

El arte de la falacia

Héctor Antón

Incubadora ediciones

¿Por qué Warhol supera en vigencia a Beuys? ¿Por qué las dos caras de una moneda, ilustran el proceso de intercambio escenificado por esencia y apariencia? *Auto Verde en llamas I* (1963) es la pieza de Warhol por la que más se ha pagado hasta el presente: 71,17 millones de dólares en 2007. Solo que trayectoria artística y vida, estrellato y ocaso se convierten en un enigma para el consumo. Beuys personifica un emblema del arte comprometido, institucional, anti-comercial. Aunque las buenas como las malas ideas se cotizan mejor o peor en la mente de quienes reproducen a los mitos rentables.

Andy nunca se casó ni tuvo hijos. Tampoco le interesó adoptar criaturas abandonadas, ante las cuales quitarse el disfraz atrincherado en un *iceberg pop*. Por algo no se registraron pleitos legales por atrapar una tajada de su herencia. El Warhol retratista de banqueros, marchantes, políticos, estrellas cinematográficas fijó su meta en invertir las ganancias para su legado. Tenía presente una obsesión que

inquietaba a Marcel Duchamp: “Mi obra será comprendida dentro de cien años”. El novelista Milan Kundera le dio la razón: “La inmortalidad es el juicio eterno”. Ambos lo van consiguiendo. La aspiración recorre el camino trazado. La posteridad deberá estar saturada de roedores

Beuys realizó acciones que lo hicieron famoso: en Aquisgrán transformó la agresión de un alumno-espectador en acontecimiento profético/religioso; intervino en el réquiem para un ratón domesticado que acababa de morir, titulado *Unidad de aislamiento*, junto al *performer* norteamericano Terry Fox en 1970; le explicó el significado de sus dibujos a una liebre muerta que arrulló en brazos. Simuló hablar con abejas y ciervos. Pero sus extravagancias propiciaban efectos de choque anti-glamurosos, líricos, grotescos.

¿Por qué se negó a ver la ciudad que le arrebató la hegemonía del arte moderno a París? En 1974 J.B viajó a Nueva York en una camilla de enfermo con el rostro tapado con una capucha negra, para ir en una ambulancia directo a la René Block *Gallery* donde realizó la acción del coyote. Al concluir el motivo de su visita, se marchó repitiendo la solución de la llegada. J.B se limitó a teatralizar una pose inconcebible para cualquier mortal

“Pienso que una liebre puede conseguir mayores logros para el desarrollo político del mundo que un ser humano. Me gustaría elevar el *status* de los animales al de los humanos”. (Joseph Beuys).

El impacto de las actitudes de Beuys no estaba diseñado para acaparar cintillos de la prensa amarilla. Era un dramatismo conceptual inepto para consumirse en la farándula del arte contemporáneo atestada de *dandys*. Hasta sus excentricidades performáticas contienen un trasfondo agónico, las cuales sugieren un exorcismo para desintoxicarse.

La esencia del proyecto sociopolítico beuysiano nada tiene que ver con esa mezcla de superficialidad, egoísmo y especulación financiera latentes en el mundillo artístico. Trabajar con los medios del arte y no para los medios publicitarios fue una postura que J.B sostuvo. Solo esta concesión le garantizaría una resurrección massmediática.

En el vórtice de su poética cuestionadora, Beuys intenta fulminar a quien impone una tutela con la rémora de su silencio: “Duchamp no es digno de atención ni de crítica. Hay que tomarlo tal cual es, como

objeto de arte que tiene su sitio en el museo. Mis obras, por el contrario, son herramientas que propician el debate y la discusión". El concepto ampliado del arte como perenne motivo de discusión soslaya la visión duchampiana del acto creador. Aquí el artista va desde la intención hasta la realización, a través de una cadena de reacciones subjetivas. Para Duchamp, existe un vacío debido a esa relación aritmética entre lo pensado pero no expresado y lo expresado involuntariamente.

Beuys niega a Marcel Duchamp sin mencionar a Picasso, antagonista simbólico. Igual a Warhol, el gurú que perteneció a las juventudes hitlerianas "admite sin declarar" que el creador de *El Gran Vidrio* representa al artista anti-burgués por excelencia. El "todos podemos usar un urinario" que emana de *Fuente* (1917) de Marcel, encuentra su traducción en el "todos podemos ser artistas", *statement* que Joseph pide prestado al pintor y grabador Alberto Durero (1471-1528), compatriota asentado en los museos.

Algo menos falso y más irónico propone Warhol: "Todos podemos tomar Coca-Cola. Desde una prostituta hasta el presidente de los Estados Unidos". Una frase que se pega como el estribillo de una

canción popular para gente hipnotizada con el truco de la igualdad. Lo obvio dicho con *swing* deja de ser obvio para gente con buen oído.

Al fustigar la sobrevaloración del silencio duchampiano, Beuys dejó escapar la peste del ego teutónico. Un desahogo ideal para exhibir esa soberbia que Marcel humilde en apariencia impugnaba como el vicio fatal de los artistas. En cambio, Warhol mantiene la serenidad. Reconoce que lo marcaron Duchamp, Greta Garbo, las películas clase B. Al compás que descarta poses radicales, logra epatar con la frivolidad de un sarcasmo: “Comprar es más americano que pensar y yo soy el colmo de lo americano”. De su relación con Pablo Picasso, Andy solo recuerda a “Paloma”, nombre de la esposa.

Para muchos observadores, la tríada Duchamp-Warhol-Beuys es el eje alrededor del cual gira casi todo el arte contemporáneo facturado en las últimas décadas. Sin embargo, el retiro voluntario de Duchamp como máximo responsable de la revuelta artística del siglo XX no interesa a quienes sitúan el chisme como mercancía por encima del rumor como idea. Una razón de peso para que el artista empresario prevalezca sobre el artista etnógrafo como especulación. Hay mentiras en el mercado como en el arte.

La importancia de artistas como Martha Rosler, Krzysztof Wodiczko o Guerilla Girls en la historia del arte conceptual, no es decisiva para quienes se refugian en la banalidad de un axioma de Gastón Bachelard: “Las imágenes son más fuertes que las ideas mismas”. Incluso, muchos artistas la apropian con la esperanza de avanzar, trascender.

Ya son una minoría quienes sienten nostalgia por conceptualistas a lo Hans Haacke, Daniel Buren, Chris Burden. Un puñado de artistas empeñados en procesar ideas, sin replegarse a la opción de vender. Cualquier productor visual añora y hasta puede vivir del engranaje artístico-comercial. Incluso, en países tercermundistas con una precaria dinámica de mercado estatal o alternativa, suele aparecer un coleccionista o un comprador de una institución cultural A, B o C dispuesto a llevarse algo. Puede que sea otro estafador que desaparezca, pero al menos ilusiona a unos o varios principiantes.’

Se ha vuelto una costumbre santificar a Warhol en menosprecio de Beuys. Lo cierto es que Andy Warhol está más vivo que nunca. Basta mirar revistas de arte influyentes del *mainstream* para comprobar la desvalorización sufrida por el legado mitopoético de Joseph Beuys. La

prédica romántica del compromiso ético pierde fuerza, debido a su inutilidad en el contexto del producto global. El aura fría de Andy como emblema *pop* suplanta a la calidez como residuo antropológico que proviene de los materiales y herramientas que Joseph manipulaba en sus intervenciones públicas.

Damien Hirst constituye un híbrido estratégico de la trilogía Duchamp-Warhol-Beuys. Si algunos consideran que Beuys es la esencia dura y Warhol la apariencia-suave, Damien procura ser beuysiano en apariencia y warholiano en esencia. Es decir, fundir los opuestos cómplices y diluirlos en un arquetipo moldeable a los tiempos que corren. Con sus ventas astronómicas de animales embalsamados mediante la complicidad del recipiente escultórico y la ciencia, Hirst simboliza al anti-romántico convencido de que el arte trata acerca del dinero y que éste es una cosa importante para la vida.

En una reflexión sobre el romance entre arte y dinero, el crítico y curador Massimiliano Gioni declaró: “No importa si el artista coquetea con el dinero o si se prostituye, porque el buen arte tiene el poder de llevarnos a otro lugar, en el mismo instante en que se sumerge en el presente”. El asunto reside en que las series de esculturas,

instalaciones y pinturas de Hirst descienden a la profunda inmediatez de un proceso que el historiador del arte Michael Baxandall describe como que las obras de arte son depósitos de la experiencia social, y como tales “fósiles de nuestra vida económica”.

La trayectoria del *ex-young british art* se lee como una novela por entregas. Damien Hirst es el crédito que aparece junto a una vitrina llena de formol con un tiburón muerto dentro. *La imposibilidad física de la muerte en la mente de alguien vivo* (1991) es el sugerente título de la pieza clave de quien fue descubierto en el momento adecuado por el magnate de la publicidad y coleccionista Charles Saatchi. Una perspicacia que sirvió de oportuno intercambio legitimador entre el sujeto que firma la obra y el marchante que la elige y potencia valiéndose de su caudal mediático.

Hirst conquistó tal posicionamiento económico en el transcurso de los años noventa que le permitió recomprar las obras vendidas a su descubridor. El litigio estalló en el 2001 debido a la forma en que eran exhibidas en la galería londinense de Saatchi. Según un cable de prensa reproducido por un diario madrileño: “El artista quería que sus vitrinas-celdas con fragmentos y cuerpos de animales disecados se

mostrasen en espacios enormes y que no estuvieran junto a piezas de otros escultores”.

Damien cristalizó el sueño de todo productor: “recuperar sin tocar” el fetiche-testimonio de su lucha por adquirir notoriedad y, por supuesto, se ofreció un banquete de vanidad desafiando a Charles Saatchi, ese señor que solo reconoce el arte con su cartera. Por otro parte, resultó alentador ver cómo surgió alguien capaz de retar al exterminador de voces críticas autorizadas, al que tantos escaladores del *mainstream* añoran deslumbrar.

En torno a la única pieza que no pudo arrebatarse a su antiguo promotor, Hirst ha expresado: “Creo que el tiburón representa aquella vieja idea victoriana sobre atraer tú al mundo en lugar de que tú vayas hacia él”. Dicho argumento posee una convincente sencillez filosófica. ¿Quién no se encantaría de la agresiva belleza de un tiburón tigre que ya no ofrece peligro? ¿Acaso no bastan los 12 millones de dólares ofrecidos por el coleccionista Steve Cohen (propietario de SAC Capital Advisors en Greenwich, Connecticut) para su restauración cuando fue subastado por el mismo Saatchi en el 2004?

Entre lo frívolo y lo antropológico, éste artista empresario obsesionado con la muerte encarna una ilusión de la multitud: admirar la distracción de un mortal que alcanza cuanto se propone sin derrochar un esfuerzo físico e intelectual. Un *fans* diría que dormir a pierna suelta en un limbo escatológico, implica el preludeo a la metamorfosis donde las costillas de una oveja amanecen transformadas en un fajo de billetes gordos.

El consumo de la visualidad truculenta a gran escala permite que una propuesta como la de Hirst acapare la atención del público y la crítica siendo el artista vivo más poderoso del mundo y, a la vez, personificar esa noción contemporánea de “eternidad imputrefacta” donde subastas y ferias juegan un rol determinante. De esta manera, cuanto sucede en torno a él se convierte en noticia. En una ocasión, la empleada de limpieza de una galería barrió una instalación de Hirst creyendo que eran desechos del *vernissage* inaugural. Este pasaje fue reportado al día siguiente por la BBC de Londres.

Otra vez regresó la máxima que, en su momento, se tomó como otro guiño sensacionalista: “El mal no existe; el bien está donde dice la prensa”. El incidente Hirst del arte barrido como desechos comestibles

fue la comidilla un tiempo suficiente, gracias a lo que dijo “El médium de los medios”. ¿Quién habló?, la marca Warhol.

Por aquella misma fecha, el artista Michael Landy concibió el proyecto *Art Bin (Cubo de basura del arte)*. La ocurrencia consistió en instalar un depósito transparente en la *South London Gallery* transformada en un basurero del arte. Para ello, se convocó a renombrados y desconocidos artistas con el fin de donar obras suyas que consideraban fallidas. Por lo que esculturas de Tracey Emin, lienzos de Gary Hume o un autorretrato del legendario Peter Blake se acumularon para ir a parar a un vertedero municipal.

Un donante que no podía faltar al *show* de Landy era Damien Hirst, quien entregó dos pinturas de cráneos ejecutadas por sus asistentes en materia pictórica. Como se percibe, hay un estrecho vínculo entre la basura y éste destructor de jerarquías estéticas que le aseguró a una periodista mientras arrojaban las donaciones al vertedero: “Pero nada es suficientemente bueno como para que no tenga cabida allí”.

Contra la persistencia del artificio, el arte se funde con la vida de un modo casi brutal. El temor al fracaso y la quimera de pisar la alfombra

roja encandila a los imaginarios críticos más lúcidos del nuevo milenio. Tal vez sin pretenderlo a conciencia, Duchamp instauró el gesto de provocar como la solución para la ansiada comunión entre el arte y el mercado. Nadie imagina cuántos impostores provenientes de todos los confines del planeta, se aprovechan de su travesura-comodín que borró los límites entre el arte y el no-arte, para brindarle a la producción visual un aire capaz de trocarse en asfixia.

Beuys mostró las grietas de una posguerra fragmentada en tradiciones empeñadas en separar el arte y la vida, desde posiciones ancladas en un marasmo institucional. Qué significan las implicaciones humanistas de la plástica social, ante la indiferencia de quienes subestiman como auténticos valores económicos la fórmula donde “CAPITAL” no es dinero sino un producto de la capacidad del hombre, sustentada por Joseph Beuys.

Entre los misterios de Warhol está la causa de su muerte en 1987, motivada por una operación de vesícula. Así los cazadores de ganchos periodísticos se encargaron de matizar el hecho consumado: “¿Tendría SIDA? ¿Habría sido un descuido fortuito del New York Hospital?”. Luego se comentó que pudo ser un asesinato por temor a una *boutade* que

invalidara los precios que había alcanzado su obra. Al final, el camaleón de las quinientas pelucas y una mirada retorna como la pesadilla del sueño que se afanó en construir. La construcción del mito creció a expensas una muerte anticipada. Ni ese ingrediente le faltó para transformarse en una leyenda revertida en lección útil.

El fallecimiento de Beuys ocurrido un año antes que el de Andy debido a un paro cardíaco, tampoco evitó levantar una polvareda mediática. La noticia se ahogó junto a las tres pequeñas jarras de bronce con sus cenizas arrojadas al Mar del Norte por un grupo de discípulos. Un ritual para guardar en la memoria silente del tiempo. El sepelio, visto como una acción plástica, se antojaba un acto de última voluntad performática.

El arte como una experiencia traducida en falacia se resuelve en una fórmula que incluye materia y espíritu, precio y valor, cifras y metáforas. Por distintos caminos, Beuys y Warhol perpetúan el aura de su leyenda a expensas del arte como redención espiritual o próspero negocio.

Más allá de incidencias comerciales, son posturas que ilustran una creencia duchampiana: “El propio artista tiene que ser una obra de arte”. Andy reconfiguró éste dictamen para marcar el culto a la personalidad como regla de oro que imperaba en *The Factory*: “Nosotros somos obras de arte en carne y hueso”. Era un sátrapa de terciopelo.

Warhol y Beuys gozan de presencia tanto en las páginas de *Art News* como en las academias de arte contemporáneo. Allí donde los extremos se tocan sin hacerse daño.

“La obra vale un montón de dinero”. (Damien Hirst).

Damien Hirst actúa como un intermediario de sí mismo. No asume el impulso vital que le pudiera otorgar legitimidad a la supuesta veracidad de sus mentiras. Éste gestor de ventas y su *Big Factory*, tan cotizado como vapuleado por la crítica, marca un distanciamiento efectista imposible de compararse a la espectacularidad visceral de Marina Abramovic, Orlan, Stelarc. D.H disfruta que un Premio Nobel de Literatura como Mario Vargas Llosa escriba sobre él, aunque poco le importe su opinión.

La oferta visual de Hirst satisface una demanda real de una supuesta estabilidad. Aquí la obra es el medio y la carrera su finalidad. Esto es invariable. Y cuando decimos “obra”, la categoría deriva en objetos para llenar espacios. “Ser millonario es tener un espacio, un gran espacio vacío”, dedujo Warhol. Poseía talento para dictarle expresiones sonoras a su grabadora Sony. “Es mi novia, nunca se separa de mí”, bromeaba Andy con amaneramiento.

Sin llegar a ser un *neopop* al estilo de su antecesor Jeff Koons, Damien cumplió la quimera warholiana de transformarse en artista de los negocios. No es casual que muchos distingan en Hirst “no a un genio del arte, sino del *marketing*”. Su cráneo de platino incrustado con diamantes fue vendido a un grupo inversionista en 75 millones de euros. Alegoría de “la suerte”, para quienes deliran con amasar fortunas.

¿Pudiera flotar en la mente de alguien vivo, la esperanza de igualar o superar una negociación donde la palabra Arte sucumbe?