

Diversas miradas del artista sobre la vulnerabilidad del mundo del arte contemporáneo

Various views of the artist about the vulnerability of the world of contemporary art

Marina Asenjo Fernández

<https://orcid.org/0009-0009-8833-6070>

marinaas@ucm.es

Universidad Complutense de Madrid (UCM), Madrid, España

Recibido: 04/12/2024

Aceptado: 07/05/2025

Resumen: En este trabajo se pretende mostrar la mirada de diversos artistas contemporáneos sobre el mundo del arte. Para ello, se ha entrevistado a doce artistas contemporáneos mediante entrevistas semiestandarizadas. Además, se ha desarrollado un planteamiento teórico mediante el pensamiento de filósofos como Walter Benjamin, Mark Fisher y Slavoj Žižek.

Como conclusiones se puede extraer que el mercado del arte está totalmente condicionado por la sociedad poscapitalista actual.

Uno de los factores que afectan al mundo del arte es la descontextualización de las obras. La descontextualización se produce principalmente en los museos y, junto a la reproductibilidad técnica, es la responsable de que las obras pierdan su aura. La reproductibilidad técnica también es la responsable de la mercantilización de las obras.

El arte actualmente tiene dos corrientes en su creación. Una en la que el arte se desarrolla desde el conocimiento de una ideología o un discurso, y otra en la que el arte se desarrolla ajeno a la ideología y, por ende, a la realidad de la que se rodea.

Palabras clave: Arte contemporáneo, Mundo del arte, Mercado del arte, Contracultura, Poscapitalismo.

Abstract: In this work we intend to show the insights of several contemporary artists on the current art zeitgeist. In order to do this, we have done semi-standard interviews to twelve contemporary, active artists. Besides, we have developed a theoretical frame using the thesis by philosophers Walter Benjamin, Mark Fisher and Slavoj Žižek.

We reached the conclusion that the art marketplace is entirely conditioned by the current post-capitalist society.

One factor affecting the world of art is the decontextualization of the artwork.

This occurs mainly in museums and, adding mechanical reproduction, it is the reason for the loss of aura of the art piece. Mechanical reproduction is also responsible for the commodification of the work of art.

Currently, there are two schools of thought regarding art production: One stipulates art is created within a discourse, an ideology, aware of its context. The alternative says art is created alienated from ideology and thus the reality in which it is created; art-for-art's-sake.

Keywords: Contemporary art, World of art, Art marketplace, Counterculture, Post-capitalist.

Introducción

El mercado del arte contemporáneo surge dentro del sistema poscapitalista, donde se imposibilita la entrada a nuevos artistas. Aquellos que logran acceder, se encuentran con la imposibilidad de capitalizar su propio arte o de crear un verdadero movimiento contracultural.

Filósofos como Mark Fisher, en su libro “Realismo capitalista ¿No hay alternativa?”, desarrollan la idea de la incapacidad de crear un movimiento contracultural anticapitalista sin la propuesta de un nuevo sistema que pueda enfrentar al capitalismo (2016).

Con este trabajo, me propongo averiguar si esta idea es cierta. Si se puede desarrollar un discurso político desde el arte que pueda enfrentar al sistema poscapitalista, aún siendo participe en la mercantilización. Lo que podríamos llamar una contracultura.

El objetivo de este artículo es explorar la presencia social de las ideas de Fisher (2016) en los círculos artísticos actuales.

Desarrollo

Metodología

Para la realización de este trabajo, he usado una metodología basada en un marco conceptual y en entrevistas semiestandarizadas.

Por un lado, para el desarrollo del marco conceptual, he utilizado fuentes de diversas teorías filosóficas, como el realismo capitalista y como este afecta a la cultura de Mark Fisher, la reproductibilidad técnica y el aura de la obra de Walter Benjamin y la ideología de Slavoj Žižek.

Para desarrollar un acercamiento a la realidad, he utilizado como fuente una serie de entrevistas semiestandarizadas que se halla entre los extremos de la entrevista estructurada y la completamente desestructurada, donde se pregunta sobre los temas que se desean cubrir, pero sin un cuestionario formalizado (de Miguel, 2005, p. 253). Estas entrevistas semiestandarizadas fueron realizadas a artistas contemporáneos, principalmente pintores, que accedieron a realizar la entrevista y cuyos testimonios servirán para apoyar la parte teórica del trabajo. Para elegir a los artistas que fueron entrevistados tuve en cuenta que necesitaba una muestra que tuviera hombres y mujeres de diversas edades y que cubrieran tanto el arte abstracto como el arte figurativo para poder tener una variedad mayor de artistas que trabajasen de formas variadas.

¿Qué es el arte contemporáneo?

El impresionismo es conocido por ser la primera vanguardia y fue desarrollado a finales del siglo XIX. Se caracterizó por la importancia de la luz y el color. Los impresionistas se opusieron al academicismo. Hasta la aparición del impresionismo, la academia separaba los géneros mayores (historia, mitología y religión) de los géneros menores (retrato, paisajes, bodegones, desnudos y escenas).

Tras el desarrollo de las vanguardias del siglo XX, la concepción del arte fue cambiada. Las vanguardias supusieron la invención del espacio con el cubismo, la proliferación del yo con el expresionismo y el arte abstracto, y abrieron el mundo del arte para la cultura de masas con el arte pop (Hughes, 1981).

Los artistas de finales del siglo XX cuestionaron y deconstruyeron estos estilos anteriores. En este contexto es en el que surge el arte contemporáneo (Hughes, 1981).

Según Terry Smith, ha sido muy complicado poder generalizar el arte contemporáneo y darle un significado exclusivo debido al miedo a recaer en el esencialismo y a que, si no se define el arte contemporáneo, se ofrece un campo abierto. Para el autor, esto no es más que una máscara insulsa sobre el arte de nuestra época (2012, p. 15).

La palabra contemporáneo viene del concepto '*con tempus*', que empezó a utilizarse para hacer referencia a una multiplicidad de relaciones entre el ser y el tiempo. También, se originó en contraste con otros términos, en concreto aquellos asociados al concepto de lo moderno. Durante buena parte del siglo XX, lo contemporáneo fue el gran secundón de lo moderno. En los años 50 comienza a gestarse el cambio del arte moderno al arte contemporáneo y se volvió inequívoco desde los años 80 (Smith, 2012, p. 19).

Como conclusión de esto, determinamos que el arte contemporáneo es una subcultura internacional, activa, expansionista y proliferante desde 1980 (Smith, 2012, p. 299).

A diferencia del arte anterior al de la década de los 80, el arte contemporáneo se sitúa en un plano en el que es imposible distinguir entre un estilo gerencial predominante. Esto se debe a la propia realidad del espíritu del arte contemporáneo, donde no hay ningún criterio, a priori, de cómo el arte debe verse (Danto, 2002, p. 28).

Perfiles de los artistas

Artista 1. Doris Araujo, conocida como *@the_naked_lady* en Instagram, es una artista que se define a sí misma como nacida para el arte. Para ella el arte es un don y una capacidad de entender los conceptos y la vida figurativa de otra manera.

Su carrera como artista tomó un rumbo más serio hace unos 15 años, ya entrados sus 30 años, debido a la dificultad de conciliar el arte con su vida familiar. Trabaja los conceptos femeninos, le gusta mostrar conceptos basados en la percepción de la mujer, pero ahora está variando un poco y está tomando la percepción masculina.

Artista 2. Alejandro Carpintero, en Instagram como *@*, es un pintor nato, que lleva toda su vida pintando, por lo que ha pasado por un montón de etapas. Combina su faceta de pintor con su faceta de profesor de pintura. Su formación es de pintor casi impresionista con pinturas al aire libre de paisajes, pero con el tiempo se dio cuenta de que su espacio reside en la figura humana. Para él, con sus 42 años, sigue en busca de su estilo, aunque muy pronto encontró sus temas.

Artista 3. Alexander Grahovsky, en Instagram como *@agrahovsky*, es un artista alicantino de 43 años que lleva tres años dedicado al mundo del arte a tiempo completo. Antes de esto, trabajaba por las mañanas como desarrollador y por las tardes era pintor.

La base de su arte es la pintura, algo que él mismo define como muy clásico, pero la manera de acercarse a la pintura, técnicas, formatos y los temas son más contemporáneos.

Artista 4. Christina Krah, *@krah_art* en Instagram, es una pintora joven que acaba de introducirse en el mercado del arte. Es mitad alemana y mitad española, esto se refleja en su arte en el que mezcla el conceptual alemán con los colores más vivos españoles. Su obra se basa en paisajes abstractos.

Artista 5. Blanca, alias Lil Blanc, conocida en Instagram como @, es un prototipo de artista extraño. Viniendo del mundo de la arquitectura y con la pintura acompañándola toda la vida, dejó el mundo de la arquitectura, al que ella se refiere como “mundo gris”. Dejar atrás la arquitectura para retomar la pintura es lo que la salvó.

Su obra la define como colorista y alienígena, centrada en mundos galácticos. La salvó del mundo gris y del miedo a saltar al vacío cuando tenía 27 años, después de acabar sus estudios y darse cuenta de que era algo que no le gustaba. Su obra es su salvavidas.

Artista 6. Isabela Lleó Castells, conocida como @isabelalleo_sculpture en Instagram, es una escultora de 62 años que se dedica principalmente a la escultura en piedra y, en menor medida, bronce o a partir de cosas que encuentra como cartones. También toca la pintura, el grabado y el videoarte, pero de forma más esporádica.

Su formación es de cine y comunicación visual con nuevas tecnologías como la animación 3D, pero ha desarrollado su carrera profesional en disciplinas más clásicas.

Artista 7. Arturo Méndez, conocido en Instagram como @arturomendez_art, es un artista murciano que se dedica al mundo del arte, como él dice 'entre otras cosas'. Lo define así debido a las complicaciones que presenta el mundo del arte y a cómo muchas personas lo compaginan con otros trabajos, en su caso lo acompaña con la construcción.

Su trabajo como artista plástico y visual se basa en proyectos donde se plantea diálogos sobre dualidades, donde el foco reside en lo oculto y lo misterioso. Trabaja principalmente con la pintura para evidenciar el velo que dificulta nuestro modo de ver el mundo. Representa con su obra un mundo fantasmagórico, enigmático y, en ocasiones, incluso perturbador, con el que define la sociedad contemporánea.

Artista 8. Cristina Mur, en Instagram como @cristina_mur_artist, es una pintora abstracta de 57 años del País Vasco, pero que actualmente reside en Madrid. Compagina su vida como artista con su trabajo como diseñadora de aplicaciones web. Su obra se inspira en artistas como Tapies o Cy Twombly.

Artista 9. Judith Peris Gatell, @judith_art en Instagram, es una artista de 21 años estudiante de 2º de carrera de Bellas Artes que acaba de incorporarse en el mercado del arte.

Su arte está muy vinculado con la psicología. Desarrolla su proyecto tanto en el arte figurativo como en el arte abstracto con técnica mixta.

Artista 10. Marco Prieto, en Instagram @sr_gotta, es un pintor madrileño. Es el típico ejemplo de niño artista que, tras estudiar la carrera, enfocó su proyecto artístico en usar la violencia como parte constructiva en vez de destructiva hacia el formalismo.

Trabaja principalmente desde el retrato, pero últimamente está expandiendo su obra al cuerpo entero.

La inspiración de su trabajo viene tras el 15M y su descubrimiento de que la violencia no es un arma de un solo filo, sino de dos. La violencia es una herramienta que está monopolizada por el poder.

Artista 11. Ana Reynolds, conocida como @ana_reynolds_ en Instagram, es una pintora abstracta que empezó a pintar tras superar una grave enfermedad que le hizo darse cuenta de que su vida, que siempre había estado enfocada al sector de empresariales, debía dar un giro de 180º y se dedicarse a su pasión. Empezó dedicándose a la fotografía, pero esta solo le transmi-

tía la imagen real, y ella buscaba transmitir lo que tenía dentro, entonces empezó a pintar para plasmar lo que no le daba la fotografía.

Sus pinturas transmiten calma mediante el uso de colores terciarios y se suelen basar en la naturaleza o en recuerdos suyos. Intenta plasmar en sus obras lo que le transmite lo que ella siente.

Artista 12. Pascual Rodríguez, en Instagram como *@paskrod*, es un pintor figurativo murciano de 33 años. Su trayectoria artística se ha establecido desde la duda y la discriminación. Actualmente, seguir sus instintos es lo que le lleva a crear de una manera muy mecánica y visceral desde el autoconocimiento.

El mercado del arte

El mercado del arte, tal y como lo conocemos actualmente, solo puede darse en un sistema poscapitalista con un sector de servicios enormemente crecido y con grandes excedentes de beneficio. Paralelo a este sistema, se desarrollan de una manera simultánea la nueva industria cultural y un sector público capaz de asumir tareas más allá del orden de un cierto bienestar. Hoy en día, la generación de riqueza no depende solamente del desarrollo y la optimización de recursos productivos, sino de la extensión y el asentamiento de potentes mercados de consumo abiertos más allá de los bienes de necesidad (Brea, 2004, p. 16).

El mercado del arte, por ende, se comporta como un mercado elitista en el que solo algunos sujetos son capaces de introducirse y lograr formar su carrera como artista. “Artista 3” dice “El mercado se queda pequeño para el artista, pero porque somos muchos los que intentamos vivir de ello y yo creo que, sobre todo, a nivel nacional lo que no hay es tanto mercado para tanto artista”. Hay opiniones como la de “Artista 4” que lo atribuye a la falta de cultura “Puede parecer inaccesible y muchas obras están sobrevaloradas. [...] También hay falta de cultura porque mucha gente piensa que las obras están sobrevaloradas, pero así funciona el mercado del arte.”

Este nuevo mercado del arte está compuesto por diversos intermediarios, como lo pueden ser las galerías o las ferias, que generan una estructura separada de la producción material y simbólica que le permite al artista separarse de los aparatos de poder que manejan el mercado (Brea, 2004, p. 13).

Para definir el mercado del arte también es importante entender el tipo de bienes que ejercen como mercancías. Los cuadros, por encima de cualquier cosa, son objetos que pueden ser comprados y poseídos. Un mecenas, o un galerista, no puede rodearse de música o poemas de la misma manera que se rodea de cuadros (Berger, 2000, p. 96).

Hay muchos artistas que reconocen que la figura de las galerías es fundamental dentro del mundo del arte cuando su trabajo está bien realizado. “Artista 2” dice “Yo creo que tiene que haber la figura de galerista y la figura de marchante. O sea, creo que es importantísimo para los pintores porque las habilidades para vender un cuadro y para pintar un cuadro son muy diferentes.”

También las galerías son personas que tienen que hacer negocio. Hoy es más fácil lograr clientes por tu cuenta y no depender de galerías. Depende del tipo de artista porque hay artistas que quieren exponer en galerías y hay artistas que quieren vender. (Artista 4)

Yo personalmente antes estaba muy en contra de ir a través de galerías, pero con el tiempo

he llegado a la conclusión de que para mí es prácticamente imposible vender mi propia obra, no estoy capacitada para hacer ese trabajo. (Artista 6)

Para otros artistas, los intermediarios pueden suponer un inconveniente para ciertos artistas por considerar sus tarifas abusivas y porque sigue siendo complicado acceder al mercado del arte contemporáneo sin el apoyo de los galeristas. Artistas que han apoyado esta idea como “Artista 1” diciendo “Existe el negocio del arte. [...] Yo creo que este mercado del arte es completamente erróneo. [...] Somos muchos los artistas que ya nos hemos dado cuenta de que no vale la pena incursionar por intermediarios” o “Artista 11” que dice “Por ejemplo, si tú quieres ir a una feria que al final es currículum tienes que ir con una galería. [...] Entonces me parece que hay demasiados intermediarios y vender tú sola es imposible.”

Sí que es cierto que si quieres ir a una feria de arte te tiene que llevar una galería. Eso significa que al final sigue siendo un mercado del galerista. [...] Creo que no es como antes, por lo que me han contado. Pero al final yo sí que necesito de la galería y gracias a la galería yo he tenido la visibilidad que tengo. (Artista 5)

Otro de los problemas que presentan las galerías es el no cumplir con el trabajo que se supone que deberían realizar. Muchos artistas creen que, pese a que es importante la figura de las galerías, en ocasiones no realizan su trabajo de amplificar el alcance de la obra.

He visto galerías más honestas, galerías que un poco menos y gente que sencillamente te coge una temporada, te explota dentro de sus posibilidades, pero no te hace crecer a nivel de público. Lo que a mí me gustaría en una relación galería-artista es que el artista aportará el público que ya tiene y la galería lo que hiciera fuera amplificar ese público. (Artista 3)

El público general ya no entra a las galerías porque piensan que le van a abordar para venderte obra y no es así. [...] Yo creo que al final para nosotros, para los artistas, el tener o estar en una galería es algo superimportante. Ahora también te digo una cosa, depende de la galería. Te explico, es importante acceder a una galería, pero que muevan tu trabajo. (Artista 7)

La figura del galerista puede suponer un alivio para el artista, pero también ejerce como separación del artista con el mundo real que rodea al arte y le evade de entender cómo funciona el sistema del que forma parte. Hay artistas que se mantienen al margen de la realidad que les rodea respecto al mercado en el que participan como “Artista 2” que dice “Yo vivo un poco al margen de eso porque no se puede saber de todo. Eso es casi ya otro trabajo, ya pintar absorbe demasiado.”

Actualmente, la forma en la que un artista quiera capitalizar su obra ya no solo es mediante los intermediarios.

Lo bueno que tenemos hoy en día es que te lo puedes montar como tú quieras. Mercado para mí es todo lo que implique una transacción entre dos personas [...] Dicho eso, ahora tenemos la posibilidad de hacer una transacción online internacional y por otro lado, siento que se pueden permear muchas más capas y estratos sociales en este momento. (Artista 12)

Los artistas pueden ya no solo capitalizar su obra, sino que pueden capitalizar todo su proyecto artístico. Cada vez se puede vivir más de tu proyecto artístico que de tu obra. [...] De repente las posibilidades de vivir de tu arte no solo están relacionadas intrínsecamente con vender tu obra. (Artista 10)

Dentro de estas nuevas formas para acceder al mercado del arte las redes sociales han

supuesto un gran impacto. Muchos artistas han logrado incursionar en el mundo del arte de la mano de las redes sociales y las han podido utilizar para empezar a capitalizar su obra sin la necesidad de intermediarios.

Se podría equiparar la aparición de Internet con la Revolución Industrial. (Annunziata, 2012) Al igual que en esta, Internet ha cambiado la dimensión económica, social y cultural de la sociedad. Dentro de Internet, las redes sociales han adquirido un gran peso para el arte contemporáneo y ejercen como dispositivos de distribución masivos (Brea, 2004, p. 62). De alguna manera se podría decir que Internet y las redes sociales ejercen un papel democratizador dentro del mundo del arte. Muchos artistas inician sus carreras mediante las redes sociales o comparten su proyecto a través de redes sociales teniendo un alcance internacional. Casi todos los artistas hablan de las redes sociales como un instrumento de ayuda como “Artista 2” que dice “Los artistas, si no tienen una galería, una representación física, si pueden, a través de las redes sociales e Internet hacer muchísimo”, “Artista 5” dice “Tú puedes utilizar tus medios, las redes sociales y demás para darte a conocer y no necesitas encajar tanto en lo que las galerías piden”, “Artista 7” dice “Hoy en día, con todo el tema de las redes sociales y tal, puedes mover tu trabajo por todo el mundo y puedes vender obra a través de las redes sociales sin estar en ninguna galería”, “Artista 11” dice “Las redes sociales ayudan mucho porque te ven personas de diversas partes del mundo” o “Artista 12” que dice “Hoy en día, la oportunidad es mayor. De alguna manera, más democrática. Pero porque tienes una manera muy directa. [...] Cuando yo acabe la facultad las redes sociales ya eran un hecho social.”

Las redes sociales van poco a poco integrándose más en el pequeño y elitista mercado del arte, intentando poco a poco abrir un hueco a nuevos artistas. Esta nueva democratización del mundo del arte va haciendo que algunos de los actores tradicionales del mercado del arte, como las galerías, vayan desapareciendo. “Artista 10” dice que “Los poderes fácticos cambian en el mundo privado, las galerías están siendo cambiadas por grandes marcas y por fundaciones y coleccionistas privados por lo que ya no hace falta pasar por una galería para comprar arte.”

El significado del arte descontextualizado

El museo, criatura de nuestro tiempo, no puede actuar como un cuartel del pasado, como un lugar retrospectivo (Bolaños, 2023). Los museos recogen las obras del pasado y las acercan a las personas del presente, pero en esta colecta y conservación se produce la descontextualización.

El poder del realismo capitalista deriva parcialmente en la forma en la que el capitalismo subsume y consume todas las historias previas. Es este efecto de su “sistema de equivalencia general”, capaz de asignar valor monetario a todos los objetos culturales. [...] Paseando por el Museo Británico, nos encontramos con objetos extraídos de sus mundos vitales y reensamblados como en la cubierta de una nave espacial de la saga Predator. (Fisher, 2016, p. 25)

La descontextualización de las obras es uno de los problemas que se plantean en los museos actualmente. Este problema se liga constantemente al colonialismo, a cómo los imperios europeos se apropiaron de diversas piezas de arte de los territorios colonizados. Algunos ejemplos de esto serían “*La Puerta de Ishtar*”, una de las puertas de la muralla interior de Babilonia, que se encuentra en el Museo de Pérgamo de Berlín, o las esculturas de la cultura Nok, provenientes de Nigeria, expuestas en el Museo Louvre de París.

Aparte de esta descontextualización vinculada al colonialismo, la descontextualización de la obra también está vinculada a la creación de los museos como medio de consumo y de entretenimiento para las masas.

Las obras pictóricas desvinculadas de su contexto hacen que estas pierdan su significado. Las obras tienen una datación y una autoría concreta, pero el valor de estos datos es insuficiente. Cuando solo se tiene en cuenta esto, en los museos, se establece el tiempo como una dimensión estable y el momento artístico como una unidad. Pero esto no es así, el tiempo, como experiencia humana, es todo menos una obviedad natural (Bolaños, 2023).

La descontextualización de las obras hace que se diluya su contenido.

Se diluye totalmente el significado de las obras. Porque hay un momento donde dejas de consumir la obra por su significado y lo empiezas a comprar por el recuerdo. La obra sí que pervive, pero la mayoría de la gente que la compra no va más allá del significado. (Artista 3)

Con este consumismo también se llega a la sobreexplotación de ciertos artistas que pasan de tener unos ideales revolucionarios y de proponer nuevas preguntas a convertirse en maquinaria del sistema poscapitalista.

La descontextualización de las obras de arte es el poder del sistema que al final tritura todo. Al igual que Frida Kahlo o el Che Guevara, todas las figuras que en un principio eran revolucionarias se las ha comido el mercado. (Artista 10)

El hecho es que la pintura es incapaz de convertirse en el objeto de una recepción colectiva simultánea. [...] Y aunque de esta circunstancia no se pueden sacar muchas conclusiones respecto al papel social de la pintura, sí que resulta ser un grave impedimento en el momento en que en determinadas circunstancias la pintura se ve confrontada directamente con las masas, por así decir, en contra de su naturaleza. (Benjamin, 2021, pp. 95-96)

Los museos, también, presentan trabas para introducir obra nueva, incluso en las conocidas exposiciones temporales que se organizan con el fin de atraer a gente y conseguir ingresos, por ende, acaban siempre exponiendo a los mismos artistas que el público general conoce y consume. “Artista 8” critica esta práctica de los museos “Voy a hacer una exposición de Dalí porque sé que va a haber mucha gente interesada y, por ende, facturación. Esto hace que los museos buscan atraer a la gran masa de público”. Esto dificulta el acceso a los museos por parte de los artistas contemporáneos y dificulta que el gran público pueda conocer a nuevos artistas.

Los museos ejercen como puerta de entrada del público general al mundo del arte y deberían facilitar el acceso al arte contemporáneo. En la actualidad, el arte moderno se encuentra mucho más aceptado y resulta más comprensible para un público que aún no llega a entender el lenguaje del arte contemporáneo.

Está bien que se reproduzcan las obras maestras y se den a conocer porque eso es cultura, aunque sean siempre las mismas. El arte contemporáneo es muy elitista y ya casi se ha convertido en un idioma y si no hablas ese idioma no te enteras de nada. En cambio, los cuadros que ya están aceptados ejercen como la puerta para las personas que quieren acercarse al mundo del arte contemporáneo. (Artista 2)

¿Cómo afecta la mercantilización en masa del arte y la reproductibilidad técnica de la obra en la forma que consumimos arte?

En el libro “La obra de arte en su era de reproductibilidad técnica” (2021, p. 65), Walter Benjamin explica que la obra de arte siempre se ha podido reproducir. Los humanos siempre han podido copiar lo que producen otros humanos, incluso esto era usado por discípulos de diversos artistas que, en los talleres de sus maestros, copiaban sus obras para ejercitar el arte. Ante esto, Benjamín lo diferencia de la reproducción técnica de la obra. La reproducción técnica de la obra no es algo nuevo, los griegos podían reproducir en masa obras de arte que utilizaban los procedimientos de fundición y acuñación, como bronce, terracotas o monedas. Estas eran las únicas obras que ellos podían reproducir en masa. Otros medios que se fueron usando a lo largo de la historia para la reproducción en masa de obras fueron el grabado en madera por el que se pudieron realizar por primera vez reproducciones de creaciones gráficas. En la Edad Media, al grabado en madera se le unieron el grabado en cobre y el aguafuerte y, a comienzos del siglo XIX, la litografía. Tras la litografía, la fotografía alcanzó otro nivel de reproducción en masa (Benjamin, 2021, p. 66).

La reproductibilidad técnica del arte hace que este pierda su significado debido a que es la responsable de la descontextualización total de la obra. Esta reproductibilidad también hace que el grueso de la población se aleje del arte actual y se quede estancado en periodos anteriores del arte. “Artista 3” dice “La reproductibilidad masiva está ligada a la explosión de los medios de comunicación y la fotografía y ahora es el momento en el que todo el mundo quiere tener un pedacito de arte” y “Artista 10” dice “Las clases bajas solo pueden acceder a reproducciones de las obras, no al arte como un objeto absoluto, original y originario del artista.”

Creo que el arte debe añadir cosas nuevas que no se han dicho, es lo que deben hacer los artistas porque lo que se ha dicho muchas veces ha perdido el sentido [...] El hecho de reproducir una obra muchas veces le pierde el sentido. (Artista 2)

La reproductibilidad técnica también puede estar ligada con el consumo en masa de souvenirs, camisetas y otros objetos donde se reproducen obras de arte por puro consumismo.

Yo pienso que la gente que compra estas reproducciones, bueno, primero que todo salen al mercado porque hay un comprador. Pero, el normal de la gente no se culturiza ni sabe tanto de historia del arte porque el normal de la gente tiene que salir a trabajar para poder vivir porque nada se le ha dado. (Artista 1)

Hay un momento donde dejas de comprar la obra por su significado y lo empiezas a comprar por el recuerdo. La obra sí que pervive, pero la mayoría de la gente que la compra no va más allá del significado. Es la manera en la que consumimos hace que cada vez el ciclo sea más corto porque desde que sale algo nuevo hasta que llega al mainstream pasa muy poco tiempo y, además, cada vez tenemos una nostalgia más corta. (Artista 3)

Tú estás accediendo a una reproducción de la pieza para decorar tu casa, no para disfrutar de esa obra en su totalidad porque no es ese cuadro. [...] O sea, no podemos asumir que eso significa un acceso de la clase baja al arte por esto mismo, porque la naturaleza de esa obra de arte se pierde y de repente accedemos a un souvenir en vez de a una obra de arte original. (Artista 10)

Luego de eso a llevarlo a souvenirs y ese tipo de cosas, a mí me parece que es como “La Gioconda” que está en todos sitios, ¿realmente la gente sabe cuando compra un imán de “La Gioconda” sabe lo que está comprando? [...] Yo creo que lo compran por comprar. Me parece

que cae un poco la obra. (Artista 11)

Uno de los puntos más importantes que desarrolla Benjamin es el aura de la obra. El aura está ligada con el aquí y el ahora, no se puede copiar el aura de una obra (Benjamin, 2021, 85). Cuando una obra es reproducida en masa, el aura no va en esa copia. El aura de las obras, en el sistema poscapitalista y desde un punto de vista consumista, está totalmente condenada a no existir.

El discurso del arte

“El arte de cualquier época tiende a servir a los intereses ideológicos de la clase dominante” (Berger, 2000, 97).

Ante el tema de si el arte debe o no tener una ideología, o discurso, para justificar su existencia se dan dos corrientes principales. Para algunos artistas no se puede concebir el arte sin ideología. Dentro de esta corriente, hay artistas que desarrollan la ideología dentro de la obra. “Artista 11” dice “Yo conozco artistas que no tienen nada detrás y conozco artistas que tienen discurso detrás, que es mi caso. Me parece que todo vale, pero me gusta más cuando hay un discurso detrás.”

Si tú vas a hacer una obra hay una diferencia entre lo que es arte y artesanía. Son dos cosas diferentes, el buen arte tiene un contexto por detrás, un algo, así sea mínimo. Pero en el momento en el que tu obra no tiene nada detrás es artesanía. (Artista 1)

Yo pensaba que no, que podía ser sencillamente estético, pero últimamente hasta la estética tiene connotaciones políticas detrás aunque uno no las plantee al crear. Porque a nivel estético estás dejando cosas fuera, estás definiendo cosas que te interesan o no. [...] Creo que es inevitable que el arte tenga un fondo político incluso aunque solo sea estético, ya que estás declarando que quieres dejar de lado ciertos temas y que estás reservando un espacio para disfrutar. (Artista 3)

Yo creo que el arte tiene que tener contenido. [...] Entonces creo que el arte por el arte es tirar material a la basura, es gastar de más. Pero también se instrumentaliza para que la maquinaria del sistema no cambie. [...] O sea, un arte que no cuestione el sistema, ya estemos en el momento político que estemos, es un arte que le viene bien al sistema. (Artista 10)

También hay artistas que siendo conscientes de que existe la ideología, la ignoran y desarrollan su obra sin tenerla en cuenta. “Artista 2” dice “No tiene por qué tener ningún discurso. Es más, creo que es un error. Discurso va a ver aunque no lo veas o aunque el artista no sepa explicarlo.”

Yo creo que el arte debe tener un discurso y, además, lo tiene siempre. Yo creo que toda manifestación artística tiene una conceptualización detrás, aunque a veces el propio artista no lo potencie o no se centre tanto en este aspecto. (Artista 7)

Una de las descripciones más básicas de la ideología se resume en la frase “Ellos no lo saben, pero lo hacen” (Marx, 2014, p. 39). Marx habla de esto en relación a cómo las personas no relacionan los productos de trabajo como valores del trabajo humano iguales, sino al contrario. Este punto de la ideología lo retoma Slavoj Žižek, quien establece que la ideología consiste en el hecho de que la gente “no sabe lo que en realidad hace”, ya que tiene una falsa representación de la realidad social a la que pertenece (Žižek, 2022, p. 58). Sin embargo, el mismo Žižek habla

de la fantasía ideológica, donde establece que desde la ilusión inconsciente se pasa por alto la ilusión efectiva y real, es decir, se incurre en el cinismo ideológico donde básicamente se cae en la fórmula “Sé que esto no es verdad, pero sigo actuando como si lo fuera” (Žižek, 2022, p. 61). Con este punto se establece que los artistas que son conscientes de la realidad y deciden ignorarla lo hacen de forma consciente.

La otra corriente desde la que se concibe la ideología de la obra es la de creer que la obra no necesita de una ideología para existir, lo que se conoce como el arte por el arte. Los artistas que desarrollan su obra desde esta ideología, de alguna manera, ignoran la realidad que les rodea, una realidad de la que pueden ser inconscientes. “Artista 5” dice “El arte puede existir solo por ser arte, no tiene necesidad de generar un discurso político-social. [...] De hecho, mi obra tiene un discurso de salir de todo eso que al final nos ocupa mucho de nuestro tiempo”, “Artista 6” dice “El tema del discurso es interesante porque es lo que se le exige al artista, que tenga un discurso y se catalogue. [...] Yo personalmente, como artista, me niego a todo eso”, “Artista 8” dice “A mí me parece que el arte es algo universal y como tal debería ser entendido como algo así, es cultura. [...] Yo no creo que debería tener etiquetas políticas para nada” y “Artista 9” dice “Lo que le gusta a las personas es sentir que tienen una conexión. [...] Yo pienso que hay arte para todo.”

Yo soy bastante de creer que la obra no necesita ningún tipo de razón. [...] Soy muy partidaria a que no tiene que haber ninguna idea detrás, ni un concepto general. Yo creo que el observador es quien tiene que crear su propia conexión, su propia historia con el cuadro. (Artista 4)

Si entramos en el tema político social, no. O sea, para nada. [...] Creo que para el hecho artístico, y esto siempre me gusta decirlo porque no me gusta pontificar, no creo que sea necesario nada más que la necesidad de querer hacer algo. (Artista 12)

Conclusiones

Como conclusión, se puede extraer que el sistema poscapitalista es el que ha definido cómo funciona el mercado del arte contemporáneo.

El mercado del arte actualmente está siendo alterado por nuevos factores derivados de la revolución tecnológica. La presencia de Internet y las redes sociales han podido democratizar el acceso al mundo del arte, pero apenas han podido hacer que los nuevos artistas permanezcan de una manera continua y segura financieramente dentro del mercado del arte. Por lo tanto, se podría decir que el poder del mercado del arte aún sigue estando en las manos de los actores clásicos, principalmente las galerías, los marchantes y las ferias.

Otro de los actores principales del mundo del arte son los museos. Estos ejercen como un lugar retrospectivo donde las obras expuestas sufren una descontextualización. Esta descontextualización es parte del problema de que las obras pierdan su significado.

Las obras de arte pasan por una reproductibilidad que contribuye a la capitalización de ciertas obras donde se llega a una sobreexplotación de la obra en beneficio del sistema poscapitalista. La reproducibilidad, hoy en día, está ligada al consumo en masa de mercancías relacionadas con arte. Estas mercancías alejan el aura de la obra y, por ende, alteran su significado porque el aura es el aquí y ahora, y con las reproducciones en masa el aura está condenada a no existir.

El arte contemporáneo tiene dos corrientes principales, una en la que se precisa de discurso y otra donde el discurso es irrelevante sobre la obra. Hay artistas que conociendo el discurso de su obra lo avalan en esta y otros artistas que prefieren omitir este discurso aunque no niegan su existencia. Cuando las obras no tienen discurso o “el arte por el arte” son obras donde no se desarrolla una ideología y se ignora de manera consciente o inconsciente cierta realidad que les rodea.

Los artistas dentro del mundo del arte no son capaces de desarrollar un discurso desde el que enfrentar al sistema poscapitalista. No se puede crear una contracultura recreando los mismos ejes que mueven a la cultura del capital. Pueden, sin duda, mostrarse desde una posición crítica al funcionamiento del mercado del arte, pero no dejan de ser un eslabón más en la maquinaria. Esto hace que tanto la mercantilización del arte, la pérdida del aura, la descontextualización de las obras e incluso la existencia o no existencia de un discurso dentro del propio arte no tenga mucho sentido porque situándonos desde el sistema poscapitalista no hay mucho que se pueda hacer por el mundo del arte.

Referencias bibliográficas

- Annunziata, M. (2012, diciembre 7). *The next productivity revolution: The industrial internet*. CEPR. <https://cepr.org/voxeu/columns/next-productivity-revolution-industrial-internet>
- Benjamin, W. (2021). *La obra de arte en la era de su reproductibilidad técnica*. Alianza.
- Berger, J. (2000). *Modos de ver*. Gustavo Gili.
- Bolaños, M. (2023). *Sobre el museo y el pasado. Una aproximación*. Museo del Prado. Retrieved May 9, 2024, from <https://www.museodelprado.es/imagenes/proyectos/personalizacion/7317a29a-d846-4c54-9034-6a114c3658fe/ElPrado/interactivos/actas/coordinadas/20-bolanos.html>
- Brea, J. L. (2004). *El tercer umbral: estatuto de las prácticas artísticas en la era del capitalismo cultural*. Cendeac.
- Danto, A. C. (2002). *Después del fin del arte: el arte contemporáneo y el linde de la historia* (R. Molina, Ed.; E. Neerman, Trans.). Paidós.
- de Miguel, R. (2005). La entrevista en profundidad a los emisores y los receptores de los medios. In *Investigar en comunicación: guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación* (pp. 251-263). McGraw-Hill.
- Fisher, M. (2016). *Realismo Capitalista: ¿No hay alternativa?* (C. Iglesias, Trans.). Caja Negra.
- Hughes, R. (1981). *The shock of the new*. Knopf.
- Marx, K. (2014). *El fetichismo de la mercancía: (y su secreto)*. Pepitas de calabaza.
- Mendez, A. (2017). *Taxonomía*. Arturo Mendez. <https://arturomendezart.wixsite.com/site/taxonomia>
- Mendez, A. (2019). *El vuelo de la mosca*. Arturo Mendez. <https://arturomendezart.wixsite.com/site/copia-de-taxonomia-1>
- Smith, T. E. (2012). *¿Qué es el arte contemporáneo?* Siglo Veintiuno Editores.
- Žižek, S. (2022). *El sublime objeto de la ideología* (I. Vericat, Trans.). Clave Intelectual.