertirse en su marchante, su galerista, y otros oficios— que pocos tienen la energía necesaria, y no digo ganas sino que me ciño a la energía que requiere tal pluriempleo.

La lejanía del circuito institucional de élite, el circuito de los museos —más o menos prestigiados—. Pues bien, si para ingresar en el circuito comercial, el artista tiene que estar cansado por el tiempo de espera y reducido por el ayuno económico que acompaña a esta espera; para entrar en el circuito de los museos debe esperar y ayunar doblemente, bien es cierto que uno ingresa en los museos, normalmente, tras el éxito comercial. El museo vendría a ser como la oficina de registro de patentes en la que se consolida la trayectoria de un autor —su marca—, siempre tras la consolidación de su obra como valor de cambio; si esto sucede, se le bendice, al artista, con la beatizadora (¿existe esta palabra?) exposición en el museo. Por descontado, existen distintos museos, unos más reconocidos que otros, de la misma manera que existen distintas salas, en el mismo museo, que cumplen funciones de distinto nivel, en su confirmación del prestigio de un artista.

La pobreza de los circuitos públicos de iniciación al grado de artista. Aquí estoy pensando en las casas de cultura, los concursos, las becas y los distintos convenios para la promoción del arte joven. Bueno, este circuito, de enorme valor para los artistas, pues les posibilita su sobrevivencia tanto como su promoción en los inicios de su carrera, es tan reducido, y los premios a los que pueden aspirar tan miserables, que apenas les ayuda en su manutención. Aunque sí les permite ir catalogando, muy modestamente, su trabajo; un asunto, el de la catalogación, de importancia vital para el artista, pues le permite difundir su obra fuera de los asistentes a la exposición, normalmente cuatro que se coleccionan, con esfuerzo, entre los familiares y amigos.

Una novedad nefasta que se añade a la grisalla anterior: el encarecimiento de los procesos de producción artística a los que les ha conducido nuestro clima de época, un ambiente que ha dado en primar, sobre todo otro tipo de manifestación plástica, la instalación y la intervención *site specific* (en notación sajona que quiere decir *ad hoc*), géneros que redundan en unos costos disparados. Recordemos ahora la lista de gastos y posibles ingresos y trasladémosla al caso de realizar una instalación o una intervención *ad hoc*, veremos incrementarse los gastos y desaparecer la posibilidad de ingresos. Así es imposible ser artista, debe corregirse esta disfunción, porque mientras todos los miembros

de la comunidad artística se están lucrando —bien por el disfrute de las obras (el espectador), bien por su explotación publicitaria o comercial (la institución que inserta su logotipo o cede un espacio que saldrá en prensa)— al artista se le niega el pago de una cantidad compensatoria de sus esfuerzos y dispendios.

Finalmente, y aquí sí que quisiera insistir como determinante de la solución a todo lo anterior, el surgimiento del arte digital —también conocido como ciberarte o arte multimedia, esta última expresión completamente desafortunada ya que no nos sitúa ante su novedad— que conjuga dos premisas fundamentales: el ser y darse de manera multimedia —si se prefiere interdisciplinar o, de manera más apropiada a la actualidad, transdisciplinar, pero también lo podríamos entender desde las aspiraciones seculares al arte total que estarían recogidas, v. gr., en la ópera— y la interactividad, es decir, la posibilidad real y física de participación del espectador, que deja de ser receptor para constituirse en una especie de actor. Estas dos características, cuando se dan a la vez —no como ocurre con la ópera, donde se da la aspiración al arte total, desde la confluencia de todas las artes, pero que sólo posibilita al espectador su participación en el objeto estético, pero nunca en el artístico, que es lo que impone la interactividad digital—, pues bien cuando ambas se dan a la vez, nos conducen a una concepción de las artes plásticas como patas de la mesa en la que se desarrolla el *show-bizz*. Y éste, el *show-bizz*, se sitúa en el lado más puro del espectáculo, es decir, aquello cuya representación exige el pago en taquilla. Algo que en las galerías comerciales no ocurre, las obras están ahí, permanecen, mientras son expuestas, tanto si son vistas como si no, sin el pago de una entrada; en el *show-bizz*, la obra no existe, no puede ser presenciada o manipulada o lo que se quiera, si antes no se satisface el peaje. Y aquí está el meollo, en el “previo pago” que constituye el ser de estas nuevas obras.

Un ejemplo más que indicativo, el 16-10-96 se vendió, en subasta, la primera obra de arte digital, pero se vendió de una manera rara y aclaradora; no se vendía la obra, sino que se vendía la contraseña sin la que esta obra resultaba invisible. Es cierto que la obra había estado expuesta en la FIAC pero también es cierto que yo he visitado la URL (dirección electrónica) en que se muestra y no puedes ver nada más que un cuadrado negro que tapa el ochenta por ciento de la imagen. Su autor, Fred Forest, además de un artista de larga carrera, es un destacado estudioso de los nuevos territorios del arte, una tarea que desarrolla con el aval del reconocido crítico de arte Pierre Restany, padrino del *nouveau réalisme* —una anticipación francesa al que luego sería movimiento pop—. Pero volvamos al asunto.

El arte digital supone la irrupción total en el mundo del *show-bizz*, una decisión que puede salvar al obsoleto género —para mí teatral pero para sus miembros, plástico— de la *performance* de la desidia en la que se encuentra, a la vez que es la razón, y tal vez su satisfacción, de la nueva fuerza que está cobrando el movimiento performer, y especialmente aquí en Valencia. Los performers siempre habían utilizado la premisa de la interactividad en su trabajo y también lo habían hecho desde la perspectiva real, es decir, de la contribución del espectador a la construcción del objeto artístico; igualmente, siempre habían trabajado desde el

principio de búsqueda de un arte total, al no imponerse límites en los materiales de trabajo ni cerrarse en los géneros artísticos utilizados. Todo esto lo venían haciendo con mayor pena que gloria, pero ahora, con la irrupción del arte digital –al que han contribuido en gran medida los iniciadores del *accionismo vienés*, quienes, antes de la acuñación del término ya trabajaban por la superación de los límites corporales tanto como en la extensión de estos límites a partir de cualquier progreso tecnológico–. Una confluencia que les ha dado el grado de anticipadores de las estrategias comerciales que deben seguir los artistas digitales o multimedia. Unas estrategias que han conducido, dentro de esa lógica de *show-bizz*, al alquiler de sus obras, primero porque la complejidad de sus piezas hace inviable su venta, pero también porque su intención como la del teatro, es la de mayor presencia pública, un asunto que

no se lograría con la venta –como en el caso de Fred Forest, que continúa con los patrones del arte privado para el salón burgués–, y que sí posibilita su alquiler a cualquier tipo de instituciones, siempre que éstas les garanticen una mínima presencia de público, normalmente de acceso libre. Creo que por ahí van los tiros en la actual escena artística, hacia ese secular impulso por la fusión e indefinición de las artes desde unos patrones próximos a los del *show-bizz* como única salida comercial a un arte de extraña presencia objetual –física–, al que sólo le resta la salida del alquiler de las obras para su mejor difusión pública. Porque comprar una intervención *ad hoc* no es algo que me resulte plausible más que en la mente de un enfermo que no comprende el objeto de la instalación –o de una *performance* normal– y espera que su propiedad le conduzca a la invocación del alma del autor: vamos, un enfermo.