



MERCADO Y RESISTENCIA: ANÁLISIS DE UN GÉNERO ARTÍSTICO CONTEMPORÁNEO INAPRENSIBLE Y SU REPERCUSIÓN LOCAL EN ARGENTINA

Lucía Haydee Stubrin

lucia.stubrin@gmail.com

Universidad de Buenos Aires

Resumen:

El objetivo del trabajo será retomar la hipótesis benjaminiana de destrucción del aura en el arte tradicional, a partir de la aparición de los medios técnicos de reproducción, y enfrentarla con las manifestaciones conceptuales del siglo XX, específicamente con las instalaciones artísticas.

La particularidad de este tipo de obras reside en su naturaleza efímera e interactiva que plantea una nueva relación respecto del espectador. Son obras que no tienen una materialidad original y que tampoco son pensadas para la reproducción masiva. En este sentido se las podría considerar una excepción al mercado del arte por no tener original y, al mismo tiempo, a la teoría estética, por no poseer aura.

Ante este escenario, considero necesario, por un lado, discutir la posibilidad de pensar a la instalación como una respuesta artística superadora frente al avance de la técnica y del mercado en el arte tradicional; y, por otro lado, problematizar el rol del coleccionismo en la supervivencia de este tipo de manifestaciones efímeras en Argentina, y sus similitudes y diferencias en relación con sus inicios modernos encarnados en la figura de Eduard Fuchs.

Palabras clave: arte, mercado, aura

Abstract:

The aim of the work will resume the Benjamin's hypothesis of destruction of the aura in traditional art, from the appearance of the technical means of reproduction, and face with conceptual manifestations of the twentieth century, specifically to art installations.

The particularity of these works lies in their ephemeral and interactive nature that posed a new relationship with respect to the viewer. These works have neither an original support nor are thought for massive reproduction. In this sense, they could be considered an exception to the art market because they have no original and, at the same time, to the aesthetic theory because they have not aura.

Given this scenario, consider it necessary, first, discuss the possibility of thinking installations as an overcomes artistic response in front of the advance of technology and traditional art market; and, second, question the role of collectionism

in the survival of such ephemeral events in Argentina, and their similarities and differences in relation to its modern beginnings embodied in the figure of Eduard Fuchs.

Keywords: art, market, aura

La obra de arte tradicional: avance técnico y pérdida de aura

Una de los núcleos problemáticos planteados en este artículo refiere a la relación entre el mercado y las instalaciones. Las preguntas y las hipótesis suscitadas en dicho marco se valen de la idea de *aura*, elaborada por Walter Benjamin en su ensayo *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica* (1936). El concepto de aura se define como “la manifestación irrepetible de una lejanía (por más cercana que pueda ella estar)”¹, y tiene que ver con el valor ritual, cultural de la obra de arte formulado en categorías de percepción espacio-temporal. Así, el aura traduce el concepto de inaccesibilidad del arte.

El filósofo Jaques Aumont explica que lo que caracteriza al arte en todas las sociedades y en todas las épocas es la *arbitrariedad* y el *aura*. En relación a este último define que “en todas las sociedades que han conocido un desarrollo artístico, el arte está dotado de un valor especial, que confiere a sus producciones una naturaleza fuera de lo común, un prestigio particular, un *aura*. La palabra ‘aura’ designa, por otra parte, el nimbo luminoso más o menos sobrenatural que se supone emana de ciertas personas o de ciertos objetos. La metáfora es, pues, clara: si una obra de arte tiene un aura, es que irradia, que emite vibraciones particulares, que no puede ser vista como un objeto ordinario.”²

El ensayo de Benjamin explica que la litografía, la fotografía y el cine, especialmente el sonoro, al dotar de una envergadura capital a la reproducción técnica, conquistaron para ella un lugar específico entre los procedimientos técnicos. Pero la reproducción de una obra de arte desprecia el aquí y ahora de tal obra, como lo hace el cine al enfocar un paisaje.

Este proceso conduce a “una fuerte conmoción de lo transmitido, a una conmoción de la tradición, que es el reverso de la actual crisis de la humanidad”³. Su más poderoso agente es el cine, que liquida el valor de la tradición en la herencia cultural, fenómeno perceptible sobre todo en los grandes filmes históricos, añade el pensador.

El desmoronamiento del aura de la obra de arte depende de dos circunstancias sociales relacionadas con la creciente importancia de las masas en la vida de hoy: “acercar espacial y humanamente los objetos es una aspiración de las masas actuales, tan apasionada como su tendencia a superar la particularidad de cada da-

¹ BENJAMIN, W., *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*, publicado en *Discursos Interrumpidos I*, Buenos Aires, Taurus, 1989, p. 24.

² AUMONT, J., *La imagen*, España, Paidós Comunicación, 1992, p. 318.

³ BENJAMIN, W., *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*, publicado en *Discursos Interrumpidos I*, Buenos Aires, Taurus, 1989, p. 23.

to, aceptando su reproducción.”⁴ Cada día cobra más vigencia la necesidad de adueñarse de los objetos a través de la imagen, más bien de la copia, de la reproducción.

Las más antiguas obras de arte nacieron al servicio de un rito, de un culto, mágico primero, y luego religioso. En un principio, fue de decisiva importancia que el arte estuviera vinculado a la función ritual, cultural.

El valor único de la auténtica obra de arte se funda, pues, en el rito o el culto en que tuvo su primer y original valor útil, lo que se extiende al arte profano surgido en el Renacimiento y que siguió vigente en los tres siglos posteriores, en tanto se trataba de una secularización del rito, del culto.

Para reforzar esta idea, Aumont enfatiza la influencia de los cambios históricos en la naturaleza del aura: “El ícono bizantino tenía un aura sobrenatural, que emanaba de su función religiosa; un cuadro clásico, pongamos un Poussin, tenía un aura ligada a la superioridad reconocida del pintor, a su talento (más tarde se hablará de genio); el aura de la pieza expuesta hoy en una galería o un museo deriva, ante todo, del hecho mismo de esta exposición, que la consagra como obra de arte (confiriéndole al mismo tiempo un valor mercantil del que el arte se ha hecho inseparable). (...) El arte responde a una necesidad de las sociedades, inicialmente ligada a la necesidad religiosa, a lo sagrado, pero siempre ligada a un deseo de ‘superar’ la condición humana, de acceder a una experiencia, a un conocimiento, de orden trascendente.”⁵

En síntesis, la reproductibilidad técnica libera a la obra de arte de su existencia en el rito. Y “la obra de arte reproducida se convierte, en medida siempre creciente, en reproducción de una obra de arte dispuesta para ser reproducida.”⁶ En este sentido, es posible obtener muchas copias de un negativo fotográfico; sin embargo, preguntarse por la copia auténtica carece de sentido.

Otra de los aspectos que analiza Benjamin es el problema relativo a la recepción de las obras dentro del ‘nuevo’ contexto técnico. En su ensayo el pensador explica que la recepción se da bajo dos acentos: uno, el *valor ritual*; otro, el *valor de exhibición*. Con el correr del tiempo y la emancipación de los servicios mágicos y religiosos, el valor de exhibición desplazó al valor ritual, produciéndose una reforma cualitativa de su naturaleza, alteración que vuelve a darse en virtud de la reproductibilidad técnica.

Si en los tiempos primitivos la obra de arte fue un instrumento de la magia, y más tarde del culto religioso, ahora la preponderancia absoluta de su valor de exhibición hace de ella un órgano con funciones por entero nuevas, entre las cuales la *artística*, la que nos es consciente, se destaca como la que después será reconocida como accesoría, afirma Benjamin.

La reproductibilidad técnica de la obra artística modifica la relación del espectador con el arte. “Un cuadro ha tenido siempre la aspiración eminente a ser contemplado por uno o por pocos. La contemplación simultánea de cuadros por parte de un gran público, tal y como se generaliza en el siglo XIX, es un síntoma temprano de la crisis de la pintura, que en modo alguno desató solamente la fotografía, sino que con relativa independencia de ésta fue provocada por la pretensión por parte de la obra de arte de llegar a las masas.”⁷

Benjamin compara el lienzo (pantalla) sobre el que se proyecta el filme con el lienzo que sirve de soporte a una pintura. Este último invita a la contemplación; ante él, podemos abandonarnos al fluir de nuestras asocia-

⁴ Op. cit., p. 24.

⁵ AUMONT, J., *La imagen*, España, Paidós Comunicación, 1992, p. 319.

⁶ BENJAMIN, W., *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*, publicado en *Discursos Interrumpidos I*, Buenos Aires, Taurus, 1989, p. 27.

⁷ Op. cit., p. 27.

ciones de ideas. En cambio, no podremos hacerlo ante una imagen cinematográfica. Cuando apenas la hemos registrado con los ojos, ya cambió.

La pintura no está en condiciones de ofrecer una recepción simultánea y colectiva. Desde siempre lo estuvo, en cambio, la arquitectura, como hoy lo está el cine, afirma Benjamin. En las iglesias y monasterios de la Edad Media, y en las cortes principescas del siglo XVIII, la recepción colectiva de las pinturas no tuvo lugar de manera simultánea sino por mediación de múltiples grados jerárquicos. Al suceder de otro modo, cobra expresión el especial conflicto en que se debate la pintura por causa de la reproductibilidad técnica de la imagen. Por mucho que se ha intentado presentarla a las masas en museos y en exposiciones, no se ha dado con el camino para que esas masas puedan acceder a su recepción. Y así, el público que es retrógrado frente al Surrealismo, reaccionará positivamente ante un filme cómico, explica irónicamente Benjamin.

Sólo la arquitectura viene ofreciendo desde siempre el prototipo de una obra de arte cuya recepción se da por parte de una colectividad. Los edificios han acompañado a la humanidad desde su historia primitiva, y no se han interrumpido jamás. La historia de la arquitectura es más extensa que la de cualquier otro arte, y su análisis es importante para toda tentativa de observar la relación de las masas para con la obra artística.

Jorge Glusberg sintetiza el aporte de Benjamin de la siguiente manera: “Benjamin anticipa así la teoría de los *mass media*, dos décadas antes de que empezara a cundir en los Estados Unidos. Con sus reflexiones acerca de la pérdida del aura de las obras de arte, en virtud de su reproducción técnica, alude a la operación de la vanguardia (o de las vanguardias) y, quizá sin proponérselo, diseña o augura las profundas conmociones artísticas de la segunda postguerra, que desembocarán en el *Pop art*, los *happenings*, el conceptualismo.”⁸

En el análisis de Walter Benjamin que Glusberg realiza en su libro *Moderno/ Posmoderno*, el autor argentino se resiste a dejar de citar un párrafo del breve artículo *Experiencia y pobreza*, publicado en un periódico de Praga el mismo año del ascenso del nazismo en Alemania (1933), que impulsó a Benjamin a exiliarse en Francia.

“Una pobreza del todo nueva ha caído sobre el hombre, junto con el enorme desarrollo de la técnica, dice el filósofo. Es la *pobreza de experiencia*, que constituye una parte de la gran pobreza que ha vuelto a cobrar rostro, tan exacto y perfilado como el de los mendigos de la Edad Media. Sin embargo, la pobreza de nuestra experiencia no es sólo pobre en experiencias privadas sino en las de la humanidad en general. Trátase de una nueva barbarie. Pero este concepto de barbarie es positivo, porque la pobreza de experiencia lleva al bárbaro a empezar de nuevo, de Descartes a Einstein, de Newton a Paul Klee y Adolf Loos. Los hombres no añoran una experiencia nueva: añoran el liberarse de las experiencias, añoran un mundo en el que puedan hacer que su pobreza, externa e interna, cobre vigencia tan nítida, tan limpia, que salga de ella algo decoroso.”⁹

La creciente masificación en la producción de imágenes, un proceso que se inicia en 1830 con la invención de la daguerrotipia, expresa una transformación y refunda radicalmente la experiencia humana del mirar, la de la creación artística y la de su percepción. “Benjamin, con Valéry, sostiene que la imagen artística viene a saciar la insatisfacción de la mirada al reproducir, y así fijar, eso en lo que el ojo no puede saciarse.”¹⁰ La reproductibilidad técnica del arte transforma radicalmente esta experiencia. Porque le retira valor al instante individual y ritual de la percepción para concedérselo a la masividad de las prácticas de la recepción de las nuevas formas del arte.

⁸ GLUSBERG, J., *Moderno/Posmoderno. De Nietzsche al Arte Global*, Buenos Aires, Emecé, 1993, p. 54.

⁹ Op. cit., p. 55.

¹⁰ ENTEL, A., LENARDUZZI, V., GERZOVICH, D., *Escuela de Frankfurt: razón, arte y libertad*, Buenos Aires, Eudeba, 2004, p. 152.

Así, los avances técnicos vinculados a la reproducción masiva de imágenes se desarrollaron en la dirección de una atrofía, de un trituramiento de la unicidad e irrepetibilidad de la experiencia de la mirada. Lo que trae como consecuencia el creciente empobrecimiento de la experiencia humana “única, individual, imborrable”¹¹, que Benjamin asocia con la pérdida de aura ocasionada en el devenir técnico de la sociedad occidental.

La instalación y la idea de “aura” en Walter Benjamin

En este apartado se propondrá pensar a la instalación como expresión artística de resistencia a la pérdida de aura y al mercado del arte, en contraposición con la tesis benjaminiana de la destrucción del aura de la obra de arte a partir del avance de los medios técnicos de reproducción.

Retomando las ideas de Benjamin, la unicidad de la obra de arte se identifica con su ensamblamiento en el contexto de la tradición. La índole original de este ensamblamiento encontró su expresión en el culto. De esta manera, el valor único de la auténtica obra artística se funda en el ritual en el que tuvo su primer y original valor útil.

Sin embargo, con la irrupción de la fotografía el arte entra en crisis desde el punto de vista de su función social. La reproductibilidad técnica emancipa la obra de arte del culto por primera vez en la historia. En estas condiciones ya no interesa preguntarse por el original porque la obra se prepara para ser reproducida infinitamente.

El valor cultural, entonces, es destruido por la reproductibilidad, sin embargo lo auténtico no desaparece. Es reemplazado por la ‘autenticidad’ de la obra. Allí se deposita el aura en estas condiciones de existencia del arte.

En este breve repaso sobre *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica* se evidencia lo central del planteo en torno al aura. A continuación se dará lugar a algunas interpretaciones que cuestionen el famoso ensayo del filósofo alemán. En este caso, se citarán las palabras de Jacques Aumont que aparecen en su libro *La Imagen*: “(...) estas lecturas de la tesis de Benjamin son en exceso unilaterales. Olvidan, por una parte, que el arte de la época de la reproducción masiva ha encontrado otros valores auráticos (que pueden siempre discutirse, por supuesto: es cuestión de apreciación), y por otra parte y más ampliamente, que la noción de aura no debe entenderse bajo una luz demasiado ceñida a la ‘eternidad’. Lo que valió a Miguel Angel o a Rembrandt la admiración de sus contemporáneos no es ciertamente lo que funda su gloria actual, y obras que vemos como particularmente dotadas de aura, como las de Vermeer o de Georges de La Tour, fueron vistas en su época como relativamente banales. El arte en general sólo tiene sentido si se está dispuesto a aceptar el valor aurático de las obras de arte, pero la naturaleza de este aura, y las obras en las que se la reconocerá, son cosas que no han dejado de cambiar desde que hay arte. Nuestra época ha asociado el aura artística por una parte a la institución (a la firma), y por otra parte al carácter ‘históricamente importante’ de las obras del pasado; no hay duda de que esta doble definición está destinada a ser desplazada en el futuro. En todo caso, no vale ni más ni menos que las concepciones que la han precedido.”¹²

La afirmación de Aumont resulta muy acertada en lo que respecta a la modificación de la idea de aura con el devenir de las distintas sociedades. Pero resulta insuficiente el conjunto de parámetros elegidos para entender la definición de aura en el presente. En la elección de lo que hoy es arte, el mercado tiene un gran peso.

¹¹ Op. cit., p. 152.

¹² AUMONT, J., *La imagen*, España, Paidós Comunicación, 1992, p. 320.

Y esto sí fue mencionado por Benjamin, quizás indirectamente, cuando manifestaba su preocupación por el acceso de las masas al consumo de obras de arte y por la facilidad de obtención a través de su reproducción.

Sin embargo, la crítica de Aumont a la supuesta eternidad del concepto de aura en Benjamin, sirve para entender las manifestaciones diversas como son las instalaciones.

En ellas, el aura se vivencia, no se contempla. No acontece como en la pintura que es posible reproducirla a través de la fotografía para luego venderla. La instalación es inaccesible de capturar porque no posee valor exhibitivo.

Citemos el caso de la *Galería Blanda* de Marta Minujín. Una obra realizada en todas partes del mundo y en cada una de ellas de manera diferente. Esta obra fue concebida originalmente con el artista Richard Squires en Washington DC donde se realizó por primera vez en la Galería Harold Rivkin en el año 1973. En 1999 la *Galería Blanda* fue seleccionada como una de las obras emblemáticas de todos los tiempos y reproducida en la exhibición "Vivencias" en la Generali Fondation de Viena, Austria, junto a otros artistas latinoamericanos como Lygia Clark, Hélio Oiticica, Ana Mendieta, etc. En 2007 Connie Butler (curadora de MOMA de New York) seleccionó a 100 mujeres artistas de todo el mundo para la exposición itinerante "WACK! Art and the feminist revolution". En este caso la *Galería Blanda* fue construida en el MOMA de Los Ángeles con colchones que aportó el público. En su interior se exhibieron fotografías y videos. En 2008 Connie Butler volvió a seleccionar *Galería Blanda* para MOMA PS.1 (New York, USA), donde tuvo una excelente acogida por parte del público. Vancouver Art Gallery, en la ciudad de Vancouver, Canadá, también eligió la *Galería Blanda* para ser exhibida durante "WACK!" hasta enero de 2009. Esta vez se utilizaron 130 colchones nuevos.

Una de las últimas apariciones de *Galería Blanda* fue realizada en Argentina, en el marco de la Feria de Arte más conocida como ARTEBA en mayo de 2009. En el sitio web oficial de la Feria explicaban que, por primera vez en Argentina, "la obra *Galería Blanda* será construida por 180 colchones donados por la firma Piero y exhibirá en su interior fotografías y videos, funcionando también como plataforma para la realización de performances a cargo de artistas invitados por Marta Minujín. A través de la fundación 'Make-a-wish', cuya misión es cumplir el sueño de niños gravemente enfermos, los colchones serán donados a hospitales de niños del país luego de finalizada la exposición."¹³

En una entrevista realizada por el diario Clarín, Marta Minujín explica cómo funciona su obra: "Venís, te sacás los zapatos, los dejás afuera y te relajás (...) Es siempre distinto porque cambia con la gente, yo cambio con la gente y con la época (...) De las *soft galleries* que hice esta me parece más divertida. Porque estoy en la Argentina, porque los colchones se van a donar a la Casa Cuna y porque nuestro público es muy participativo. (...) Esta es una feria llena de personas que te empujan y tenés derecho a entrar acá unos diez minutos", ofrece y sostiene que lo ideal sería que se entre de a uno, pero que dada la cantidad de público tendrá que dejar que lo hagan de a diez. "Me voy a pasar el día acá adentro, esperando que vengan y que encuentren paz dentro de la *Galería Blanda*."¹⁴ En todos los lugares donde se expuso "siempre tuvo un éxito descomunal antiestrés", graficó Minujín, quien cita entre sus principales objetivos la necesidad de sacar a la gente de la vida cotidiana.

La historia de esta obra permite identificar las variaciones que ha sufrido en cada aparición: desde su realización a partir de colchones que aportaba el público hasta su realización a partir de colchones donados por una empresa para un posterior fin social. A su vez, se ha repetido en ámbitos de los más diversos como es el contexto de un museo, de una galería y de una feria de arte. Todas estas variables hacen que la obra sea diferente desde el punto de vista material, pero quedan reunidas en una idea que las trasciende, en este ca-

¹³ Sitio web oficial de ARTEBA, <http://www.arteba.org/es/01-feria.htm>

¹⁴ Sitio web oficial del Diario Clarín, <http://www.clarin.com/diario/2009/05/21/um/m-01923295.htm>

so, el objetivo de tomarse un descanso, encontrar paz y salir de la rutina durante sólo quince minutos, para transitar una habitación de colchones atados con cuerdas de nudo marinero, que tapizan techo, piso y paredes, mientras se presencian (en el caso de la obra en ARTEBA) performances, actuaciones y videos de las cinco muestras similares que Minujín realizó en Viena, París, Los Ángeles, Vancouver y Nueva York.

Quizás ayude a entender el sentido de la *Galería Blanda*, transcribir la idea de arte que posee la artista y que versa: “buscar lo que no está, lo que no existe. Lo importante no es ser buen pintor o buen escultor sino ser un artista, y esto es decir algo nuevo. El arte siempre tiene que ser único. Y el éxito y el fracaso no significan nada. Lo importante es el aporte del artista, que es único porque él ve el mundo con otros ojos. Yo adoro el arte en lugares públicos, el arte gratis –que la gente vaya en un colectivo y vea algo que lo toque- y el humor”.¹⁵

De esta manera, la obra cumple su objetivo de incentivar a sus espectadores a saltar y arrojarse de un lado a otro o a sumergirse en un estado de quietud y a mirar la pantalla de video que recorre la trayectoria de la artista argentina. Variadas pueden ser las respuestas del público, pero ellas también forman parte de la obra, y demuestran la libertad que propone la artista para transitar ese espacio, bajo condición de estar siempre en contacto con colchones, con obras, con personas, con imágenes, con música y objetos en general.

Como manifiesta el arte conceptual, la idea es más importante que la obra, el soporte es secundario. Dicha consigna supera el problema de la reproducción y devuelve al arte su condición aurática que tanto necesita el hombre para su existencia.

Si además del proceso intelectual que supone la instalación le sumamos su condición efímera, su existencia como entorno, y no como obra, y su objetivo de estar hecha para vivir una experiencia que nos saque de la rutina, nos encontramos con un tipo de manifestación que es simultáneamente inaprensible desde el punto de vista del mercado, y sinestésica desde el punto de vista del espectador.

La excepción a la mercancía

Es posible suponer que cuando Benjamin habla de la destrucción del aura en las obras de arte se está refiriendo a la pintura y a la escultura tradicional. En estos casos lo que diferencia a la obra de un objeto común es su autenticidad y no su valor cultural. Esa autenticidad es su valor en el mercado, su peso de ser ‘el original’, lo que el autor define como el valor exhibitivo.

En el caso de la instalación es claro que no podemos reconocer en ella un aura de tipo cultural, dado que su existencia data de mediados del siglo pasado. Pero tampoco se puede decir que su aura dependa pura y exclusivamente de su valor exhibitivo. Como ya se ha mencionado, debido a su naturaleza efímera y su objetivo interactivo y social, es imposible de adquirir a la manera de una obra de arte tradicional.

Sin embargo, sería necio suponer que la instalación se mantiene al margen del mercado. Tanto su producción como su difusión dependen de él y sino qué mejor ejemplo que el caso de *Galería Blanda* donde gracias a una donación de una empresa privada se pudo dar lugar a su realización. (El sistema de *sponsor* es una de las tantas formas que los artistas utilizan para llevar adelante sus trabajos y poder vivir del arte, en algunos casos).

¹⁵ Sitio web oficial del Diario Clarín, <http://www.clarin.com/suplementos/mujer/2009/05/23/thumb/1840154-1.jpg&imgrefurl=http://www.clarin.com/suplementos/mujer/2009/05/23/m-01924324.htm&usq=Dr17Hkyc9hrwyLoS3vfMCFFuOa8=&h=218&w=1>

A su vez, la compra y venta de obras, el mercado propiamente dicho, también se las ingenia para incorporar este tipo de obras pero quizás sean algunos coleccionistas los que más puedan disfrutar de su adquisición.

En este punto se considera de gran importancia indagar en el testimonio de los propios coleccionistas, dado que son ellos quienes conocen desde dentro el modo de funcionamiento del mercado del arte. A su vez porque, en general, los coleccionistas no teorizan sobre su propia práctica, lo que realza la importancia de un conjunto de entrevistas publicadas en una edición especial de la revista de artes visuales *Ramona*, como fuente de información de este trabajo, así como también el ensayo de Benjamin sobre Eduard Fuchs.

A partir de los testimonios analizados podríamos decir que existen distintos tipos de compradores de arte: los que representan a los museos, los que coleccionan por pasión (“coleccionista de todos los tiempos”¹⁶) y los que coleccionan por inversión. Dentro de los primeros podemos reconocer el caso de Eduardo Costantini, creador del MALBA (Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires). Por el tipo de obras que colecciona este museo, podemos deducir que las instalaciones serían uno de sus objetivos. Y de hecho lo son. La forma en que se comercializa la obra en este caso es recurriendo al artista para que la diseñe especialmente en el espacio que se dispondrá para la misma. O mejor dicho, en función del espacio que se tenga, se elige un tipo de obra y no otra. Hay necesidades físicas que condicionan la elección de una instalación. En conclusión, es una decisión estratégica la del comprador representante del museo al momento en que decide adquirir una obra de este tipo. Para defender esta afirmación, se citará un fragmento de la entrevista que la revista de artes visuales *Ramona* le realizó a Eduardo Costantini (hijo)¹⁷:

Periodista: Sobre los distintos formatos de obra: tienen video, instalación...

Eduardo Costantini (h): Sí, justamente, una de las cosas que decidimos en esta primera compra fue adquirir obras sin importar el formato, como para mostrar la diversidad de medios que utilizan los artistas hoy. Entonces tenemos objetos, videos, dibujos, fotografía, pintura, escultura...

Periodista: Hace poco comenzaron a adquirir instalaciones. ¿Cómo se trabaja con este tipo de obra?

Eduardo Costantini (h): En lo posible siempre se trabaja con el artista, que viene y trabaja con el curador en la instalación de la obra. En eso siempre se tiene mucho cuidado. Por otro lado hay obras que imagino que no podríamos adquirir hoy, por el tamaño que tiene el Museo. Me imagino una instalación de Cildo Meireles, por ejemplo. Ese tipo de obra sería complicado, o una obra grande de Ernesto Neto. Ahí se nos complica y lo limitativo es el espacio, porque nos sacaría quizás un veinte por ciento de la sala de exhibición permanente. Razón por la cual estamos tramitando la ampliación del Museo.”¹⁸

En el caso del coleccionista de oficio, entre los cuales entrarían también Costantini y Costantini (h), la compra de obras como las instalaciones es diferente. Pero antes de analizar esta situación vale la pena aclarar de qué se habla cuando se dice ‘coleccionista de todos los tiempos’ y cuando se dice ‘coleccionista por inversión’.

Con el advenimiento de la Antigüedad, aparecieron nuevos artífices dentro del universo iconográfico. No se trata de artistas ni de audiencias sino de los encargados de formalizar la valorización y futura comercialización de la imagen. Son tres los personajes principales: el *comitente*, que encarga al artista una obra concreta y tiende a ver reflejada en ella distintos intereses; el *mecenas*, que favorece todo tipo de creaciones y artistas; y el *coleccionista*, que puede coincidir o no con los anteriores.

¹⁶ GRADOWCZYK, M. H., *¿Qué es coleccionar? ¿Cuál es el perfil del coleccionista? ¿Por qué y para qué? Apuntes sobre el coleccionismo*, Revista *Ramona* N° 59, Buenos Aires, abril de 2006, p.70.

¹⁷ Eduardo Costantini hijo es coleccionista privado y director ejecutivo del Malba-Colección Costantini.

¹⁸ COSTANTINI, E. (H), *Apostar a los artistas jóvenes y formar una colección más dinámica e interactiva*, entrevista realizada por Melina Berkenwald para Revista *Ramona* N° 53, agosto de 2005.

En esta etapa identificamos el inicio del coleccionismo en el mundo. Dada la importancia que ha logrado conseguir esta actividad a lo largo de los siglos, consideramos necesario definir el término coleccionar, en el marco de la historia del arte. De acuerdo a la opinión del Dr. Mario H. Gradowczyk, coleccionar “es poner en práctica un deseo individual que liga al sujeto, coleccionista, con el objeto, práctica que cruza por campos históricos, económicos, sociales y culturales, entre lugares y tiempos diferentes. Su objetivo es un invariante: agrupar bajo un mismo techo un conjunto de objetos o artefactos.”¹⁹

Es decir que no se trata de elementos aislados, disjuntos, sino que por el contrario, el coleccionista trata de articular su colección mediante una acumulación de objetos ligados por propiedades afines que establecen sus propias narrativas. En otros términos, se trata de construir, o mejor dicho, reconstruir series de elementos que están ligados por una o varias características comunes que permitan ese agrupamiento. Y la consistencia de una colección está determinada por la manera en que se ha constituido y organizado ese conjunto.

A lo largo de la historia, el coleccionista se ha valido de diferentes medios para hacer conocer su colección. Pero esta no es una característica excluyente de la personalidad del coleccionista, ya que es sabido que muchos trabajan en silencio, y sólo en determinadas ocasiones comparten sus hallazgos, sin revelar sus fuentes. (“Discreción que es reemplazada por la difusión actual que utiliza otro tipo de coleccionista: el coleccionista mediático – o por inversión -, que utiliza sus adquisiciones como manifestación de status y poderío, un remedo de los grandes mecenas del Renacimiento, y del que buena parte de los medios se hace eco. Pero cuidado, hay que tener en cuenta que algunos, en lugar de coleccionar con algún sentido, acumulan objetos que ofrecen poco o ningún placer a quienes los conservan y son solo ‘inversiones’ a futuro.”²⁰)

Sin embargo, existe un perfil del coleccionista. El ‘coleccionista de todos los tiempos’, como bien lo define Gradowczyk, “se debate entre su deseo de lograr la perfección, efectuar una operación de clausura entre los objetos que colecciona, para en todo caso pasar a coleccionar una nueva serie, y la ansiedad que plantea la imposibilidad de alcanzar esa clausura tan deseada.”²¹

Walter Benjamin utiliza el caso de Eduard Fuchs, coleccionista alemán del arte de la caricatura, del arte erótico y el de costumbres, para analizar el papel del coleccionismo y su relación con el materialismo histórico y la historia del arte. El filósofo y ensayista alemán sugiere que el papel del coleccionista no es sólo el de acumular, sino el de restituir a la obra su sentido histórico como devenir, analizar las causas de su éxito o de su fracaso y las fuerzas que lo ocasionan, para que la obra de arte se torne más transparente.²²

Al investigar en forma intensiva dentro de ese conjunto que ha seleccionado por estética, el azar, o las posibilidades económicas, el coleccionista descubre cruces e intensidades que, en muchos casos, han pasado inadvertidos, particularmente cuando apunta a objetos que, en la época en que se realizaron, no habían sido apreciados. “Esta labor anticipatoria es un elemento insustituible para recrear y revitalizar eventos que sucedieron y no fueron registrados en su momento, puesto que, de no ser por la labor del coleccionista, se producirían vacíos imposibles de llenar. En este sentido, el coleccionista juega el papel de arqueólogo, al dar seriedad y continuidad a objetos dispersos, dentro de una narrativa.”²³

¹⁹ GRADOWCZYK, M. H., *¿Qué es coleccionar? ¿Cuál es el perfil del coleccionista? ¿Por qué y para qué? Apuntes sobre el coleccionismo*, Revista Ramona N° 59, Buenos Aires, abril de 2006, p.70.

²⁰ Op. cit., p. 72.

²¹ Op. cit., p. 72.

²² BENJAMIN. W., “Historia y coleccionismo: Eduard Fuchs”, publicado en *Discursos Interrumpidos I*, Taurus, Buenos Aires, 1989, p. 134.

²³ GRADOWCZYK, M. H., *¿Qué es coleccionar? ¿Cuál es el perfil del coleccionista? ¿Por qué y para qué? Apuntes sobre el coleccionismo*, Revista Ramona N° 59, Buenos Aires, abril de 2006, p.73.

Cabe destacar que no siempre se parte de una idea fija, a veces es la propia narrativa que exhalan los objetos reunidos lo que los convierte en una secuencia cuyos elementos, aparentemente aislados, presentan esa serialidad que define a una colección.

La evolución del coleccionismo ha dado lugar al desarrollo del comercio y la aparición de nuevos actores en el ámbito de la imagen. La Antigüedad, como se mencionó al comienzo, fue escenario de estas mutaciones que se dieron en el marco de un proceso de expansión territorial y de formación de las primeras civilizaciones occidentales.

Esta posición ante el mercado del arte es muy diferente de la que posee el 'coleccionista por inversión'. En dicho caso, se hace referencia a personas que recurren al arte como forma de conservar o multiplicar su dinero en el futuro cercano. Como tienen un objetivo netamente comercial, compran obras de artistas ya reconocidos por el mercado para asegurarse la inversión. Generalmente recurren a curadores o especialistas que los aconsejan, dado que sus conocimientos en el tema no son necesariamente indispensables. No se dejan llevar por la intuición o el gusto o algún criterio de selección, como sí sucede con los 'coleccionistas de todos los tiempos', sino que analizan su compra en función de los beneficios económicos que les traiga.

“El coleccionismo privado, con intenciones de satisfacer necesidades estéticas y de prestigio social, no hizo su aparición hasta la conquista de Grecia por Roma, y los continuos saqueos, pusieron en circulación enormes tesoros, haciendo nacer una pasión nueva por las colecciones privadas de arte, en las que el objeto, además de por su valor estético, era codiciado por el valor que poseía como inversión, encontrándose sujeto ya a todos los valores ficticios del arte (antigüedad, rareza, etc.). A su vez, el fenómeno tuvo una influencia decisiva sobre el arte romano, que abandonó las raíces autóctonas sobre las que había iniciado su desarrollo para volverse hacia Grecia, al tiempo que surgía una floreciente industria de imitaciones y copias de las más famosas obras griegas, para satisfacer una demanda siempre creciente.”²⁴

En relación al riesgo de comprar arte que tiene que ver con el accionar de los 'coleccionistas por inversión', Costantini (h) opina: “Hay artistas que ya están súper consagrados. Sin embargo, uno no sabe si el valor que está pagando por esos artistas es un disparate o está bien. Es muy difícil saberlo. El mercado del arte a nivel internacional está creciendo mucho. En ese sentido, hay riesgo. Más allá de que sea un artista consagrado. Lo que pagó mi padre por el Frida Kalho pudo haber sido un riesgo enorme. Sin embargo, hoy el Frida Kalho cuesta tres veces lo que él pagó. (...) Más allá de eso, creo que uno puede neutralizar el riesgo si no piensa en el aspecto económico, comprando justamente lo que a uno realmente le interesa. Entonces no importa mucho lo que pase con el precio. Si a vos te interesa y lo puedes pagar, cómpralo. Como te dije, yo confío mucho en mi ojo, más allá de lo que escuche. Si no, no compraría nada.”²⁵

Ante esta variedad de compradores, la instalación sería una obra que encajaría dentro de los objetivos de un museo de arte contemporáneo y también dentro de los objetivos de algún coleccionista apasionado que se interese en comprar los documentos que se producen en torno a la obra y los restos que quedan luego de su desmonte. Dada su imposibilidad de ser adquirida formalmente, es muy difícil que un iniciado en el arte o una persona que busca hacer una inversión se interese por una obra efímera, por más consagrada que se encuentre. En cambio, un coleccionista-investigador que valore el proceso de construcción de la obra, los bocetos y ensayos, los restos que quedan luego del montaje, y toda la documentación visual y escrita que se realice en el marco de la misma, puede ser económicamente valuable dado que tendría una demanda (producto del deseo de completar la colección más que de poseer un valor de cambio).

²⁴ CREMADES, GARCÍA FELGUERA, MORÁN TURINA, *Guía para el estudio de la Historia del Arte*, Cátedra, España, 1982, p. 218.

²⁵ Op. cit., p. 40.

Sin embargo, hay quienes opinan sobre la dificultad de adquirir este tipo de obras incluso en el ámbito del 'coleccionista de todos los tiempo', debido a la imposibilidad de poseer su valor estético en plenitud. En este sentido, se citará nuevamente un fragmento de la entrevista realizada por la Revista Ramona al Dr. Mario Gradowczyk:

Periodista: Hablando de arte contemporáneo y de formatos nuevos, arte que no es tan durable, proyectos de artistas...

Mario Gradowczyk: Yo creo que ese es un problema si uno se quiere contactar con el contenido 'aurático' de las obras. Porque juntar videos y CD y demás, está muy bien, pero son proyectos que no tienen ese componente particular que me conmueve.

Periodista: Lo decís en el sentido de la relación directa con la obra.

Mario Gradowczyk: Sí. Porque lo otro, en parte, es adquirir información. La transmisión de información es clave en el arte conceptual. No alcanza con recordar el mensaje, debería dar mucho más. Un buen ejemplo es un artista que se llama Fred Sandback, es un americano que cruza hilos en el espacio que generan estructuras virtuales de una potencia fenomenal, que había expuesto en la *Dia Foundation*. Entonces fui a una muestra individual en una galería, una de esas típicas casas (*brownstone houses*) en el *Upper East Side* de Nueva York y pregunté: '¿Si uno compra esto, qué le dan?', y me contestaron: 'Bueno, le damos el hilo, los ganchos, un plano, un certificado y después usted lo instala o no lo instala'. Entonces me di cuenta de que toda la potencia expresiva de su obra se perdía totalmente, porque yo puedo disponer dos líneas en el espacio y tener un Sandback en mi casa. El papel no me dice nada. Parte del arte conceptual actual tiene que ver con esa cuestión del papel.

Periodista: Pero el papel, ¿vos lo decís por el certificado de la obra?

Mario Gradowczyk: Claro, con ese certificado que te dan, vos tenés el hilo y tenés la foto de la instalación.

Periodista: O sea que una hipótesis podría ser que parte del arte contemporáneo no puede ser acompañado por el coleccionismo...

Mario Gradowczyk: No, quiero decir que el problema es que el coleccionismo se convierte en una acumulación de papeles. Cuando tenés una instalación muy grande, no la podés volver a montar, la tenés guardada. Es decir, no la podés contemplar, no es un objeto de deseo. Este, naturalmente, es sólo un punto de vista personal y de ninguna manera critico a los que acumulan esa clase de artefactos.

Periodista: No te lo pregunto como crítica, sino para reflexionar sobre un tema que aún sigue siendo polémico.

Mario Gradowczyk: Para mí este tipo de documento, o el caso de un video, no son objetos de deseo, pierden esa capacidad de ser contemplados y de ser mirados por el artista. Porque uno mira una obra y la obra te mira, hay un ida y vuelta en la mirada, por el contenido precisamente 'aurático' que tiene. Si comprás una instalación, y no la podés exhibir como lo planea su creador porque necesita de un espacio gigante, hay ahí una situación confusa.

Periodista: ¿Entonces se transforma más claramente en una inversión?

Mario Gradowczyk: Puede ser o no una inversión, pero la obra no se ve, entonces no tenés un contacto con la obra. Sabés que la tenés, pero es un problema de la cabeza, ¿no? Por lo menos ese es mi argumento. Lo mismo pasa con algunas de González Torres. Voy y me compro cien kilos de caramelos, los pongo en una esquina, ¿qué diferencia tiene con el original del cubano? ¿Porque él tuvo en sus manos cada caramelo? No digo que una expresión sea mejor que la otra. Yo siento que hay un problema en ese sentido en algunos artistas conceptuales.²⁶

²⁶ GRADOWCZYK, M., *Soy un coleccionista a destiempo: compraba estas cosas y me decían que estaba loco*, entrevista realizada por Melina Berkenwald para Revista Ramona N° 53, agosto de 2005, p. 48 y 49.

Si bien el testimonio anterior se opone a la hipótesis de que serían los ‘coleccionistas de todos los tiempos’ quienes se podrían llegar a interesar por adquirir los restos y documentos de una instalación, por otra parte, sirve de refuerzo para la hipótesis central de este trabajo que dice que la instalación es un tipo de obra artística que por la naturaleza de su aura se convierte en una excepción al mercado.

De todas maneras, se insiste en que dependerá del criterio del coleccionista la elección de una instalación como objeto de deseo, al igual que sus partes, en el supuesto caso de que no consiga adquirir la obra en su totalidad.

La polémica en torno a la mercantilización de una instalación no está terminada. El presente artículo intenta arrojar un poco más de luz para poder seguir reflexionando sobre la complejidad que acarrearán este tipo de manifestaciones artísticas. Desde una perspectiva gramsciana, podría considerarse a la instalación como una manifestación de resistencia dentro del ámbito de la industria cultural, ya que por un lado participa del mercado pero por otro, se abstiene de él al momento de su manipulación como mercancía. Sin embargo, el objetivo de este trabajo apunta a entender cómo funciona la relación entre el mercado del arte y las instalaciones, que data de mediados del siglo pasado, y que aún no posee un sistema regular de funcionamiento económico, como sí lo han conseguido las manifestaciones artísticas tradicionales.

Bibliografía:

AUMONT, J., *La imagen*, España, Paidós Comunicación, 1992.

BENJAMIN, W., *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*, publicado en *Discursos Interrumpidos I*, Buenos Aires, Taurus, 1989.

----- “Historia y coleccionismo: Eduard Fuchs”, publicado en *Discursos Interrumpidos I*, Buenos Aires, Taurus, 1989.

----- “Pequeña historia de la fotografía”, publicado en *Discursos Interrumpidos I*, Buenos Aires, Taurus, 1989.

COSTANTINI, E. (H), *Apostar a los artistas jóvenes y formar una colección más dinámica e interactiva*, entrevista realizada por Melina Berkenwald para Revista Ramona N° 53, Buenos Aires, agosto de 2005.

CREMADES, GARCÍA FELGUERA, MORÁN TURINA, *Guía para el estudio de la Historia del Arte*, España, Cátedra, 1982.

ENTEL, A., LENARDUZZI, V., GERZOVICH, D., *Escuela de Frankfurt: razón, arte y libertad*, Buenos Aires, Eudeba, 2004.

GLUSBERG, J., *Moderno/Posmoderno. De Nietzsche al Arte Global*, Buenos Aires, Emecé, 1993.

GRADOWCZYK, M., *Soy un coleccionista a destiempo: compraba estas cosas y me decían que estaba loco*, entrevista realizada por Melina Berkenwald para Revista Ramona N° 53, Buenos Aires, agosto de 2005.

GRADOWCZYK, M. H., *¿Qué es coleccionar? ¿Cuál es el perfil del coleccionista? ¿Por qué y para qué? Apuntes sobre el coleccionismo*, Revista Ramona N° 59, Buenos Aires, abril de 2006.

La Instalación, <http://www.scribd.com/doc/3967004/La-Instalación>

POPPER, F., *Arte, acción y participación. El artista y la creatividad de hoy*, España, Ediciones Akal, 1989.

Sitio web oficial de ARTEBA: <http://www.arteba.org/es/01-feria.htm>

Sitio web oficial del Diario Clarín, 21/05/09: <http://www.clarin.com/diario/2009/05/21/um/m-01923295.htm>

Sitio web oficial del Diario Clarín, Suplemento Mujer, 23/05/09:

<http://www.clarin.com/suplementos/mujer/2009/05/23/thumb/1840154-1.jpg&imgrefurl=http://www.clarin.com/suplementos/mujer/2009/05/23.htm>