

De las relaciones entre arte y política en el mundo de la comercialización de los bienes artísticos

Síntesis analítica del Decimocuarto Congreso Internacional De Arte En El Caribe.
arte, coleccionismo y mercado

Kenneth Moreno May¹

Quisiera iniciar recordando una historia que tal vez todos conocemos. La pertinencia de la misma quedará clara al final de mi exposición:

En su libro "La República", Platón sostiene que los gobernantes de la república ideal deberían pertenecer a una especie de élite filosófica. La razón de esto para el filósofo es que sólo el filósofo tiene o ha tenido la capacidad anamnésica de despertar y acceder a la verdad. El filósofo es aquel que tiene la capacidad o habilidad de "verlo todo". El privilegio de la verdad en Platón, no hay que olvidar, está unido al carácter mismo de la enseñanza de esta verdad: con independencia de cómo se accede a ella. La verdad no se vende, no se puede comercializar. Verdad y mercado son excluyentes. El filósofo no es un comerciante, su verdad no puede estar ligada al mundo de los sentidos, la virtud no se puede enseñar, no se puede vender (como pretendían los sofistas).

Dejando a un lado por ahora esta historia, quisiera dividir esta síntesis en dos partes. Desde mi perspectiva, las reflexiones que se han planteado en este congreso se pueden ordenar en dos enfoques que son intrínsecamente complementarios.

Las relaciones entre mercado, arte y comunidad.

Las relaciones entre mercado, coleccionismo y política.

Trataremos por separado estas dos temáticas, aunque se debe entender la separación como puramente analítica, pues como ya he mencionado, su sentido no se puede separar.

Mercado, arte y comunidad

La presentación de Alexandra Gelis nos sumergió en la discusión sobre el concepto mismo de mercado, y en la capacidad del artista de auto financiamiento y autogestión más allá de los límites de las transacciones económicas tradicionales. Alexandra, con una experiencia en procesos de migración y de resistencia, nos mostró la manera como nuevas formas de mercado se establecen a partir de relaciones de cuidado interpersonales que abogan por una economía centrada en las formas de vida y el cuidado de las mismas, donde las estrategias interpersonales y las acciones basadas en una ética interpersonal (en una ética de la comunidad) pueden sustituir las relaciones abstractas del mercado formal.

Julia Buenaventura por su parte exploró de una manera más reflexiva y conceptual las relaciones entre arte y dinero, entre arte y poder económico, entre arte y deseo. La pregunta orientadora de su reflexión es la pregunta sobre qué le da valor a la obra de arte. Pregunta que se confronta y entra en conflicto con la dinámica de la relación entre dinero y valor. Desde su perspectiva, se define una relación entre arte y dinero, ya que ambos lenguajes, el lenguaje del dinero (de la economía) y el lenguaje del arte (del valor de la obra de arte) comparten sintaxis y estructura. Ambos están intrínsecamente relacionados con el deseo y el poder. Una relación que se encuentra traspasada por la abstracción y la especulación. El hecho que la obra de arte sea un bien integral ligado al artista, de tal manera que comprar una obra de arte es entrar en el mercado de las obras del propio artista, evidencia el hecho que el capitalismo aísla el precio del producto

¹Filósofo, Director del Departamento de Investigaciones de la Institución Universitaria Bellas Artes y Ciencias de Bolívar, CIDESBAC.

provocando una ficción de valor, pero también un retrato del poder, de la acumulación y la especulación. A partir de ahí la reflexión de Julia termina aseverando que para darle valor a una obra se necesita primero estructurar un mercado, un ecosistema de la obra y para la obra. De esta manera, lo que se hace necesario para aquellos espacios y artistas que necesitan darle valor a su obra es crear un mercado, crear una comunidad de mercado. La asimetría entre Latinoamérica y los países desarrollados radica tal vez allí, y a partir de ahí la tarea sería fortalecer los mercados del arte latinoamericanos. De todas maneras, es claro que el discurso de Julia presenta un mensaje crítico con ese poder fáctico del mercado que define de antemano una jerarquía de valores arbitraria. ¿Cómo luchar contra esta lógica que predetermina con ficciones quien tiene acceso al valor de la obra, quien lo controla y como llega a ser válido?

El discurso de Jorge Lozano, aunque comparte la visión crítica frente a las presiones que las dinámicas del capitalismo aplican sobre el mundo del arte, y sobre todo sobre el mundo del arte latinoamericano, desea presentar una visión en la que se puede ser crítico del mercado desde el interior del mercado mismo. En efecto, frente a la estructura disciplinar y abstracta del museo, que crea una marginalidad y una desmaterialización de valores, es necesario reconocer y hacer énfasis en un conjunto de prácticas comunitarias y artísticas que, a través de la convivencia, puede crear alternativas. Lo que llamaríamos "economías de la solidaridad" tienen la capacidad de crear comunidad y por ende, crear mercados alternativos a través del fortalecimiento de imaginarios y de ciudadanías alternativas.

Como ya lo hemos avizorado, todos estos discursos acogen las siguientes tesis conceptuales:

- El mercado no es una entidad independiente que define a priori y de manera inevitable las dinámicas de lo artístico.
- El mercado es la expresión de una comunidad que comparte o puede compartir intereses políticos, valores e imaginarios.
- Los artistas tienen la capacidad, a través de dinámicas colaborativas, espacios de convivencia, de solidaridad y de autonomía, de crear las realidades del mercado.
- La construcción del mercado por tanto no es ajena a la construcción de ciudadanía.
- De estas tesis se deriva otra que es precisamente el enclave de la segunda parte de nuestro texto:

- Hay un poder político que se expresa y se desarrolla en el mercado del arte.

Mercado, coleccionismo y política

El discurso de Alexandra Wolff puede servir de apertura para esta sección. La tesis principal de Alexandra aquí es que existe un mecanismo de valoración ético político en el mercado y en las colecciones. Las colecciones artísticas no son simples conjuntos de obras que definen un deseo estético, sino que se estructuran como economías de lo valioso que definen imaginarios del pasado que permiten apropiarnos de una política del deseo hacia el futuro. Así, lo que coleccionamos es lo que imaginamos y lo que imaginamos se vuelve política.

Realizando una analogía entre las colecciones y los archivos, tanto Alexandra como de José Darío Gutiérrez evidencian la manera como las colecciones están relacionadas con el discurso de lo histórico y de lo político. El archivo tiene un poder tanto constructivo como destructivo. Define un conjunto de valores que se transfiguran en modelos de memoria de lo pasado, pero al mismo tiempo, y en el mismo sentido, son mecanismos de exclusión y de control que dominan una prefiguración del futuro y se convierten por ende en instrumentos de proyectos políticos, de identidades nacionales y de la autocomprensión de las mismas comunidades.

Para finalizar quisiera hacer dos reflexiones sueltas. La primera tiene que ver con esa clásica distinción económico-política, que se la debemos a Aristóteles en sus inicios, pero que sobrevive en la economía moderna y en el marxismo: la distinción entre valor de uso y valor de cambio. Quisiera pensar que las reflexiones antes presentadas nos permiten reflexionar sobre el valor de la obra de arte más allá de esta distinción. La distinción mencionada y sus relaciones, por decirlo de alguna manera, no alcanza a capturar la complejidad de los discursos y los dispositivos que en la actualidad usamos para darle valor a la obra de arte. ¿Añadir a esta teoría del valor el llamado "valor simbólico" ayudaría a completar el sentido de éste del valor de la obra de arte? No lo creo. La teoría del valor debe complementarse con otro tipo de consideraciones que, a mi entender, irían más allá de una economía del mercado y nos sumergirán en una teoría de la percepción y de la construcción de formas comunes (comunitarias) del sentido y de la manera como esas formas comunes pueden quebrarse, por supuesto, el arte se puede vender, la verdad se

a partir de sensibilidades heterogéneas (la tesis de Ranciére).

Como segunda y última reflexión, volvamos donde comenzamos, al relato de Platón en la República, e intentemos tener una visión crítica del mismo desde el punto de vista de lo mencionado en esta síntesis.

Creo que es más que evidente que en Platón la figura del filósofo y del artista se encuentran en puntos diametralmente opuestos, pero precisamente esto es así porque se encuentran en el mismo plano. El artista también pretende tener una visión privilegiada sobre la realidad, el artista también pretende "verlo todo". Pero, Platón creía que los artistas deben ser separados de la república, porque el artista pretende tener un acceso a la verdad, pero su verdad es mentira, es una verdad basada en la representación, no en la idea. Por lo tanto, debe ser separado de la república o sometido a su poder.

¿Qué nos puede enseñar las reflexiones de nuestros ponentes sobre este tema? Creo que una de las enseñanzas fundamentales de este congreso con relación al mito de Platón es que ya no es posible sostener que el artista tiene una visión privilegiada de la verdad. El artista, el valor de su obra, es definido por una comunidad que reflexiona e imagina desde un mundo de la vida que está abierto a todos. Tal vez debemos deshacernos de la idea que la posición del artista es como la del filósofo que accede a la realidad de manera especial. Los que vemos la realidad no somos los privilegiados, somos los ciudadanos de a pie, somos todos, son aquellos que forman una comunidad y que son los que construyen el valor y el sentido de un patrimonio discursivo y estético que está conectado con nuestra vida. Es por ello que el trabajo de los artistas,

fundamentalmente, es crear una comunidad de diálogo, de resistencia y del cuidado que permita construir lo que es valioso o no.

El arte, en ese sentido, debe estar sometido a lo económico. Lo económico aquí no debe entenderse exclusivamente como la realidad fáctica del mercado, sino como ese conjunto de transacciones simbólicas y de negociaciones discursivas que se llevan a cabo en nuestra vida cotidiana. Más allá de esto, no hay arte. La tarea, de nuevo, es la construcción de este diálogo. El valor económico, social, político y estético de la obra de arte no es independiente de este diálogo donde todas las voces cuentan y ninguna es más privilegiada que otra.

Por supuesto, el arte se puede vender, la verdad se puede vender. El artista, como el sofista, necesita comer, comprar y vender, es, como mencionaba Jorge, otro capitalista más. La tarea es cómo hacer esto sin darle la espalda a las exclusiones políticas, a los proyectos nacionales y a los imaginarios colectivos que confrontan y problematizan los deseos privados. Ahora podemos ver que aquí no hay conflicto, sino que hablamos de lo mismo. Y aquello que une el interés y la necesidad comercial con la construcción de nuevos imaginarios es precisamente la comunidad y la construcción de la misma.

Esta tarea, de nuevo, va más allá de la visión del artista análogo al "filósofo con una mirada privilegiada" o el "genio". El coleccionista, el comprador, el que reflexiona sobre el arte o simplemente lo admira, el ciudadano de a pie que lo consume, todos hacen parte de esta configuración. Todos también son creadores de sentido o, si se quiere, artistas.