Griselda Barale y María Gallo (comps.)

Conceptos para pensar el arte contemporáneo

A L E G O R Í A A P A R A T O A R C H I V O A
R T E S A N Í A B L O Q U E D E S E N S A C I
Ó N B O R D E R L I N E A R T C A M P O E X P
A N D I D O C O N C E P T O C O N T E M P O
R Á N E O C U R A D U R Í A C U R A D O R C U
R A D U R Í A I N V E R T I D A E S T É T I C A
R E L A C I O N A L G I R O H E R M E N É U T
I C O G I R O L I N G Ü Í S T I C O I M A G E N
I N S T A L A C I Ó N I N T E L I G I B I L I D A
D I N T E R P R E T A C I Ó N J U E G O S D E
L L E N G U A J E M E T Á F O R A M O D A M
U E R T E D E L A R T E M U S E O N A C H L
E B E N O B J E T U A L I D A D C O N C E P T
U A L P R O S U M I D O R R A Z Ó N S I G N I
F I C A D O S Í M B O L O T R A D U C C I Ó N

Centro Interdisciplinario de Estudios Sociales, Culturales y Filosóficos
Facultad de Filosofía y Letras
Universidad Nacional de Tucumán

Conceptos para pensar el arte contemporáneo

Griselda Barale
María Gallo

(Compiladoras)

EDITORIAL Humanitas

Centro Interdisciplinario de Estudios Sociales, Culturales y Filosóficos
Facultad de Filosofía y Letras
Universidad Nacional de Tucumán
Proyecto PIUNT H 645

Conceptos para pensar el arte contemporáneo / Griselda Barale ... [et al.]; compilado por Griselda Barale; María Gallo Ugarte. 1ª ed. San Miguel de Tucumán: Universidad Nacional de Tucumán. Facultad de Filosofía y Letras, 2018.

236 p.; 21 x 15 cm.

ISBN 978-987-754-140-3

1. Arte Contemporáneo. 2. Antropología. 3. Filosofía del Lenguaje. I. Barale, Griselad II. Barale, Griselda, comp. III. Gallo Ugarte, María, comp.

CDD 709

© 2018

Editorial Humanitas
Facultad de Filosofía y Letras - Universidad Nacional de Tucumán
Av. Benjamín Aráoz 800 - 4000 - S. M. de Tucumán

Centro Interdisciplinario de Estudios Sociales, Culturales y Filosóficos
Proyecto PIUNT H 645

ISBN 978-987-754-140-3

Diseño de cubierta: Ignacio Fernández del Amo

Impreso en Argentina

Imagen ... 117
Natalia Gil
Instalación ... 129
Ana Claudia García
Inteligibilidad ... 133
María Gallo Ugarte
Interpretación ... 137
Andrés Stisman
Juegos de lenguaje ... 141
Griselda Barale
Metáfora ... 149
Ingrid Placereano
Moda ... 155
Alejandra Mizrahi
Muerte del arte ... 161
Juan Pablo Risco
Museo ... 173
Ignacio Fernández del Amo
Nachleben ... 181
Hernán Ulm
Objetualidad conceptual ... 187
Ana Claudia García
Prosumidor ... 191
José Guzzi
Razón ... 197
Susana Maidana
Significado ... 205
María Mercedes Risco
Símbolo ... 215
María Marta Luján
Traducción ... 223
Griselda Barale
Currículos de los autores ... 231

MUSEO

Ignacio Fernández del Amo

Me parece útil estructurar esta breve entrada sobre el papel que puede desempeñar el museo en el mundo del arte contemporáneo a partir la teoría de los campos de Bourdieu. El sociólogo francés propuso que, para estudiar al artista y su obra, convenía situarlos a ambos dentro del sistema de relaciones que establecen agentes sociales diversos (marchantes, críticos, museos, curadores y público, entre otros), porque este determina las condiciones específicas de producción y circulación de las obras. Este entramado constituye el campo del arte.

Lo que da forma y determina el funcionamiento interno de los campos es la existencia de un capital común y la lucha por su apropiación. Cuando Bourdieu habla de capital se refiere al monetario, pero también al prestigio y a la serie de conocimientos, habilidades, creencias, etc., que se han ido acumulando a lo largo del tiempo y respecto de los cuales se definen dos posiciones: la de aquellos que poseen el capital y la de quienes aspiran a poseerlo. Los primeros ocupan las posiciones centrales del campo y tienden a adoptar estrategias de conservación y ortodoxia, mientras que quienes ocupan las posiciones periféricas suelen apostar por estrategias de subversión. Aunque la intención de los segundos es asaltar el poder, para entrar en el campo necesitan conocer las reglas del juego, ya que si las rompen desde el comienzo corren el riesgo de ser expulsados[1].

[1] Para un acercamiento más extenso a la teoría de los campos puede consultarse, del libro *Sociología y cultura* de Pierre Bourdieu (1990), la introducción de Néstor García Canclini, o el capítulo "Algunas propiedades de los campos" (pp. 135-141).

Los museos son, por antigüedad y por su naturaleza institucional, unos de los que cuentan con mayor prestigio (uno de los tipos de capital a los que aspira cualquier miembro del campo), y por ello ocupan un espacio central deseado por los demás agentes. Todo ello a pesar de vivir en una permanente crisis de identidad y de ser continuamente denostados por su dificultad para adaptarse a los tiempos. Lo que no está tan claro es su rol dentro del campo, precisamente por esa crisis de identidad que sufren desde, al menos, los primeros años del siglo XX. De acuerdo con la percepción de la sociedad bien podrían mantener su identidad original, como conservadores y exhibidores de la memoria material del mundo. En un interesante artículo, María Bolaños (2003) analiza la génesis intelectual del museo público, haciendo especial hincapié en los museos de arte. Entre los fundamentos sobre los que se asienta la idea del museo moderno, la autora destaca el espíritu revolucionario de la Ilustración, que en una campaña de cuestionamiento sistemático del pasado, consiguió acabar con los atavismos y entronizar el método científico como base para analizar toda la actividad humana. Además, los ilustrados le transfirieron su obsesión por la educación como base para la urgente renovación del hombre y la sociedad. El segundo fundamento es el descubrimiento, en el siglo XIX (ya en tiempos del Romanticismo), del sentimiento, la intuición y el cultivo del placer estético (y con él el desarrollo de las teorías del gusto, la historia del arte, la estética y la crítica artística). Y, por último, se refiere a la demanda por parte de un grupo de intelectuales, desde mediados del siglo XVIII, que reclamaba el acceso público a las colecciones privadas –especialmente las reales–, ya que entendían que la nación tenía derecho a conocer el patrimonio artístico de los reyes. Este último reclamo desembocó en la creación del Museo del Louvre en 1793, una vez expropiados los bienes de la Corona al comienzo de la Revolución Francesa. Estos dos últimos puntos son de gran importancia para entender ciertas

prácticas actuales, pues la idea de museo se confunde literalmente con la idea misma de exposición; lo que se pedía en las postrimerías del siglo XVIII es que el público viera los tesoros recién nacionalizados. Relojes, pinturas, joyas, insectos, todo se sometió al discurso de la contemplación, facultad a la que se otorgó un papel privilegiado en el proceso del conocimiento y como fuente de placer (Bolaños, 2003, pp. 91-92). Los otros fundamentos: el imperio de la ciencia de corte positivista y la misión educadora, siguen igualmente vigentes en buena medida, no solo en el imaginario colectivo sino también en el de los profesionales de museos.

Si no hiciéramos caso a los prejuicios del público y sí a los intereses de los demás integrantes del campo artístico, el museo que tendríamos sería muy similar a lo que, de hecho, podemos encontrar hoy. En el contexto del tardocapitalismo actual, el campo del arte está inmerso en la lógica de la mercantilización y englobado dentro de la más amplia cultura del ocio y del consumo. En este panorama, los museos han asumido, sin quejarse, el rol de legitimadores de artistas, actuando como una suerte de galerías sin ánimo de lucro, pero con mucho prestigio para compartir. Dentro de sus paredes hacen sus carreras artistas, marchantes, críticos y curadores que despliegan todos sus recursos retóricos para alcanzar las posiciones centrales del campo. Así, lo más frecuente cuando se entra en un museo de arte contemporáneo es encontrarse con una o varias exposiciones monográficas de artistas donde la sucesión de obras (identificadas con discretas tarjetas nomencladoras que informan del título, el año de producción, las medidas y la técnica) solo se ve precedida por un texto que, de manera hermética, da cuenta de lo que se está por ver. Datos del producto y un texto más evocador que informativo son dos máximas que los publicistas deben cumplir para dejar satisfecha a la empresa que los contrate. A partir de ahí, es responsabilidad del espectador entrar con los recursos culturales suficientes

para establecer conexiones con otros artistas o períodos y así entablar un diálogo fructífero con las obras de arte expuestas.

Pero un mundo distinto es posible: es posible hacer que los museos de arte contemporáneo apuesten por una identidad que los diferencie de las galerías de arte, ferias, bienales y otros agentes de exhibición del arte. Esta identidad pasaría por adoptar los criterios de la museología social e incorporar ciertos recursos interpretativos frecuentes en los museos históricos, arqueológicos, antropológicos o de ciencia y técnica. Porque de lo que se habla constantemente en los foros museológicos es de que la razón de ser de los museos es el servicio a la comunidad. Esta orientación no implica que los museos abandonen el campo del arte, que atenten contra la complejidad semántica de las obras o impidan el goce estético. Tampoco pueden ignorar las ambiciones y carreras profesionales de los demás agentes, porque si los museos están al servicio de la sociedad, todos estos agentes también son parte de ella; ni se puede obviar que los museos provinciales o municipales son, muchas veces, el único espacio de exposición de los artistas locales. Pero esta circunstancia no puede llevarlos a renunciar a tareas que son inherentes a su naturaleza, como la adquisición, documentación, conservación, investigación y comunicación de los bienes culturales que conforman sus colecciones. Ni es justo obligarlos a ser agentes funcionales a las maniobras económicas y de legitimación que les dicten. Los museos pueden actuar como tales sin dejar de ser centros de arte.

Para conciliar todos estos aspectos, el museo debe exigir que se le permita representar el papel que le corresponde, y que no es otro que el de servir a la comunidad. Lejos ya de los tiempos en que se limitaba a conservar y exhibir la memoria del mundo de acuerdo a los parámetros positivistas con los que funcionó hasta la década de 1970, los museos de arte deben asumir la tarea de reflexionar sobre el presente desde la problematización crítica del pasado de la forma más democrática posi-

ble, no solo invitando al resto de agentes, sino a toda la sociedad. Pero para que esta última acepte la invitación es necesario que todos los demás se comprometan a interactuar con ella abandonando sus códigos elitistas. Una de las proclamas más célebres del Mayo francés fue: "¡Bajemos a la Gioconda al metro!", pero resultó que quienes protagonizaron aquella revolución lo hicieron porque ocupaban entonces las posiciones periféricas del campo cultural, y al alcanzar las posiciones hegemónicas sustituyeron los criterios positivistas por unos nuevos, los posmodernos, igualmente inaccesibles para la mayoría. Si se diera la palabra a la comunidad, quizás gritaría: "Bajemos a Theodor Adorno de las paredes del museo", y no porque no sea recomendable que críticos, curadores y artistas lo lean, sino porque las paredes de las salas no son el lugar para hacer alardes de erudición.

Podría rebatirse mi proposición argumentando que, si los artistas tienen libertad para expresarse de la manera que quieran, los demás agentes –críticos y curadores– también deberían poder hacerlo. Está bien, pero en ese caso deberíamos colocar un cartel en la entrada a los museos que advierta: "Está usted a punto de entrar en el campo de batalla del cerrado mundo del arte. Por favor, guarde silencio". Como señala García Canclini: "¿Es el destino del campo del arte ensimismarse en el reiterado deseo de perforar sus fronteras y desembocar en simples transgresiones de segundo grado que no cambian nada? Ni llevando el mundo al museo, ni saliendo del museo, ni vaciando el museo y la obra, ni desmaterializándola, ni omitiendo el nombre del autor, ni blasfemando y provocando la censura puede superarse el malestar que provoca esta oscilación entre querer la autonomía y no poder trascenderla" (García Canclini, 2010, p. 17).

Por tanto, los responsables de los museos deben acometer una reflexión ética que cuestione su complicidad con las dinámicas mercantilistas, sin que ello signifique volver a retraerse en sus funciones científicas

y educativas (al menos las encaminadas a acercar a las masas los conocimientos producidos por la alta cultura porque esta es, igualmente, funcional al sistema). A cambio, deberían considerar redefinirse como espacios de reflexión democrática y usar sus colecciones como disparadores de debates en torno a temas relevantes para la sociedad. Este es el camino que transita, por ejemplo, el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía de Madrid, que en su misión declara:

> Trabajamos en la creación de un archivo de lo común […]. [Este] entraña la ruptura con la noción del museo como propietario único de una colección patrimonial, sustituyéndola por la de custodio de bienes que nos pertenecen a todos, y favorece la creación de un saber compartido. La fabricación de la memoria es social, se configura a partir de la experiencia de recordar juntos. Un período de amnesia general como el nuestro, que parece haber sustituido a una época en la que la historia era omnipresente (la de los delirios nacionales e imperiales), necesita más que nunca del recuerdo productivo. Es importante que estas historias se multipliquen y circulen lo máximo posible. Si el sistema económico de nuestra sociedad se basa en la escasez, lo que permite que los objetos de arte alcancen unos valores desorbitados, el archivo de lo común se asienta en el exceso, en una ordenación que escapa al criterio contable. En este caso, el que recibe las historias es sin duda más rico, pero el que las cede (narra) no es más pobre[2].

Para terminar, citaré tres ejemplos. El primero es la exposición: *Principio Potosí. ¿Cómo podemos cantar el canto del Señor en tierra ajena?*, que se celebró en el Museo Reina Sofía en 2010, y más tarde viajó a Berlín y a La Paz. Su propuesta era repensar el origen y la expansión de la modernidad a partir de un diálogo entre la pintura colonial barroca de conventos,

[2] http://www.museoreinasofia.es/museo/mision

iglesias y museos de Bolivia y España, y obras realizadas *ex profeso* por diversos artistas internacionales[3]. El segundo es del mismo museo: con la exposición *Ficciones y territorios. Arte para pensar la nueva razón del mundo,* cumplen el doble objetivo de presentar en sociedad sus últimas adquisiciones y, al mismo tiempo, invitar a reflexionar sobre los **diversos modos de cuestionamiento, resistencia y antagonismo** que propone medio centenar de artistas para combatir los efectos del neoliberalismo. Para ello, la exposición se organiza en torno a distintas líneas argumentales como la enunciación de la crisis del Estado nación, la utilización del cuerpo como territorio, la documentación de la ciudad como lugar de habitación y especulación, o la revisión de los lenguajes de la modernidad y sus vinculaciones con los procesos coloniales[4]. El último es más cercano. Se trata de la exposición itinerante *Congreso de Tucumán. 200 años de arte argentino.* Este es otro buen ejemplo del tipo de muestras que podrían producir los museos, no solo porque abandona el relato cronológico para dar cabida a las recontextualizaciones, sino porque permite el diálogo entre las obras de la colección de un museo y las de artistas invitados[5].

3 http://www.museoreinasofia.es/exposiciones/principio-potosi-como-podemos-cantar-canto-senor-tierra-ajena La imagen que ilustra esta entrada corresponde a la instalación de María Galindo para esta exposición.

4 http://www.museoreinasofia.es/exposiciones/ficciones-territorios

5 http://congresodetucuman.cultura.gob.ar/la-exposicion/

Bibliografía

Bolaños Atienza, María (2003). "Ideales ilustrados, prácticas burguesas: la génesis intelectual del museo público". *Mus-A,* 2, pp. 88-92. Recuperado de http://www.juntadeandalucia.es/cultura/museos/media/docs/PORTAL_musa_n2.pdf

Bourdieu, Pierre (1990). *Sociología y cultura.* México D.F.: Grijalbo.

García Canclini, Néstor (2010). *La sociedad sin relato. Antropología y estética de la inminencia.* Buenos Aires: Katz.