

Pablo Helguera

MANUAL DE ESTILO

DEL ARTE CONTEMPORANEO

*Para Nacho,
a quien en realidad nunca le gustó el arte contemporáneo.*

Contenido

Prefacio

Introducción: El caso de los lentes rosados (hacia una óptica realista del arte)

1. Las piezas del juego

Las reglas del juego

Los jugadores rebeldes

2. Los Protagonistas

El director de museo

El coleccionista

El coleccionista entre los suyos

La crisis del sofá de la sala

El curador

Principios feudales

El curador desempleado

El consultor de arte

El curador regional

El curador-director artístico

El curador ventrílocuo

El curador-especulador

La pubertad curatorial

Entre sábanas con el artista

El delirio de grandeza

Cómo ordeñar al artista exitoso

Notas sobre esgrima curatorial

Etiqueta psicológica

Google como recurso curatorial

Etiqueta Mercantil: El galerista y su galería

Cómo diseñar una galería con gusto

Reglas de la vestimenta galerística

Tolerando al visitante

La leve arrogancia como virtud
Comportamiento ferial
Confrontando la adversidad

El artista

La conducta del artista profesional
El artista y los otros
Las amistades con artistas
El artista y las galerías
La etiqueta del cobrar
Los hados curatoriales
El duelo a muerte: artista vs. artista
Qué hacer con los falsificadores
Rascándole la espalda a otros artistas
La némesis del artista (los críticos)
El artista consigo mismo
La personalidad mediática
Sobre el epitafio artístico

El crítico

Principios básicos
El crítico en el foro público
El crítico en la televisión
Recursos vocales
Los ensayos por encargo
El juicio final (la reseña)
La lucha contra el olvido

3. Del vernissage al lecho: La interacción social

Las inauguraciones

Quiénes asisten a las inauguraciones

Coreografía social

Código de vestido

Cómo tratar a un artista extravagante
Qué decirle al artista si la obra no agrada
Cuánto hay que permanecer en una inauguración
Abordando a un desconocido en un evento social
Cómo promocionar las exposiciones propias en público
Etiqueta del elogio
Cómo lanzar indirectas
Sobre las tarjetas de presentación
Cómo visitar un espacio de arte
Por qué no se debe reír en una exposición
Sobre los videos eternos
Sobre el catálogo de la exposición
La visita de estudio
Algunas circunstancias extremas: retirar la obra
Las uniones sentimentales

4. Etiqueta promocional

Promoción directa y promoción oblicua
La invisibilidad promocional
La técnica “Hansel y Gretel”
Cómo escribir comunicados de prensa
Etiqueta de la autopromoción
La estrategia del artista ermitaño
Dr. Email y Mr. Spam
Adeerezo promocional “César”
Promotores anónimos
El silencio literario
Declaraciones políticas
Por el camino del CV
Algunos malestares sociales: “la fiebre de cabaña”

5. Exito y Fracaso

Cómo sobrevivir como artista poco reconocido
El fracaso extremo
El problema del artista “que vende”

Cómo sobrevivir como artista exitoso

El rechazo en el arte

6. Etiqueta de la controversia

Algunas advertencias

El artista y su afiliación liberal

Aprovechando las tragedias sociales

Arte bajo la dictadura

Cuestionario

7. Glosario

PREFACIO

La labor que se ejerce en el mundo del arte contemporáneo es de importancia capital para nuestra sociedad. Aquellos que trabajamos en este medio, ya sea como artistas, curadores, galeristas, coleccionistas, críticos o simples *dilettanti*, contribuimos colectivamente a una mejor apreciación de nuestra realidad vital, social, y política, y, en el panorama más amplio de la historia, a generar un testimonio y comentario perdurable de nuestro presente.

El mundo del arte se encuentra en constante evolución, aunque algunos consideran que conforme pasan los años el interés en este ha menguado. El arte contemporáneo ha perdido apoyo, según algunos, por la percepción general que existe acerca de su exclusividad y de ser, como la acusan otros, una diversión ociosa y hasta perversa para una sociedad internacional de clase media y alta en decadencia. Esta penosa percepción, que existe tanto dentro como fuera del mundo del arte, no se debe sino a una cierta confusión que predomina en torno a las tácitas reglas que rigen a este medio, y que consideramos de una vez por todas urgente establecer, tanto para el novicio como para el conocedor.

Por esta razón es fundamental contar finalmente con un *Manual de estilo del arte contemporáneo* como el que aquí presentamos, para aclarar las funciones de cada uno de los integrantes del mundo del arte, borrar para siempre ciertos tabús de comportamiento que predominan en relación al medio, y abrir las vías de comunicación escribiendo de una vez por todas las reglas que muchos seguimos aunque de manera implícita, a veces por imitación de otros. El lector de este manual conseguirá no solo comprender (o en ciertos casos, reconocer) las sutilezas de los complejos (y de seguro, en apariencia extraños) rituales sociales y prácticos que rigen al mundo del arte, sino que a la vez logrará desenvolverse con mayor facilidad y éxito profesional dentro de sus actividades en ese medio, sea cual sea la función que desempeñe.

No es la intención de este *manual* el dar opiniones sobre ciertos tipos de arte o valorar ciertas tendencias artísticas sobre otras- esa la consideramos la labor del crítico o el teórico de arte. El *manual* está diseñado para que el profesional encuentre información en cuanto al *estilo* apropiado (entendido a veces como “etiqueta”) que se debe de seguir para tener éxito en sus actividades profesionales, ya sea como artista, curador, galerista, o simple aficionado, tanto en su conducta

pública como en su proceder privado. Esta información fundamental es de hecho muy difícil de conseguir en ninguna otra parte debido a que, a pesar de la alta sociabilidad que caracteriza al mundo del arte, hoy en día muy pocos están dispuestos a compartir sus secretos de promoción y estrategia creativa o comercial. Por otra parte, la etiqueta social del mundo del arte es un arte en sí que hasta hoy en día se ha aprendido por intuición, por indicación informal, o por imitación al ejemplo de otros. Sin pretender exagerar la importancia del trabajo que se presenta aquí, consideramos que la aparición de este manual pone fin a un siglo de especulaciones y debates en torno a estos temas para finalmente aclararlos y difundirlos a todo el público.

El lector advertirá que muchos ejemplos en este manual hacen referencia a Nueva York. Más que por preferencia, ha sido necesario realizar este énfasis dado que es en esa ciudad donde la dinámica social del mundo del arte es la más exacerbada y por ende la más transparente para servir como ejemplo en estas páginas. Sin embargo, el manual provee asimismo amplios consejos para aquél profesional que viva en el aislamiento de la periferia y que, a pesar de ello, quiera operar socialmente al más alto nivel.

De antemano queremos ofrecer nuestras disculpas a todos aquellos que se sientan ofendidos por este *manual de estilo del arte contemporáneo*. Ya que el *manual* aspira al mejor funcionamiento y a la óptima evolución del mundo del arte, para esto nos ha sido necesario describir ciertas formas de proceder de cada uno que seguramente los aludidos preferirían que no se discutieran en público. Esto es sin embargo un paso inevitable para cumplir nuestro objetivo fundamental de educación y difusión. Tenemos, sin embargo, la certeza de que al contar con la claridad moral, ética y profesional de nuestro oficio, a largo plazo todos saldremos beneficiados.

Este manual se encuentra dividido por secciones, incluyendo un breve glosario al final para ayudar al lector novato a comprender ciertas referencias y términos.

Esperamos con toda sinceridad que el lector encuentre a este *Manual de Estilo del Arte Contemporáneo* como una guía útil para entender nuestra profesión, y al hacerlo, adquirir una visión más rica y estratégica de cómo desenvolverse en el mundo del arte de nuestros días.

Pablo Helguera

| Brooklyn /Banff, Agosto de 2005

Agradecimientos

Este manual es el resultado de una larga compilación a lo largo de los años de comentarios informales oídos entre bambalinas, así como de entrevistas y observaciones de expertos del mundo del arte; muchos de ellos prefirieron permanecer en el anonimato con el fin de compartir sus puntos de vista libremente. Sin embargo, hay algunas personas concretas a quienes debemos expresar públicamente nuestro sincero agradecimiento. Este manual no habría sido posible sin el entusiasmo, comentarios, experiencia literaria y rigor editorial de Luigi Amara y Vivian Abenshushan, quienes se aseguraron de llevar este proyecto a buen puerto. Le debo asimismo las gracias al Banff Centre de Canada, donde, gracias a la generosa invitación de Anthony Kiendl, fue posible terminar la versión final de este manual. Agradezco a Gabriela Rangel del Americas Society de Nueva York, así como a Santiago Espinoza de los Monteros y Alejandro Negrín del Instituto Cultural Mexicano de Washington, que contribuyó con fondos para su publicación,. Nos fueron asimismo esenciales los comentarios de Ursula Dávila, Irmgard Emmelhainz, David Greg Harth, Marcos Ramirez Erre, Itala Schmelz, Maria Inés Rodríguez, Dannielle Tegeder, y muchos otros que pacientemente leyeron las versiones primigenias de este manual y enriquecieron el texto con sus propias reflexiones y experiencias. Durante la circulación informal de las versiones de este manual, las reacciones de algunos fueron- utilizando las estrategias descritas por este mismo libro- las de secretamente adelantarse a escribir sus propios manuales y sacarlos a la luz un poco antes. A ellos, quienes nos ayudaron a completar la sección sobre plagios en el glosario y nos proveyeron de gran motivación profesional, les expresamos nuestra más profunda gratitud.

P.H.

Los hombres no miran las cosas tal y como son, sino como desean que sean- y esto los lleva a la ruina.

Maquiavelo

INTRODUCCION

El caso de los lentes rosados

(hacia una óptica realista del arte)

Para todo aquél que se inicia dentro del mundo del arte es importante primero olvidar cualquier preconcepción que se tenga y eliminar cualquier sabor amargo que resulte de las experiencias primigenias al entrar en su territorio. Muchos de los que incursionan en las artes visuales- por ejemplo, los estudiantes que se involucran en la creación o estudio de la historia del arte- suelen tener experiencias tempranas que posteriormente los vuelven altamente negativos, amargados- y acaso suicidas. En ocasiones, su decepción es tan profunda que dejan de ver cualquier valor en el arte y, sin tener la posibilidad o el deseo de abandonarlo, permanecen en él a regañadientes haciendo sus vidas, y las de aquellos a su alrededor, en extremo penosas- como por ejemplo, convertirse en profesores de arte para sabotear las carreras de sus descendientes generacionales, en críticos para sabotear las de todos los artistas, o en administradores para sabotear tanto a artistas como al público. Esto se origina, creemos, porque al iniciarse uno en el mundo del arte se posee un idealismo y aspiraciones únicos, esperando obtener cosas como gratificación espiritual y metafísica, toda una variedad de aventuras y exóticas experiencias culturales inspiradas en capítulos apasionantes de la historia del arte (Gauguin en Haití, las fiestas de Warhol en el *Factory*, etc.) y también la posibilidad de formar parte de una élite cultural de la sociedad que balancea extremadamente bien la sofisticación intelectual y el sentido de la moda y la diversión. Efectivamente, quién no quisiera formar parte de las exclusivas páginas de *Artforum*, los delirios festivos en Art Basel Miami y la bienal de Venecia, las glamorosas vidas de los artistas famosos, la profusa circulación de cocaína en las fiestas, etc. Lo que suele encontrar el novicio, en cambio, es una realidad muy distinta. Pocos quieren ver las diapositivas de los artistas primigenios y el rechazo se convierte para ellos en una experiencia rutinaria; los curadores jóvenes padecen pasantías gratuitas dentro de cubículos de museos, sacando fotocopias por espacio de cuatro o cinco años antes de poder entrar a una junta y participar en cualquier decisión de peso en la programación de una exposición. A los críticos rara vez se les paga si es que acaso consiguen publicar, y pocas veces consiguen decidir el tema acerca del cual van a escribir. A los historiadores del arte se les obliga cruelmente a leer a Rosalind Krauss y se les somete a una intimidante jerarquía académica. Con experiencias iniciales como éstas, es natural el desarrollar

una profunda decepción. Pero para superar estas primeras impresiones negativas, es fundamental comprender la peculiar naturaleza de la disciplina de las artes visuales.

El arte es una profesión poco común que mejor se define como una *religión empresarial*, pues ofrece posibilidades de satisfacción espiritual pero a la vez opera como cualquier empresa individual en nuestro mundo capitalista. Al iniciar la relación con el arte, el novicio idealista lo ve como una vocación religiosa, pero secretamente espera una retribución personal y económica que definitivamente más allá de la satisfacción interior. Al ésta no darse como resultado exclusivo de su riqueza espiritual, se genera gran desconcierto, recelo, y amargura. Por otra parte el novicio, que pocas veces reconoce abiertamente su hambre de poder y reconocimiento como motivadores legítimos de su incursión en el campo, tendrá que lidiar eventualmente con su insatisfacción reprimida. Esta es la razón por la que aquellos que incursionan en el mundo del arte con devoción espiritual por encima del pragmatismo acaban decepcionados muy rápidamente, mientras que aquellos que penetran en este medio con gran pragmatismo y poco interés en la transformación espiritual suelen ser aquellos que se integrarán con mayor velocidad.

Es desafortunado, pensarán algunos, el hecho que una actividad tan trascendental y de vital importancia para el espíritu como lo es el arte tenga que depender de directivas económicas, pero es necesario aceptarlo y aprender a vivir con ellas, de la misma manera que aquellos que buscan llegar a altos niveles en su carrera religiosa tienen que aceptar las reglas que les establece su iglesia.

Es al aprender cómo funcionan estas reglas cuando nosotros podemos realmente brindar nuestro grano de arena en el medio. Y de seguirse las reglas que se describen en este Manual, se puede asegurar uno de estar haciendo todo lo necesario para ser eventualmente un integrante activo y admirado del mundo del arte.

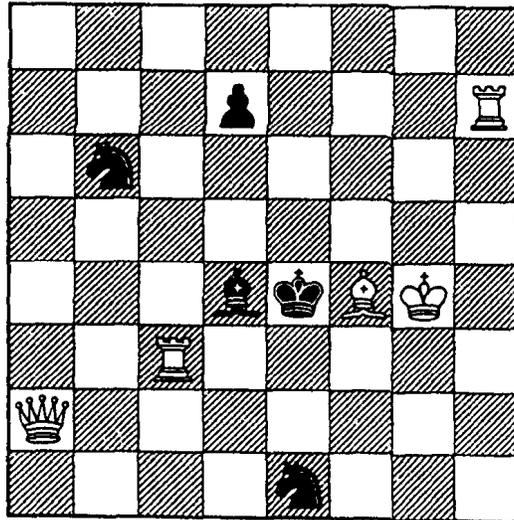
Para comprender los complejos procesos a los que obedece el mundo del arte, es importante primero reconocer con claridad los diferentes protagonistas que lo conforman, así como las características que definen a cada uno. El papel que juega cada miembro del medio artístico es, en su propia manera, fundamental para el funcionamiento adecuado del sistema. En este manual nos concentraremos particularmente en los siguientes jugadores clave, a los cuales les hemos dedicado secciones individuales en este libro: El artista, El curador, El crítico, El galerista, El coleccionista, y El director de museo.

Aunque esta lista no incluye otros jugadores importantes del medio del arte (el historiador de arte, el docente, etc.) hemos enfatizado estos seis tipos clave de personaje principales para que el lector pueda mejor comprender las dinámicas centrales del mundo del arte¹

¹ Por conveniencia, de ahora en adelante abreviaremos a la frase “mundo del arte” como como “MA”.

1. LAS PIEZAS DEL JUEGO

El MA es considerado por algunos como el juego intelectual más sofisticado jamás inventado. Para aprender a jugarlo, es útil para el estudiante novicio imaginarse al MA como si fuera un juego de ajedrez.



Tomando esa premisa, nos encontraremos con que el MA cuenta con toda clase de equivalentes a este antiguo juego, a saber:

- el rey (el director del museo)
- la dama (los coleccionistas o *trustees*)
- los curadores (las torres)
- los galeristas (los caballos)
- los críticos (los alfiles)
- los peones (los artistas)

Como las piezas de ajedrez, cada uno de los personajes que penetran el tablero se desplazan de acuerdo a los movimientos preestablecidos del juego. Los desplazamientos de las piezas, a diferencia del ajedrez, pueden ser de distinto tipo:

- Desplazamiento social: el relacionarse con alguna otra pieza del tablero.
- Desplazamiento económico: el controlar una pieza o piezas a través de adquisición económica (comprando obras de artistas o contratando curadores, críticos, etc.)
- Desplazamiento político: adquiriendo un puesto de influencia (director de una bienal, etc.)



Comenzamos por el rey -el director del museo. Esta en teoría es la pieza clave del partido, puesto que el que lo captura o controla gana el juego. El rey/director de museo, sin embargo, y como bien lo saben los ajedrecistas, es una pieza de valor contradictorio, pues a la vez de considerarse la pieza más importante por otra parte no tiene poder alguno por sí sola. El rey tiene un campo limitado para maniobrar, de casilla a casilla. Su poder radica exclusivamente en su estrategia y en su apoyo infraestructural, encabezado por supuesto, por la dama.



La dama (o el coleccionista, y en la mayoría de los casos, el coleccionista que se involucra como parte de la mesa directiva de un museo o *board*, y en ciertos países, la persona que administra la cultura) es la pieza más poderosa del tablero. Es la pieza que tiene más recursos de movilidad (movilidad económica, en términos del MA). La dama se mueve por todo el tablero y puede capturar a cualquier otra pieza, convirtiéndose en elemento definitorio de la partida. Su ineffectividad o incapacidad de maniobra, por otra parte, garantiza la pérdida de la partida. Es el peor error en el juego el enemistarse con la dama, puesto que estas son capaces de hacer y deshacer las carreras de todos los demás, incluyendo la del rey.



Las torres (los curadores) tienen poderes unilaterales que dependen del apoyo que les puede otorgar la dama y otros elementos. El poder de las torres depende de su posición en el tablero, lo cual explica el que algunos curadores tengan más poder que otros. Sin embargo, estas posiciones son altamente transitorias. En ciertas ocasiones, como en los finales (el equivalente a las bienales

y eventos con alta atención internacional) la influencia del curador es vital. Ciertas alianzas con las torres son vitales, como por ejemplo la torre y la dama.



Los alfiles (los críticos) siempre se mueven de forma diagonal, por no generar la impresión de que tienen tendencias de izquierda o derecha. Son los que constituyen el peso moral del juego, de ahí su asociación con la figura religiosa. De forma igualmente diagonal, sin compromisos, el alfil tiende a apoyar de lejos a los peones, (sus artistas favoritos) y a generar mancuernas con estos que son muy difíciles de romper para piezas importantes, hasta para una dama.



El caballo (los galeristas) es una pieza impredecible y de largo alcance, aunque su valor como pieza es solo mayor al peón. Viajan lejos (a ferias), llevando a sus artistas con ellos. Bien utilizados, los caballos pueden asegurar el éxito de un juego. Aquellos que montan el caballo adecuado pueden llegar, sin duda alguna, al éxito.



Los peones son, como dijimos antes y por supuesto, los artistas: las piezas a la vez más importantes e irrelevantes. Constituyen las piezas más populosas del tablero, dada su constante proliferación por las escuelas de arte que cada año los produce. Es difícil valorarlos individualmente al principio del juego. Sin embargo, conforme van avanzando, los peones comienzan a recibir apoyo de las otras piezas. Un peón que avanza al frente de las trincheras del tablero se considera peligroso, y sus contrincantes harán todo lo posible para exterminarlo. Sin embargo, en estas ocasiones, el peón avanzado adquiere tanto poder que se convierte en una pieza

preciosa para aquellos que están aliados con él, y este apoyo adicional le permite ocasionalmente llegar a la octava casilla para coronar- o sea, consagrarse como potencia en la historia del arte. Una vez coronado, el peón se convierte en Dama y de ahí en adelante es capaz de maniobrar con el mismo poder que la pieza más importante del tablero.

Las reglas del juego

1. En el MA no existe un solo jugador, o par de jugadores, o siquiera dos colores de piezas. De hecho, las piezas tienen muchos colores, determinados por su procedencia cultural y geográfica. En un tablero internacional la regla es que puede haber predominancia de piezas blancas, con algún porcentaje de otros colores. No se puede establecer un tablero a nivel internacional (es decir, una bienal) con piezas no-blancas, a menos de que se trate de un evento regional. En cuanto a las piezas no-blancas, no se pueden repetir digamos más de dos o tres piezas del mismo color, procedencia, género, etc.
2. Se emplea el principio ajedrecístico utilizado en torneos, conocido como *Round Robin*, o sea, *todos contra todos*. En esta dinámica, todas las piezas tienen las posibilidades de impactar su entorno y hasta cierto punto dirigirlo a través de alianzas, de acuerdo a sus posibilidades y poderes, siendo por supuesto el rey y la reina los que predominan en decidir cómo se va orquestando la acción.
3. Cuando se trate de ascender a nivel internacional, la confrontación principal será entre piezas del mismo color y tipo: solo pueden haber en una bienal internacional, por ejemplo, dos artistas de la misma raza, procedencia, y país. De manera que estos tendrán que confrontarse profesionalmente para entrar a torneos de nivel más elevado.
4. En el ajedrez, el objetivo del juego es capturar al rey. Aunque esto también es cierto en el MA (controlar al director del museo es una meta sumamente útil), la diferencia es que todas las piezas principalmente tratan de dejarse capturar por la Dama (el coleccionista). Debido a esta distinción, en el MA se debe de utilizar una estrategia que es tanto guerrillera como de seducción.
5. Las “tablas” se dan cuando las piezas del tablero consiguen impedir el progreso unos de los otros sin conseguir ellos mismos progresar. Sabemos que presenciamos unas “tablas”, por ejemplo, cuando una bienal nos resulta aburrida. En estos casos, nadie sale ganando, a pesar de haber luchado toda la partida por obtener beneficios.

Los jugadores rebeldes

En ocasiones, hay quienes no les gusta conformarse a las reglas tradicionales y por ello emplean estrategias poco ortodoxas, como lo son el tratar de jugar como curador y artista a la vez. Esta tendencia, originalmente nunca tolerada, se ha vuelto un poco más aceptable en tiempos recientes (se analiza el tema en la sección correspondiente al curador). Sin embargo, hay que notar dos inconvenientes. El primero tiene que ver con la “monovisión” de la sociedad del MA. Puesto que de por sí es en extremo difícil que un individuo sea recordado entre la multitud de profesionales que pueblan el medio, el tener una función dual solo vuelve doblemente difícil el desafío de ser recordado. En segundo lugar, aquellos que optan por tomar oficios híbridos no encontrarán tantos problemas en la aceptación de su doble oficio sino más bien en los incómodos efectos secundarios que se originan de tal estrategia. Por ejemplo, un artista que cura debe de acabar dedicando su carrera a corregir la percepción de que es curador porque no tiene demasiado éxito como artista- lo cual lo distraerá, de paso, de ejercer su actividad tanto de artista como de curador. Un curador que expone su propia obra artística tiende a ser menospreciado tanto por curadores como por artistas de tiempo completo, tanto por romper la pureza de la actividad curatorial como por servir de competencia a los artistas que supuestamente el mismo tiene que apoyar por oficio. Pero quizá la combinación menos recomendable es la del artista que hace crítica. Aquellos que realizan exclusivamente críticas positivas serán vistos con desconfianza, mientras que los que escriban críticas negativas generarán enemistades que tarde o temprano le afectarán en su carrera como artista. Es importante mencionar que no hay placer mayor que tener la oportunidad de criticar la exposición de un artista que es crítico.

2. LOS PROTAGONISTAS

El director de museo

Hemos descrito al director de museo, como el rey en el ajedrez. Sin embargo, el director se compara de forma más adecuada con el presidente de un grupo accionario. El director se especializa a administrar y gastar el dinero de otros, que por lo general es el presupuesto del museo que se le asigna. La misión del director, a través de estas inversiones, es la de generar recursos, ya sean materiales (como un fondo permanente, o donaciones de obras de valor histórico) o inmateriales (arte contemporáneo en general). Mientras que los recursos materiales son necesarios para generar inversiones, los recursos inmateriales brindan la confianza del mercado para que dichas inversiones tengan lugar. En otras palabras, un director debe de atraer coleccionistas para que éstos den donaciones monetarias o de obra, y para ello tiene que ocuparse de que la reputación artística de su institución crezca. La reputación institucional y su solidez económica no pueden existir una sin la otra, y como resultado un buen director se define por su habilidad de balancear dicha relación. Los directores no requieren, contrario a lo que se piensa, mucho conocimiento de la historia del arte. De hecho, aquellos curadores y/o historiadores que se convierten en directores de museo por lo general tienden a perjudicar a la institución. Mucho más importante es su capacidad política y de recaudación de fondos.

Algunas reglas sobre el comportamiento del director y de la interacción con estos incluyen:

1. El director deberá de actuar siempre como si estuviera “en campaña”. La dirección de un museo es un cargo político en esencia. El comportamiento del director por lo tanto deberá de seguir el formato del político común y corriente. El director deberá de estar preparado para proyectar efusividad, interés y energía, prometiendo transformaciones y mejoras, sin comprometerse en ningún momento a ningún plan en particular.
2. El director tiene la obligación de censurar exposiciones que considere potencialmente perjudiciales para su institución o que resulten ofensivas para los miembros de su mesa directiva. Sin embargo, tendrá que observar la mayor cautela al efectuar la censura, nunca llamándola como tal. El ser descubierto efectuando censura en su propia institución significará el final de su carrera. El buen director se distingue, por consiguiente, por su habilidad de disimular la censura. Una manera útil para realizar la censura para una exhibición que planea incluir obras problemáticas es el cambiar la premisa de la

exposición de forma en que estas obra en particular no tenga cabida en el sentido temático.

3. El director tiene asimismo la necesidad de realizar tratos implícitos con patrocinadores que le ofrezcan proporcionarles recursos clave de operación. En algunas ocasiones, estos contratos se definen como “conflictos de interés programático”, como es, por ejemplo, otorgar dinero para una exposición cuando la misma persona que “dona” el dinero a la institución es el autor o dueño de las obras. En estos casos hoy rutinarios, el director debe de observar la máxima discreción. Se considera mala educación por parte del director de ceder ante la presión de la prensa y revelar los detalles secretos del acuerdo con el patrocinador, puesto que esto sería un insulto a éste último. En cuanto a la institución el daño sería catastrófico, pues por un lado perdería la posibilidad de efectuar acuerdos secretos a futuro con cualquier patrocinador potencial y por otro perdería la credibilidad ante el público.
4. El director debe siempre generar la impresión que está al tanto de lo que ocurre en su institución. Es bien sabido que los directores están por lo general demasiado ocupados por sus responsabilidades sociales para dirigir su museo, por lo que es aceptable que el director le indique a uno de sus asistentes el ejecutar sus funciones diarias (correspondencia, email, etc.) siempre y cuando no se rompa la hermosa ilusión que el director efectivamente de encuentra de forma omnipresente al mando de la institución.

El coleccionista

El puesto del coleccionista es el más envidiable de todos, puesto que el coleccionismo no constituye una profesión sino un pasatiempo. Los coleccionistas no reciben presiones ni influencia de ninguna otra parte del MA. Por lo general, el coleccionista ejerce su actividad como un hobby de forma libre aunque no necesariamente desinteresada, puesto que algunos otros lo ejercen como deporte profesional, compitiendo con otros coleccionistas.

El coleccionista rara vez tiene una formación artística, y en general ésta no es necesaria para coleccionar. Se guían de especialistas (curadores, directores de museo) que los asesoran en sus compras. Sin embargo, el coleccionista de hoy en día ha evolucionado. Antiguamente, a mediados del siglo veinte, los coleccionistas simplemente daban los fondos para la cultura y apoyaban a los artistas al comprar sus obras. Hoy, en cambio, los coleccionistas son los que controlan el mercado. Dado que los artistas conforman en cierta medida sus portafolios

accionarios, como resultado los coleccionistas tienen un interés económico que determina la dirección del MA. Un coleccionista influyente, por ejemplo, que decide deshacerse de todas las obras de un artista en su colección, puede forzar una caída en los precios de dicho artista. Por otra parte, dada su movilidad económica y física, los coleccionistas están por lo general expuestos a la mayor cantidad de artistas y obras, y siendo los clientes principales de las galerías y los museos, son los que pueden presionar efectivamente para que se muestre cierto tipo de arte. Dado que el arte inmaterial no suele tener una dimensión adquisitiva, de aquí se puede comprender que el arte inmaterial no sea favorecido en el MA.

¿Que es lo que constituye a un buen coleccionista? Como en cualquier deporte, los coleccionistas deben de adquirir una buena puntuación en las siguientes categorías: a) calidad de sus obras en su colección; b) tamaño de su colección, c) record filantrópico (cantidad de obras que han donado o que han prometido donar anteriormente) d) apoyo familiar (para asegurar a la institución que la familia no intentará retener las obras prometidas en el testamento del coleccionista a la muerte de este, o convencerlo de cambiar su testamento a la última hora), e) Cantidad de afiliaciones institucionales (un coleccionista afiliado con más instituciones disminuye sus recursos de donación) f) Interferencia con la agenda institucional (es preferible, en el mejor de los mundos posibles, tener a un coleccionista que simplemente otorga recursos sin exigir control del contenido de la agenda institucional, aunque muchos consideran que esto es una cosa del pasado), g) Aspiraciones culturales (algunos coleccionistas incluso intentan curar, lo cual constituye un gran problema para las instituciones), y h) talento como anfitrión (dado que son los coleccionistas los que subvencionan la mayoría de los eventos sociales del MA).

Los siguientes son algunos puntos de etiqueta para el buen coleccionista:

1. El coleccionista deberá de aceptar su papel y estatus en el MA. Algunas responsabilidades incluyen el tener que asistir a reuniones de patronato, inauguraciones exclusivas, y financiar de vez en cuando cenas de gala para las instituciones que apoyan.
2. El coleccionista deberá de ejercer la facultad de la paciencia. Deberá de comprender que el MA en su totalidad se encuentra en constante competencia por su atención. Incluso en los casos en que no esté interesado en alguien, deberá de mostrar cortesía para aquellos que le muestran mercancía o lo invitan a eventos sociales.
3. El coleccionista no deberá de abusar de su poder obligando a curadores, artistas y galeristas a ver su álbum familiar, o sentándolos a ver cada obra de su colección, especialmente si esta rebasa las cuatro mil obras.

4. El coleccionista no deberá de ser demasiado cruel en el proceso de seducción de un galerista o artista, haciéndoles creer que está interesado en ellos cuando en realidad solo le interesa divertirse.
5. Similarmente, el coleccionista deberá de tener cierta consideración hacia todos los galeristas, artistas, y curadores alrededor suyo. Al organizar una cena o evento social, todos ellos estarán obligados a asistir, escuchar, y asentir de manera aprobatoria, e indefinidamente, cada uno de los comentarios y ocurrencias que pasen por la mente del coleccionista. Es importante para el coleccionista comprender, sin embargo, que la razón por la que su corro está reunido es exclusivamente de tipo laboral: sus comentarios, por consiguiente son similares al caso del jefe que somete a sus oficinistas a un eterno relato de sus vacaciones. El coleccionista debe de comprender que sus preocupaciones, generadas por una vida de privilegio y poder, son por lo general completamente incomprensibles, irrelevantes, e inclusive superficiales para cualquiera que depende efectivamente de un trabajo para vivir.
6. Muchos coleccionistas, al establecer su colección, comenzarán a buscar maneras de deshacerse de las obras de ciertos artistas que no están “al nivel” del resto de la colección, en particular aquellos que representaron adquisiciones tempranas. Esta actividad, si bien es esencial en muchos casos, es extremadamente delicada y en la medida en que la colección es importante, el deshacerse de una obra puede desatar una crisis en la carrera del artista. En estos casos el coleccionista deberá de mantener la máxima discreción.
7. En ocasiones, aquellos coleccionistas que sirven como miembros de la mesa directiva de un museo, tendrán la posibilidad de presionar al director para exponer a aquellos artistas que conforman su colección privada. Es poco ético, sin embargo, el influir al museo a que opere de esta manera sin posteriormente prometer la donación de algunas de estas obras de la colección propia al museo. Ya que el museo arriesga su reputación al doblegar su programación a los deseos del coleccionista, éste por su parte deberá también de mostrar su apoyo.
8. Se recomienda al coleccionista que, para adquirir cierta perspectiva de la situación de los otros, tome “cursos de realidad”. Dichos cursos consisten en imaginarse su propia vida sin ninguna clase de recurso económico garantizado, y tener que vivir a través de su propio talento innato. Dado que estos cursos pueden ser en extremo traumáticos para la

mayoría de los coleccionistas, se recomienda participar en estos cursos por solo tres o cuatro días a lo sumo.

El coleccionista entre los suyos

El coleccionista, quien es por lo general alabado y admirado por todos, solo debe temerle a otros coleccionistas- su única y verdadera competencia. Los otros coleccionistas serán celosos de sus respectivos territorios, y como niños que coleccionan tarjetas deportivas, harán todo lo posible por obtener aquella obra que todos ansían tener. Como resultado, el coleccionista debe operar con mucha cautela entre sus colegas, dar poca información acerca de sus relaciones con ciertas instituciones, y mantener una relación cordial con sus colegas.

La crisis del sofá de la sala

El coleccionista suele confrontar el proceso de convencer a su familia (particularmente con su cónyuge) que su afición de coleccionar arte es valiosa. Entre los varios dilemas que confrontará, el mayor de todos se suele dar cuando el coleccionista se ve motivado a comprar una obra cuyo cónyuge no aprueba o considera que no combina con el sofá de la sala.

En este caso, será su responsabilidad el tomar ciertas precauciones para no defraudar al artista ni tampoco a su cónyuge. Una de estas precauciones puede incluir el comprar sofás adicionales de diferentes colores que puedan combinar con toda obra, mandar construir una sala adicional, o enviar la obra para la casa de invierno de San Diego o Miami.

El administrador cultural y la etiqueta de la omnipotencia

En algunos países donde apenas hay coleccionismo y las artes son subvencionadas por el estado, el administrador cultural desempeña un papel muy importante que es necesario mencionar aquí. Se entiende como administrador cultural a aquella persona con un cargo de poder gubernamental en la cultura del país, que tome decisiones que influyan en el curso de éste. La diferencia principal entre el coleccionista y el administrador cultural es que mientras el coleccionista tiene un interés económico y a veces fatalmente creativo en el MA, el administrador tiene un interés político (y a veces también, fatalmente creativo). En ciertas instancias, las reglas del coleccionista se aplican también al administrador cultural, aunque hay que añadir algunas otras:

1. El administrador cultural deberá de decir que tiene experiencia en las artes visuales, dado que en la mayoría de estos casos solo el 1% de los administradores culturales ha tenido una formación artística. Por otra parte, discretamente tratará de tomar cursos de superación tan pronto le sea dado su cargo, en particular si se ha obtenido el cargo por ser el cónyuge o amigo(a) de alguien de importancia en el gobierno. El administrador cultural deberá de hacer el esfuerzo de tomar clases nocturnas de literatura, historia de arte, e historia de la música.
2. El administrador cultural hará el esfuerzo de no vengarse de las críticas del medio artístico a través de curar exposiciones o decidir que ciertos temas son de importancia para el mundo del arte.
3. El administrador cultural deberá de presentarse a los cocteles de inauguración solo para el acto oficial, desapareciendo discretamente una vez terminado éste. El permanecer en la fiesta una vez terminada la parte oficial, hará correr el riesgo de que se desanime la fiesta.
4. En el caso que la tía del administrador se autoproclame como artista y exija una exposición individual en el museo nacional del país, el administrador deberá de resistirse a tales presiones. En cambio, deberá primero impulsar la carrera de la tía consiguiéndole becas y exposiciones en el extranjero, con el fin de que al realizarse la retrospectiva no sea vista como un acto de nepotismo.

El curador

Las responsabilidades del curador en el mundo del arte son de importancia capital. El curador, como modelo moral, ético, intelectual y en cierta forma paternal o maternal de los artistas, debe en todo momento mantener un comportamiento ejemplar en sus acciones. El curador es asimismo el ancla cultural, ideológica, y teórica del mundo del arte. Ser curador es por consiguiente una gran responsabilidad y aquellos que sobresalen en su oficio son aquellos que lo ejercen con gran sabiduría. Por otra parte, el curador debe desarrollar un sexto y un séptimo sentidos, ambos cruciales para triunfar. Su sexto sentido es saber qué artistas jóvenes tienen potencial de ser exitosos en el futuro, con el fin de apoyar sus carreras – y eventualmente beneficiarse tomando crédito como “descubridor” del artista. Su séptimo sentido es saber cómo balancear una agenda de contenido interesante con recursos económicos para realizarla- o, en otras palabras, saber traducir sus complejas ideas contemporáneas al lenguaje del coleccionista (la dama) que las pueda financiar.

A continuación enumeramos algunos aspectos claves del comportamiento apropiado que debe de seguir un curador.

1. El curador debe tener (o si no, aparentar convincentemente) conocimiento de la obra de todos los artistas existentes en su campo. Falta de conocimiento de un artista o falta de conocimiento de los eventos más recientes en el mundo del arte puede ser indicativo de la falta de preparación del curador. Mientras más conocido el artista o evento, más grave es la falta por parte del curador. En ocasiones, algunos curadores influyentes han utilizado esta regla a la inversa de forma efectiva: al pretender que no conocen a cierto artista que les resulta antipático, pueden obstaculizar la carrera de éste.

2. Sin embargo, por regla general, el confesar que no se conoce a un artista en particular en un evento social puede resultar en extremo embarazoso para un curador. De manera que los curadores deben a toda costa el evitar el entrar en tal situación, cambiando el tema de la conversación, o asintiendo ambiguamente cuando se habla del artista o evento en cuestión, sin confesar del todo su ignorancia. Otra vía de escape, especialmente cuando se le pregunta directamente al curador si conoce a tal artista o evento, es decir una frase como “sí, creo que he oído de este evento (o este artista)”.

3. En el ámbito social, el curador debe de dominar el arte del *namedropping* (ver Glosario). Asimismo, algunos curadores suelen referirse siempre a artistas famosos usando su nombre de pila, (por ejemplo, “Matthew”, “Cindy”, “Jeff”, etc) con el fin de sugerir familiaridad y por tanto compenetración entre sus sujetos de estudio.

4. Los curadores que trabajan para grandes museos e instituciones, y que en teoría son responsables por el contenido artístico de la institución, deberán de dominar el arte de la “contextualización temática”. Las exposiciones realizadas por estas instituciones por lo general se deciden por vías externas al poder del curador, que por lo general es limitado. Esto coloca al curador en una situación comprometedora: en estos casos, el curador no puede públicamente afirmar que la idea de dicha exposición no fue suya, pues eso indicaría su falta de poder institucional. De manera que el curador debe de generar una lógica curatorial *a posteriori* que explique por qué cierta exposición es vital. En ocasiones, la “contextualización temática” puede incluir el escribir un ensayo para el catálogo de la exposición.

5. Los curadores, como los políticos, deben de mantener una actitud cordial con todos los artistas. Por más deficiente que sea un artista, es importante para el curador el pretender al menos atención y comprensión hacia ellos(as), dado que uno nunca sabe quien acabará ascendiendo a la cúspide artística.

Principios feudales

Es importante para un curador comprender que los artistas pueden convertirse efectivamente en sus “territorios” (aunque no es necesariamente recomendable comunicárselo al artista). El curador asciende en importancia en forma directamente proporcional a la cantidad de relaciones profesionales ha realizado con artistas importantes. El curador que no ha trabajado con artistas importantes no tiene mayor relevancia ni peso institucional. Por eso es importante para un curador, lo antes posible, comenzar a “apropiarse” de artistas. Un método efectivo es realizando exposiciones multitudinarias, de cien artistas o más, pues eso multiplica las posibilidades del curador de expandir su alcance.

El curador desempleado

A los curadores que no tienen trabajo se les denomina *curadores independientes*. Estos no tienen la clase de obligación institucional de los curadores de museo, pero ellos también estarán sujetos a desafíos de “contextualización temática”. El curador independiente se encuentra siempre en el dilema de tener que trabajar con proyectos no necesariamente atractivos o de particular interés para su carrera, pero que no se pueden pasar por alto por generar cierta remuneración económica. En esos casos, es responsabilidad del curador el esforzarse por generar una hábil “contextualización temática”. Cualquier deficiencia de actuación repercutirá negativamente ante todos los involucrados. Hay que aclarar asimismo que los curadores independientes deben de esforzarse mucho por mostrar constantemente extrema productividad, realizando siempre un proyecto nuevo para mostrar que su carrera sigue en pie, así como sostenerse económicamente (a diferencia de los curadores institucionales, los cuales pueden trabajar tranquilamente en un proyecto por varios años). La vida del curador independiente se vuelve como resultado una vida de sumo estrés, y los proyectos constantes que estos generan tienden a ser desiguales, por el corto tiempo con el que se planean. De manera

que el curador independiente no deberá de hacer alarde de su exceso de proyectos, (pues en vez de impresionar será visto como demasiado abarcador) sino que deberá proyectar una imagen serena de control y selectividad.

El consultor de arte

Algunos curadores desempleados optan por convertirse en “consultores de arte”. Los consultores de arte son aquellos que, como los curadores independientes, tampoco tienen trabajo pero adaptan su práctica hibridizando el área curatorial y la del galerista. Los consultores de arte establecen arreglos con galerías y se especializan en entablar amistades con coleccionistas en extremo adinerados y en extremo ignorantes del arte para decorar sus residencias con obra. Es la obligación del consultor de arte el vestir extremadamente bien, con el fin de compensar su falta de afiliación institucional, así como tener un conocimiento profundo de la vida de la clase alta con el fin de poder conversar con los coleccionistas y ganarse su confianza. Es deseable que el consultor de arte tenga amplio conocimiento de diseño de interiores y esté suscrito tanto a *Artforum* como a *Martha Stewart Living*.

El curador regional

Aquellos curadores en países marginales que se encuentran desempleados y/o ignorados por el MA internacional, siempre pueden encontrar trabajo presentándose como “expertos regionales”. Si bien en el MA un curador periférico rara vez puede conseguir curar una exposición sobre un tema internacional, siempre se le darán amplias oportunidades para hablar de su localidad. Solo se deberán de cuidar en estos casos de no desarrollar amarguras o resentimientos hacia el medio mismo que le otorga su diaria subsistencia.

El curador-director artístico

Una forma bastante popular de ejercer el oficio curatorial es el adoptar la estrategia establecida por Harald Szeemann, comúnmente conocida como la del “curador-director artístico”. El curador-director artístico hoy en día tiene la característica de generar ideas curatoriales con antelación y posteriormente proceder a encontrar artistas que encajen

dentro de esas ideas. Un curador/director artístico tiene las ventajas de no tener que invertir el tiempo en investigación o en prestarle atención a los temas de relevancia que se dan en la obra de artistas contemporáneos, puesto que las ideas para sus exposiciones provienen exclusivamente de su propia imaginación. Esta clase de práctica hoy en día es muy efectiva. Dada la competitividad y vasta oferta de artistas, no será ningún problema encontrar grupos de artistas que generen obra bajo cualquier tema o premisa. Este proceso de generación de exposiciones puede ser de alto entretenimiento para el curador.

El curador ventrílocuo

El oficio de curador-director artístico puede evolucionar en otras estrategias. Se les conoce a algunos como *curadores-ventrílocuos* a aquellos curadores-directores artísticos que han decidido trabajar con artistas que funcionan virtualmente como sus asistentes, siendo lo suficientemente maleables para implementar sus ideas por el mundo y convirtiéndose así en representantes de las ideas estéticas de dicho curador. La estrategia de *curador-ventrílocuo* es fundamental para establecer una verdadera influencia internacional como teórico.

Es importante hacer notar que la estrategia de *curador-ventrílocuo* se puede aplicar también por artistas que quieran tener cierta injerencia en su medio, nutriendo un grupo de seguidores de mayor o menor talento dependiendo el caso, pero que a toda costa estén supeditados y flexibles ante las directivas temáticas del artista. Es innecesario enumerar las ventajas de dicha relación tanto para el *ventrílocuo* como para sus seguidores, puesto que éstos se beneficiarán de las oportunidades que el ventrílocuo les ofrezca, y este se beneficiará generando una base de apoyo y un legado histórico. Los artistas en ámbitos de enseñanza académica se pueden beneficiar mucho de este método, pues realizarán extensiones de sus propias carreras en las vidas de sus estudiantes.

El curador-especulador

El curador muy experimentado puede comenzar a generar estrategias aún más sofisticadas en su interacción con el medio artístico. A algunos de estos se les conoce como *curadores-especuladores*. El curador-especulador se sirve de una estructura de apoyo que consiste en establecer una relación privada con una galería, y a través de la credibilidad que le otorga su posición supuestamente imparcial, disimuladamente apoyar

por un lado las carreras de los artistas con los que esta galería trabaja y por otro compartir las ganancias que el incremento de su reputación genere en ventas. Por supuesto, en la medida en que estas relaciones se hagan más públicas, el curador-especulador perderá su habilidad de maniobra, por lo que se recomienda que aquellos que entren en estas tareas lo hagan con la mayor discreción posible.

Sobre la pubertad curatorial

La pubertad curatorial, si bien es un reciente fenómeno iniciado por Hans Ulrich Obrist, desafortunadamente no es una posibilidad para todos los curadores jóvenes. Mientras que la juventud puede ser ventajosa en el campo del arte contemporáneo, y se puede llegar a récords precoces, es difícil hacerse respetar en el medio cuando se comienza una carrera institucional. Los curadores jóvenes que tengan el deseo de triunfar en su campo se deben de atener a ciertos comportamientos estratégicos:

1. El curador joven debe de conseguir el asociarse con un “mentor”, de preferencia un curador de relevancia internacional. Estos curadores, por lo general, requieren de asistentes curatoriales que les realicen todo su trabajo con el fin de poder viajar a las innumerables bienales y exposiciones que organizan. El protestar acerca de realizar el trabajo del curador internacional es contraproducente- al contrario, el curador joven debe de callar y producir. Tan solo el curador joven debe de asegurarse que el curador internacional lo tendrá en mente en el futuro y será capaz de retribuir con contactos.
2. El curador joven deberá de competir con otros curadores jóvenes para infiltrarse en la institución o en el país en el que trabaje. La competencia será desagradable, pero necesaria. Ante todo momento, el curador joven deberá aparentar que no está compitiendo con nadie, dedicándose exclusivamente a su trabajo.

Entre sábanas con el artista

Es común entre asistentes curatoriales el tener que estar a cargo de las agendas y logística de viaje y trabajo de los artistas internacionales que llegan a exponer a su institución. Esto suele derivar también en breves incidentes sexuales, “flings”, y demás. No se recomienda acostarse con los artistas, dado que esto puede degenerar en rumores y en descrédito total para el

asistente curatorial. Sin embargo, por otra parte el asistente curatorial no debe de desechar el interés que un artista le profesa con el fin de establecer una relación más permanente. Si esto implica el dormir una noche con el artista, se tendrá que tener la máxima discreción, por beneficio propio y del artista.

El delirio de grandeza

Es tendencia común del curador joven que comienza a trabajar en una institución el embriagarse con el poder que le otorga el título de “curador” le da en eventos sociales. De inmediato recibirá atención especial en su entorno. Esto puede conllevar a hablar de más, generando la impresión de que se tiene más influencia dentro de la institución de la que se tiene en realidad (que al principio es casi siempre nula). Mientras que el asistente curatorial puede utilizar estas impresiones ventajosamente, debe de cuidarse mucho de que esto no genere en rumores que lleguen a los oídos de sus supervisores.

Como ordeñar al artista exitoso

Es una impresión generalizada que en las relaciones artista-curador es el curador el que tiene la mayor influencia. En realidad, en la medida en la que el artista es reconocido, este puede ir obteniendo gradualmente mayor control de los curadores con los que trabaja, y se convierte por otra parte en una oportunidad para los curadores mismos de ser validados en el mundo del arte. Hay pocas fortunas curatoriales más importantes que el fomentar una relación con un artista importante- pues dicha relación le otorgará al curador influencia en la institución en la que trabaja, así como reconocimiento externo. El artista reconocido, por su parte, estará consciente de la importancia de su inclinación hacia ciertos curadores y procurará no abusar demasiado de ellos.

Sobre la esgrima curatorial

Al igual que entre artistas, el trabajo curatorial es altamente competitivo. Sin embargo, se debe de mantener una relación cordial entre otros curadores. El curador debe de tener presente que otros curadores se sienten algo posesivos de ciertos artistas (cf. “principios feudales”), de manera que deben de proceder con cautela al comenzar a trabajar con cierto artista distinguido- pues esto puede despertar los celos de otro curador, y por consiguiente, su enemistad. Dado este caso, si un

curador A organiza una exposición sobre un artista cuya obra un curador B se considera especialista, es de buena etiqueta por parte del curador A el invitar al curador B a escribir un ensayo del catálogo para esa exposición. De no proceder de esta manera el curador A, el curador B tendrá todo el derecho de excluir al curador A de todo proyecto de ahí en adelante, de trabajar con todos los artistas que sean especialidad del curador A, y de difundir su falta de cooperación entre otros curadores con el fin de que nadie vuelva a trabajar con él.

La etiqueta Psicológica del curador

Muchos curadores (en especial del tipo “director artístico” o “curador-ventríloco”) creen que, dada su influencia en el medio, tienen derecho a modificar la obra de los artistas- por ejemplo, sugiriendo cambios en el formato de las obras, en los colores, materiales, temas, problemas de manufactura, etc. y efectivamente, algunos artistas tienden a satisfacer dicha demanda dado su enorme deseo de satisfacer al curador en general. Sin embargo, este tipo de actos genera una dependencia incómoda para el curador: si no se es cuidadoso en emplear esta estrategia, muy pronto los artistas comenzarán a acudir a dicho curador para recibir ideas o aprobación de todo tipo. De manera que aquellos curadores que quieran influir en la producción de sus artistas deben de emplear las estrategias psicológicas que se muestran a continuación.

De todas las relaciones de intermediación que deben de dominar los curadores, es la relación con los artistas la que suele ser la más compleja y menos fácil de predecir, dada la inconstancia y extravagancia que caracterizar a los creadores. Los siguientes lineamientos de conducta pueden ayudar al curador a efectuar su tarea de forma más efectiva.

1. La relación entre el artista y el curador se puede caracterizar como “amor profesional”. Por esta razón, el curador nunca debe de revelar al artista su preferencia por otros artistas. A pesar de que la labor de seducción del curador hacia el artista es mucho más fácil que a la inversa, el curador debe de cuidarse de no dar por un hecho el “afecto” de un artista. Para conseguir esto, el curador debe de mantener al artista fuera de cualquier otro trámite o conversaciones con otros artistas. Esto genera solamente resentimientos y dudas por parte del artista de la honestidad del curador.

2. En ocasiones, a un artista se le invita por su género, raza, o porque otro artista más prominente de su tipo declinó participar. En estos casos, el curador nunca debe de revelarle al artista las verdaderas situaciones políticas que podrían motivar su selección en la exposición.
3. Cuando un curador desea incluir una obra en particular de un artista en vez de otra que el artista prefiera, debe de cuidadosamente emplear una técnica de persuasión basada en el elogio (“esa sería sin duda la mejor obra de la exposición”) y la competencia con otros artistas (“fulano va a mostrar la obra x, que se parece mucho a la obra que quieres exponer”) para que sea el artista mismo que concluya que la obra más adecuada para exponer es la que el curador ha querido mostrar desde el principio.
4. En el caso de artistas cuyo apogeo creativo ya ha pasado, el curador por lo general querrá incluir obras que correspondan a ése, su mejor período. En cambio, el artista querrá mostrar obra reciente, que por lo general no es del mismo nivel que la anterior y que pocos quieren mostrar o ver. El curador tendrá que utilizar todo su talento para convencer al artista que el mostrar esa obra “histórica” ayudará a contextualizar mejor la exposición, mostrando que el artista ha sido un precursor crítico.
5. El curador siempre debe de dejarle al artista la impresión de que esta es la primera de muchas invitaciones a exponer. El artista de esta manera quedará permanentemente en expectativa de estas invitaciones, lo cual deja al curador siempre en una posición ventajosa.

Google como recurso curatorial

Uno de los grandes desafíos del curador es el mantenerse prolífico dentro del MA, generando múltiples ideas para exposiciones y para ensayos. A continuación hay algunos principios esenciales para generar proliferación:

1. Para generar ideas rápidas para exposiciones: a) abrir el diccionario a la mitad y poner un dedo al azar. b) seleccionar la palabra en cuestión y hacer una búsqueda en “google” usando esa palabra y “arte contemporáneo”. c) armar una lista preliminar de artistas a partir de los nombres que surjan mencionados de tal búsqueda bajo ese tema. Por ejemplo, si la palabra es “animal”, la búsqueda resultará en una útil lista de artistas que trabajan con el tema del mundo animal.

2. Para escribir un ensayo sobre cualquier tema para una revista, usar “google” con el tema del ensayo junto con la palabra “conceptual”. Se utilizarán los resultados de la búsqueda como bibliografía.
3. Para completar cualquier proyecto de publicación, realizar una entrevista con el artista. Las entrevistas son de enorme utilidad puesto que previenen el tener que adoptar cualquier tesis, ponen la presión sobre el artista, y se pueden generar muchas páginas de texto con solo unos minutos de conversación.

Etiqueta mercantil:

El galerista y su galería

Ser galerista es un posiblemente el oficio más difícil en el MA, y posiblemente después del crítico, el menos atractivo- aunque por otra parte, es también el que más puede rendir beneficio económico. Una galería es antes que nada un negocio, si bien sujeto a variables por lo general fuera del control del galerista, como lo son los vaivenes de gusto, la buena o mala fortuna de las carreras de los artistas que representan, y los vaivenes del mercado. Sería más lógico para muchos el desistir de vender obra de arte y dedicarse a vender bienes con demanda y valores constantes. Pero por supuesto, la labor del galerista es fundamental y por ello debemos todos apreciar profundamente quienes haya quienes se dediquen a la incómoda relación entre el valor incalculable de lo espiritual del arte y el valor práctico de éste.

Aquí se juntan algunas breves reglas de conducta para el galerista, inspiradas en el ejemplo impuesto por aquellos que han triunfado en su oficio.

1. *El galerista es su galería.* Esta regla será evidente tanto para cualquier galerista como para un asiduo visitante de galerías. No se puede tolerar una galería sucia, ni un espacio que no esté limpio y completamente neutral. No sólo la falta de limpieza será reflejo de la poca sofisticación del galerista, sino que representa una falta de respeto para el visitante.
2. Hay que recordar que el arte contemporáneo es, generalmente, incómodo de mirar y en ocasiones altamente cuestionable en términos de moral. Por eso es necesario que un galerista se esmere en generar un espacio incorruptible visualmente donde puedan existir estas obras. En la galería debe de predominar una armonía neutral. Hay galeristas que contratan a especialistas en *feng shui* para inspirar las buenas vibraciones, lo cual se

recomienda. No se recomienda poner ajos en la entrada de los espacios, ni cualquier otro acto de santería, pues si bien estos pueden ser buenos para ahuyentar a los malos espíritus, también puede ahuyentar a los compradores que no crean en tales prácticas (así como a aquellos coleccionistas que tengan mal espíritu, pero cuyas compras han de ser igual de deseables que los de buen espíritu).

3. Esta regla anterior podrá ser ignorada si como parte de la estrategia del aspecto de la galería se busca hacer un *statement* estético, dejando, por ejemplo, las paredes descarapeladas, iluminando la tubería industrial, o luciendo acuarios empotrados en algunos de los muros. Sin embargo, estas decisiones de diseño no son populares entre los coleccionistas más influyentes, y sobretodo se deben abandonar apenas se comience a obtener cierto reconocimiento. A los coleccionistas europeos de nivel económico mediano les atraen las galerías de Brooklyn y de otras partes de la periferia, pues existe cierta fascinación por encontrar un producto exótico, pero llegará el momento en el que el galerista tendrá que vestirse de blanco y ponerse lentes oscuros para asistir a la biennial de Venecia y mudar su galería a Chelsea para indicar su nivel.

4. El galerista deberá de vestir de forma imaculada, de preferencia vistiendo camisa de corte inglés y saco sport en días comunes y corrientes, en el caso de los hombres, y de negro de ser mujeres. En cuanto a los hombres que no sean gay (que son los que más ayuda necesitan por lo general en su forma de vestir) se recomienda un traje sobrio que refleje el carácter de su galería. No se recomienda portar camisas especiales con el logo de la galería. En cuanto a los asistentes, se recomienda ante todo contratar a mujeres y hombres atractivos entre 20 y 23 años, las mujeres vestidas de negro pero con trajes reveladores, y escotes bajos. (El contratar a asistentes con acento extranjero es siempre útil en estos casos). Los estudios sobre venta de arte contemporáneo indican que los coleccionistas (en su mayoría hombres caucásicos mayores de 40 años, y la mitad de ellos gay) responden favorablemente al atractivo visual que ofrece un asistente, y esto fomenta una disponibilidad especial para ventas.

5. El galerista deberá, en la mayoría de los casos y por cuestiones prácticas, tener su escritorio a la vista en la galería. De darse ese caso, no se le deberá ver jamás en ninguna clase de actividad ociosa. Se le deberá ver siempre, si no en una junta, hablando por teléfono o trabajando en su computadora. El dueño de la galería nunca debe de estar

presente en la galería misma, para generar misterio. Debe de ocultarse en una oficina privada, con el fin que los clientes importantes aprecien el tratamiento especial al ser conducidos a ésta.

Como diseñar una galería con gusto

Para los galeristas ya exitosos con galerías que han obtenido renombre internacional, se recomienda un diseño arquitectónico especial conocido como el “Mary Boone”, en honor a la galerista que mejor lo domina. Este consiste en colocar a un asistente en traje oscuro y sobrio en un escritorio de aluminio inoxidable, frente a cientos de ficheros escrupulosamente en orden.



Aunque algunos críticos –posiblemente celosos- han llamado a este intimidante estilo de diseño “neo-nazi”, es indudable que tal diseño comunica poder y credibilidad, infundiendo respeto al visitante de la galería.

Reglas de vestimenta galerística

En las ferias de arte, el galerista deberá de observar su estilo personal con los más altos escrúpulos, con el fin de distinguirse ante el casi infinito grupo de galerías que se congregan en cada feria. Se recomienda no pecar de originalidad- disfrazándose de pene, por ejemplo, a instancias de alguno de sus artistas conceptuales, o mostrando las partes privadas. Si bien es importante apoyar a los artistas de uno, es importante guardar siempre cierta clase y no caer de ser expositor a ser exhibicionista.



La galerista Valerie Monroe Shakespeare, autoproclamada “exhibicionista de arte contemporáneo”, y traje de galerista diseñado por Maurizio Cattelan.

Tolerando al visitante

Los galeristas deberán de ser educados y considerados a todo aquél que entre en su galería, y tratarlos como si estuvieran en su casa. Este es uno de los grandes desafíos del galerista, que en gran medida está obligado a lidiar con artistas inexpertos que buscan representación, sacando sus diapositivas justo en el momento en el que el coleccionista más importante pasa por su espacio, o señoras necias sin intenciones de comprar que solo buscan con quien platicar. Es obligación del galerista el disimular interés en cualquier tipo de conversación.

La leve arrogancia como virtud

Al enfrentar al coleccionista, el galerista deberá aprender a dominar un balance de comportamiento que no lo presente jamás como servil, pues esto suele ser interpretado como falta de experiencia o desesperación por vender. El galerista debe de mostrar cierta arrogancia y en ciertos casos, un muy leve racismo, como si estuviera dando permiso al visitante de estar en su espacio. Esto será bien visto por los coleccionistas como un indicio de que la galería es como un club social al cual ellos quieren pertenecer.

Comportamiento ferial

Una de las estrategias más difíciles de dominar para todo galerista es la de *omnipresencia espacial*, en particular en una feria de arte.

En las ferias las cosas suceden rápidamente, y el costo de alquiler de espacio es tan elevado que el galerista debe asegurarse de aprovechar cada segundo y de evitar que cualquier comprador potencial se escape.

El galerista que es omnipresente auditiva y visualmente consigue este objetivo, al tener una conversación con una persona de forma simultánea a estar perfectamente al tanto de lo que está ocurriendo en su espacio de exposición- si entra, por ejemplo, algún coleccionista influyente. Los galeristas con experiencia logran, de esta manera, de estar enterados de cuatro transacciones simultáneas, y a la vez generar la impresión al coleccionista que están dedicados de lleno a cada uno.

Durante las ferias, el galerista dominará el arte de la conversación inocua. Está completamente prohibido el que el galerista haga cualquier clase de comentarios negativos en estas interacciones. El galerista puede quizá conmiserar con sus visitantes de aspectos inocuos como el clima, los pesados trámites del aeropuerto, la comida local, etc. Pero en ningún momento debe de criticar a su competencia en público ni mucho menos hablar de sus propios problemas económicos. En cualquier caso, se debe de generar la impresión que la galería ha vendido prácticamente toda la obra y de que está en alta demanda.

Confrontando la adversidad

El galerista promedio pasará por situaciones penosas en términos económicos y de reconocimiento. Sin embargo, no debe flaquear jamás en proyectar un porte exitoso, inclusive si su negocio se encuentra al borde del abismo. Se le recomienda al galerista que al levantarse cada mañana, se mire cuidadosamente al espejo en plena privacidad y proclame repetidas veces: “soy el siguiente Larry Gagosian” o “soy la siguiente Barbara Gladstone”, dependiendo del sexo.

El artista

En los albores del modernismo, los artistas trabajaban arduamente en sus estudios, usualmente en aislamiento, sufriendo toda clase de privaciones, hasta ser descubiertos por un galerista, crítico o curador (en aquella época conocidos como “conservadores”). En la era actual, sin embargo, el sufrimiento artístico no ha desaparecido, pero se ha transformado. En lo que respecta a los artistas

profesionales, pocos pasan la vida en sus estudios, viviendo en cambio una vida nomádica entre aeropuertos, recuperándose del *jetlag* entre inauguraciones y eventos sociales, realizando más trabajo en sus *laptops* e intercambiando e-mails que en el estudio mismo. Los artistas suelen darse cuenta tarde de que la formación en la escuela de arte les es completamente inútil y como resultado tienen que tomar cursos adicionales para aumentar sus conocimientos en tecnología, administración de empresas, publicidad y/o ingeniería. El artista de hoy en día, asimismo, tiene que asistir a cenas interminables con coleccionistas y pasar noches enteras escribiendo propuestas y formularios de becas.

De la misma manera, el gusto artístico no es ya decidido exclusivamente por un pequeño grupo exclusivo de *connoisseurs*, con amplio conocimiento de la historia del arte, sino por los vaivenes económicos que vienen influenciados por aquellos que tienen los mayores recursos de adquisición de obra. El artista contemporáneo deberá de saber utilizar estos vaivenes, conocidos como *trends*.

La conducta del artista profesional

Aquí enumeramos la forma correcta de conducirse para un artista en sociedad:

1. *Apariciones en sociedad.* Las apariciones en eventos públicos (como inauguraciones) para un artista serán inversamente proporcionales al éxito de su carrera- con excepción, por supuesto, de sus propias inauguraciones. Un artista que se presenta a demasiadas inauguraciones comienza a generar sospechas sobre la seriedad de sus intenciones como artista.
2. *Apariencia física.* Los artistas deben de intentar, en todo momento, de tener una apariencia interesante, introspectiva, y de gran intensidad psicológica. El atractivo físico siempre es deseable; pero de no poseer éste, se debe de esmerar uno en desarrollar una apariencia de “carácter”. El artista debe de vestir conforme a la moda actual pero añadiendo algún elemento inesperado (calcetines de colores, por ejemplo). Tal porte manda el mensaje que , mientras que el artista es capaz de comportarse de acuerdo a las reglas del juego, es aún capaz de otorgar su propia visión creativa.
3. *Conversación.* El artista no deberá iniciar la conversación diciendo que es artista, sino callar pacientemente, como dando por un hecho que se sabe quien es, esperando a que alguien finalmente le pregunte acerca de su profesión- lo cual casi siempre ocurre en un entorno con cierta decencia y educación.

4. *Plug-in*. Este término se emplea a la estrategia del artista de promover su obra a través de un comentario de paso, como por ejemplo, decir, “el otro día, cuando salí de mi visita de estudio con el curador de la bienal de Sao Paulo, etc.’ A través del *plug-in*, el artista puede fácilmente establecer su estatura en la conversación sin sonar demasiado pretencioso.

5. *Hiperautovaloración*. El artista que quiera causar impacto ante el MA deberá de autovalorarse excesivamente- por ejemplo, exigiendo que el transporte de su obra sea efectuado por la compañía más extravagantemente cara, o que se le transporte en primera clase con sus asistentes. En la medida en que el artista sea más criticado por esta actitud, en realidad se incrementará su estatus en el MA, generando rumores y admiración. La actitud del artista en este caso deberá de ser en todo momento la de alguien que ve su importancia no como un punto a debatir, sino como un hecho consumado- lo cual lo suele volver muy convincente. Solo se recomienda precaución en esta estrategia para aquellos que tienen una personalidad débil o problemas de autoestima. En estos casos, el ejercer la hiperautovaloración puede resultar confuso y el artista puede acabar creyendo que su valor real efectivamente corresponde al valor imaginario que se autoasigna. Esto puede resultar en grandes traumas al encontrarse en situaciones en las que su verdadero valor se vuelve evidente- cuando no se le invita a ciertas exposiciones, etc.

6. En el caso de artistas conocidos, la hipervaloración es redundante y nociva- pues solo generará la impresión de que se es pedante y pretencioso. Como estrategia contrastante, sin embargo, está la *hiperhumildad*. La *hiperhumildad* resulta atractiva y ayuda a relajar a todos aquellos alrededor del artista, que por lo general estarán un poco intimidados de entrada por su importancia. La *hiperhumildad* funciona como una falsa modestia, pero que esconde su falsedad de manera tan natural que resulta imperceptible. El artista hiperhumilde actúa con sorpresa cuando alguien expresa interés sobre su obra, como si esto fuera una rareza. Cuando se le menciona una distinción, el artista debe actuar como si fuera inmerecida.

El artista y los otros

La importancia por asociación (también resumida por la frase “Dime con quién andas y te diré quien eres”) ha sido una constante en el MA, y es vital considerar su importancia en este

manual. Debido a que el MA opera por lo general por impresiones visuales más que por consideraciones racionales a fondo, es fundamental ofrecer una imagen inicial de gran poder. Aquí enumeramos algunas formas esenciales de proceder, válidas tanto para artistas como para cualquier persona interesada en generar una impresión favorable en el medio.

1. Es imprescindible que uno se asocie socialmente sólo con aquellos que se encuentran a un nivel profesional más alto de uno. Sólo de esa manera uno mismo podrá ascender en la escala social y progresar en la profesión. Aquellos que se rodean en cambio de personas menos exitosas por consiguiente se les termina considerando del mismo nivel que éstas. El artista exitoso deberá buscar contrapartidas en otros medios, visitando exposiciones con cantantes, estrellas de cine, y diseñadores o modelos, ámbitos que tienen todos mucho más *caché* que el MA mismo.
2. Una pregunta constante en el mundo del arte es: ¿puede uno acostarse con algún artista cuya obra no es de su agrado? La respuesta a este conflictivo problema, que es un definitivo “no”, no es fácil de observar, dada que la dinámica en la que opera el mundo del arte de hipersociabilidad y fiestas nos hace olvidar temporalmente nuestros estándares artísticos, así como el hecho de que efectivamente muchas personas en extremo atractivas tienden a ser a la vez malos artistas. Nuestra recomendación es que si bien es inevitable ceder en cuando a nuestros instintos sexuales de vez en cuando, es imprescindible tener en cuenta que estos pueden perjudicar irremediabilmente la percepción general de nuestro criterio artístico.
3. Como resultado al anterior punto, es un escenario común, así como lamentable, el ver a un artista o curador (a) exitoso(a) acompañado(a) por una pareja que sea un creador mediocre, compitiendo inútilmente por atención a la sombra de su pareja. A aquellos artistas exitosos que tienen la tendencia a conseguir una pareja 20 años menor que ellos, se les recomienda no hacer esfuerzos para promover la carrera de su pareja, o utilizar estrategias demasiado evidentes para insertar la obra de ellos dentro de las oportunidades que a ellos se les presenta (como por ejemplo, hacer obras o exposiciones en colaboración). Es importante recordar que, particularmente en este caso, el amor es siempre ciego.

4. Para aquellos que son partes de parejas de creadores del mismo nivel, y que una de las partes eventualmente asciende a la fama, es recomendable que la persona menos exitosa de la pareja ya sea abandone por completo su carrera original o, si desea perseverar en su profesión, abandone la relación. Es considerado lamentable por la sociedad el encontrar a una persona exitosa unida a otra que no ha tenido tal éxito.

Ahora bien, ¿Tienen la obligación los admiradores de un artista el apoyar también la carrera de su pareja si es que el artista lo exige?

Si bien como hemos dicho antes no es apropiado que el artista famoso(a) promueva a su pareja, es deber de los admiradores del artista el apoyarlo(a) en esta tarea. Todos deberán de compadecer a el o la artista famosa por su dilema de tener que promover la carrera de su pareja, y aparentarán en lo posible el satisfacer la petición de éste(a), por más difícil que les sea. Aunque cualquier proyecto realizado por la pareja por lo general será intrascendente, esto hará feliz al artista famoso(a), que es lo que realmente importa en la ecuación.

Las amistades con artistas

Se saben de muchos casos en los que ciertos artistas, aparte de ser buenos creadores, son también buenos en el arte de la amistad. La limitación principal de un artista es su falta de generosidad hacia los otros, y su incapacidad casi clínica de lograr comprender, o querer escuchar los problemas de otros, lo cual es una virtud esencial en un buen amigo. Se puede sin embargo lograr mucho a sabiendas que el artista siempre va a requerir ser escuchado tres veces más que una persona normal.

El artista y las galerías

La relación entre el artista y la galería es, en esencia, la de una seducción en su inicio, y posteriormente, la de un matrimonio. Para los conocedores del proceso inicial, es claro cuando el simple intento de seducción es vano. Otros artistas, menos conocedores de este otro raro arte tan importante para sus carreras, tienden a continuar intentando fomentar una relación por años sin saber que no tienen la menor esperanza de mostrar en esa galería. Una vez conseguida una galería, tanto el galerista como el artista entran en un acuerdo que, formal o no, nunca deja de ser un poco incómodo ni de tener una cierta inestabilidad. Es

perfectamente válido para ambas partes el dejar la relación cuando una mejor oportunidad se presente.

Para el artista que busca galería, es importante tener las siguientes reglas en consideración:

1. No entrar a una galería con diapositivas, con el fin de mostrárselas al galerista “por si se presenta la oportunidad”. Esta estrategia es comúnmente conocida como la de “vendedor de seguros”. No se debe entrar tampoco con cuadros, mucho menos si estos son de dos metros de diámetro o más.
2. Un artista que entra a una galería por primera vez, sin haber visto exposiciones anteriores, y llega a dejar sus diapositivas, comete una falta de respeto a la galería, bajo la lógica de que, si uno como artista no se ha tomado la molestia de revisar el programa de la galería, ¿por qué esperar que la galería invierta tiempo en revisar su obra? Aunque no es recomendado por este manual, es comprensible la reacción de algunos galeristas que acto seguido- y a veces a ojos mismos del artistas- tomen la hoja de diapositivas y la arrojen directamente al cesto de la basura.
3. Si se es un artista europeo, no traer copias de sus catálogos. Dicha actitud solo ofende a aquellos que no tienen catálogo o a los galeristas que no tienen recursos para imprimir catálogos de cada exposición que producen.
4. No atosigar a los galeristas mandando paquetes por correo y posteriormente llamando a la galería para reclamar el regreso de su paquete por vía Federal Express.
5. Los artistas deben de estar conscientes que prácticamente ningún galerista será amable al tratar de acercárseles para mostrarles obra. Si al entrar a una galería (particularmente en Nueva York) se le saluda cordialmente y se le pregunta a uno si es artista, y si se le hacen a uno toda clase de cortesías, lo más probable es que esta es una “vanity gallery” (ver glosario)

La etiqueta de cobrar

Es desafortunadamente un problema común el que una galería venda una obra u obras y posteriormente pase una cantidad de tiempo desproporcionado sin informarle al artista de la venta de la obra ni proporcionándole su porcentaje. No se recomienda entrar en demandas, puesto que

la galería por lo general tendrá la ventaja organizativa y económica. En estos casos es admisible el contactar a todos los clientes de la galería para informarles de las prácticas financieras de la galería. En casos extremos de abuso, las prácticas de difamación en este caso son tolerables en algunas instancias, aunque no son recomendadas por este manual.

Los hados curatoriales

Esta relación, quizá la más compleja del MA, ha sido parcialmente cubierta en la sección curatorial. El artista debe de examinar esa sección para estar consciente de las estrategias curatoriales que se le aplicarán, para aprender a contrarrestarlas. Se recomienda que el artista siga las siguientes reglas de conducta:

1. El artista debe de hacer lo posible para que el curador sienta que él (o ella) está en control de la relación discursiva. Cualquier intento del artista por cuestionar las premisas del curador, por absurdas que éstas sean, puede intimidar al curador, lo cual puede ser nocivo para la relación.
2. El artista en todo momento debe de aparentar entusiasmo ante las ideas del curador.
3. El artista deberá de manejar la improvisación. Si el artista se encuentra en una situación social con un curador, y éste menciona que está organizando una exposición sobre cierto tema, y si el artista juzga conveniente participar en esa exposición, el artista podrá de inmediato mencionar que está trabajando en una obra exactamente sobre ese tema.
4. Un artista no debe jamás de reclamarle nada a un curador. El artista para bien o para mal estará siempre endeudado con el curador y por difícil que sea cualquier proyecto, es preferible callar las protestas a perder la posibilidad de seguir siendo invitado a proyectos a futuro.

El duelo a muerte: artista contra artista

1. Un artista es, en esencia, la competencia del otro. La historia del arte no guarda mucho espacio para muchos artistas de una misma época y lugar, de manera que particularmente en lo que concierne a artistas de la misma generación, nacionalidad y condición social, tarde o temprano algunos ocuparán ese ansiado lugar, dejando fuera a los otros.

2. Y sin embargo, es fundamental que uno como artista nunca debe de dejar ver los posibles celos, resentimientos o irritaciones que puedan surgir al ver como se le favorece a otro (u otra) de su mismo nivel. El mundo del arte por demás sabiamente ha construido una serie de reglas de conducta que hace mantener al menos una apariencia de cortesía entre artistas, sobretodo para aquellos que viven en una ciudad con un medio reducido.

3. Cuando dos artistas que pertenecen más o menos al mismo medio o gremio de una pequeña ciudad se encuentran por primera vez, se presentarán a sí mismos por su nombre de pila, dando por asumido que el otro ya los conoce y que ha visto su obra y exposiciones. El encuentro entre dos artistas debe de tener un carácter reservado, propio de aquellos que tienen mucho que esconder. Este proceder es comprensible, dado que, como en el poker, el que gana es el que esconde mejor sus cartas.

Qué hacer con los falsificadores

No es nada inusual que un artista se encuentre con obras de un colega cuyas ideas, ejecución, y aspecto físico se parezcan sospechosamente a la de uno. Esta antiquísima circunstancia, conocida como “plagio”, tiene relativas soluciones, desde pequeños reproches hasta encarcelamiento y asesinato. En estos casos, este manual no recomienda las medidas más extremas, sino más bien los recursos más sutiles que se describen a continuación:

1. El artista plagiado deberá en todo momento ocultar su indignación por el plagio- que, a fin de cuentas, posiblemente sea difícil de probar y en la mayoría de los casos no será demasiado explícito. En cambio, el artista deberá de felicitar a su colega por haber hecho una obra que rinde homenaje a la suya.
2. Acto seguido, el artista plagiado deberá de asegurarse de inmediato que todo el medio artístico se entere de este “homenaje”, con el fin de adelantarse a la obra y humillar al plagiador.
3. En el caso que el plagiador proclame su inocencia y afirme su originalidad, haciendo parecer al plagiado como alguien celoso de su fama, el artista plagiado tendrá entonces el derecho de tomar posesión de aquella obra y firmarla como propia, así como de cualquier obra subsecuente del plagiador.

4. Si la obra plagiada está a la venta, el artista plagiado tendrá el derecho de exigirle a la galería del plagiador el 50% de la venta de la obra en caso de que esta acontezca.
5. Se recomienda asimismo el invertir en contratar a tres artistas jóvenes con el propósito de plagiar todas las obras subsecuentes del artista plagiador por espacio de tres años. En el proceso que le tomará al plagiador el luchar contra todos sus re-plagiadores, no le alcanzará el tiempo para seguir su proceso de plagiar la obra del artista original.

Rascándole la espalda a otros artistas

El artista profesional sabe bien que hasta sus enemigos artísticos lo pueden beneficiar sobremanera en la medida en que uno también esté dispuesto a compartir. Dicha reciprocidad, si bien solo suele ser ocasional, puede incluir el compartir información, datos de curadores o becas, y secretos de donde conseguir cierto material barato. Es iluso aquel artista que abiertamente ofrece toda clase de secretos y contactos sin recibir nada a cambio, así como será infeliz aquel artista que reciba mucho sin dar nada a cambio.

En las grandes ciudades como en Nueva York, el proceder entre artistas es más relajado dado que hay más oportunidades para todos. Sin embargo, el artista que visite Nueva York y no se quiera quedar atrás con los avanzados métodos de *networking*, debe de estar preparado para entrar en el medio utilizando las siguientes armas: a) siempre llegar con un tarjetas de presentación a los cocteles e inauguraciones, y, si se va a tener una exposición próximamente, dar una postal de 5 x 7 pulgadas que anuncie esta. b) estar informado sobre los eventos artísticos de la ciudad; c) siempre tener “algo que ofrecer” a otros artistas, por ejemplo, ofrecer algún contacto curatorial, información de alguna beca, residencia, etc. Al igual que el intercambio escolar de tarjetas deportivas, otros artistas por lo general corresponderán ante esta iniciativa.

Una pregunta común entre artistas es : ¿Si un artista A asiste a la inauguración del artista B, está el artista B obligado a asistir a la inauguración del artista A? Y la respuesta es: efectivamente. Es obligación ética de todo artista de asistir a las inauguraciones de aquellos que asisten a las suyas- y de igual manera la regla se aplica a curadores. De otra forma, los niveles de asistencia a sus propias inauguraciones declinarán considerablemente. La asistencia a las inauguraciones de otros se puede ver como una inversión hacia los niveles de asistencia de uno mismo. En términos de la

reciprocidad de inauguraciones, existe cierta tolerancia, pero esta expira pronto tan pronto como se percibe que un artista no corresponde en apoyar a los otros.

Pero, ¿Qué debe hacer un artista cuando tiene tantas obligaciones sociales (inauguraciones) que no encuentra tiempo para hacer obra? Este fenómeno se conoce como *inauguracionitis*, la enfermedad de asistir a demasiados eventos sociales. Se sugiere que uno anuncie una ausencia de la ciudad por una cantidad de tiempo, lo cual se convierte en un pretexto ideal para no asistir a inauguraciones. Sin embargo, hay que tener cautela de no ser sorprendido en la ciudad una vez fabricado tal anuncio.

La némesis del artista (los críticos)

En pocas ocasiones tiene el artista tan poco poder defensivo como cuando se trata de lidiar con la crítica. Las relaciones entre el artista y el crítico son enormemente delicadas. En el caso de que el crítico se llegue a irritar por el constante afán promocional del artista, esto puede resultar catastrófico para este último. Por esa razón, y fuera de los canales normales de promoción, se recomienda no intentar entablar ninguna clase de relación que no sea iniciada por el crítico. En las inauguraciones, el artista debe saludar al crítico y ser cordial, pero no debe intentar seducirlo o promover su obra. En general, es recomendable que haya un mediador entre el artista y el crítico, como lo puede ser un curador o un galerista.

La excepción la conforman los “críticos por contrato”, la relación con el artista cambia. Se consideran “críticos por contrato” (ver la sección dedicada a los críticos) aquellos que son contratados por este y/o por la galería para escribir un ensayo sobre la exposición para el catálogo (o en casos bastante poco éticos, para una revista). En este caso, el diálogo es más relajado y se genera una nivelación de poder en la relación.

Fuera de esto, y en lo que concierne a recibir críticas, el artista debe de estar preparado siempre para lo peor. Es confortante para los artistas el estar conscientes de que la crítica fue inventada no para ensalzar, sino para destruir al arte. El artista por consiguiente debe de imaginarse como un bosque salvaje que será regularmente arrasado por la crítica, solo para volver a crecer poco después.

El artista consigo mismo

No hay tarea más difícil para un artista que el estar consigo mismo, y sin embargo, ninguna es más importante. Como bien se sabe, la labor de un artista no termina jamás, y es particularmente importante que uno no deje de comportarse como artista cuando se encuentra en privado, debido a dos razones primordiales: una, que la práctica es la que hace al maestro; y la segunda, que uno nunca sabe, en esta era nuestra de cámaras escondidas, a qué hora se nos estará espiando secretamente para ver nuestras acciones.

1. Así como el galerista se debe de mirar al espejo cada mañana deseando ser mejor, el artista se debe levantar cada mañana y proclamarse el artista más trascendental de la historia. Si el artista es falto de esta convicción, su carrera está sin duda destinada al fracaso.
2. El artista se debe amar a sí mismo incondicionalmente. No hay satisfacción mayor para un artista que el amarse y autocorresponderse. Por otra parte, de no amarse a sí mismo, será en suma difícil que el artista logre que otros lo amen.
3. En su privacidad, el artista debe de practicar haciendo ejercicios de originalidad, por ejemplo tratando de apretar la pasta de dientes de una forma distinta, limpiando la casa con utensilios no diseñados para tal propósito, etc. esto con el fin, de nuevo, de incrementar su carisma.
4. El artista debe de estar preparado para que en cualquier momento alguien llegue a su casa sin anunciarse. Debido a esta posible eventualidad, el artista debe de planear con antelación. No es en absoluto deseable que se encuentre uno con una visita y se encuentre un departamento completamente predecible, sin indicio de originalidad. De manera que el artista deberá de ver su habitat como una obra central de su vida.
5. El artista muchas veces no advierte que su mayor competencia puede ser sí mismo- esto en particular cuando en algún momento de juventud se realizó una obra que es la única que el resto del mundo parece favorecer, generando cierta decepción que uno no siga produciendo obra “al mismo nivel”. En estos casos (que se incrementan con la edad), el artista aprenderá a no odiarse y a escribir críticas sobre sí mismo con el fin de convencer a otros que su obra anterior era menos admirable que su obra actual.

La personalidad mediática

En general, el artista deberá dedicar amplio tiempo a ampliar la excentricidad de sus ideas, su peinado, su vestir, sus afectaciones vocales, y forma de andar, lo cual lo volverá más deseable

al entorno mediático. Es deseable asimismo que, en las entrevistas, responda con medias frases y comentarios enigmáticos, mirando siempre a un lado como si hubiera un perro jalándole la pierna a uno. Esto cumple un doble propósito: uno, el no tener que arriesgarse a decir algo claro que sea fácilmente reconocible como un comentario tonto, y el de prevenir que la prensa distorsione las afirmaciones personales, proceso de por sí inevitable. Al crear un enunciado incomprensible, al menos uno se asegura que la prensa no tratará de hacerlo comprensible. El artista deberá de asegurarse de no decir ni sí ni no, no favorecer ninguna clase de argumento, y rehuir cualquier intento de aclaración de sus intenciones.

Sobre el epitafio artístico

Es importante que el artista enfrente la realidad de su mortalidad de una manera pragmática. Así como sus familiares tendrán que lidiar con las difíciles tareas del funeral y el entierro, alguien tendrá que escribir el epitafio del artista. Y, por supuesto, uno no querría que su epitafio se leyese algo así como “casi triunfó, pero le faltó talento”. Con el fin de prevenir este problema, se les recomienda a los artistas que se encuentren en peligro de muerte (ya sea por vejez o abuso de drogas) el fingir una muerte ficticia ante tres o cuatro conocidos, transmitiendo la noticia a través de un amigo de confianza, y ver cual es su reacción. Los conocidos inevitablemente darán una frase posiblemente amable pero no perfectamente deseable (“era buen artista” en vez de “era el mejor”). Una vez compiladas estas frases, el supuesto difunto las analizará y tratará de mejorar los comentarios al punto que sean lo mejor posible y que no tengan demasiados superlativos al grado de que se consideren fuera de la realidad. De ser un artista en extremo mediocre y con casi nulas posibilidades de que alguien le de un comentario positivo, siempre se puede usar la útil frase “era buena persona” o, si no, la piadosa descripción de un crítico sobre la cantante Florence Foster Jenkins: “su actitud fue, en todo momento, la de un artista que hizo todo lo que pudo”.

El crítico

Principios básicos

Como se puede ver en este manual, los críticos de arte son sin duda un elemento clave en el proceso de evaluación de la producción artística. Sin ellos, toda obra se consideraría excepcional, sin posibilidad de mejoría alguna. Es necesario contar con varias voces críticas que llamen la atención a aquellas obras que no tienen mérito alguno, así como a valorar

aquellas que el público considera no tener mérito alguno. Es verdad que, en la jerarquía artística, los críticos son las personas a la vez más despreciadas y por otra parte las más buscadas. Se argumenta que los críticos suelen ser personas que tuvieron poca popularidad en su juventud. Esta condición de marginalización genera a la vez condiciones idóneas de observación de los otros así como la habilidad de comentar lo que se observa. Aquí enumeramos algunos *tenets* básicos de los críticos, que constituyen la base de su forma de desenvolverse en el medio profesional:

1. El crítico deberá de mostrar completa neutralidad en el ámbito social. Es importante para el crítico saber que, en el momento en el que entran a una galería, subirán dramáticamente las tensiones, y sus más mínimas expresiones serán objeto de escrutinio por parte del galerista. Es importante mantener a toda costa una expresión estoica, también conocida como “cara de palo”.
2. El crítico deberá de mantener una actitud nivelada en lo relacionado a su autoestima. Para bien o para mal, la única razón por la que se le invita a eventos sociales y se le da un tratamiento favorable es porque tiene el poder de su crítica. De manera que un crítico que abandona su puesto de crítico puede sufrir una profunda depresión. Se le recomienda a los críticos que abandonan sus puestos el huír del país, y del mundo del arte en su totalidad.
3. El crítico deberá de ser particularmente escrupuloso en esconder su malograda carrera artística de juventud, que será sin duda, de ser descubierta, objeto de constantes humillaciones y críticas del medio artístico.
4. Asimismo, en ningún momento deberá el crítico revelar sus creaciones personales de clase alguna, sobretodo de poesía. Esto solo le llevará a ser el hazmerreír de todo el MA.
5. En su reseña, el crítico debe de aparentar ser democrático, a pesar de que sea evidente qué clases de artistas le interesan y cuales no le son de interés en absoluto.

El crítico en el foro público

El crítico suele ser invitado a foros públicos, mesas redondas, conferencias y a dar entrevistas para la radio y televisión. Dicha distinción se le da para compensar la falta de interés y la animosidad que en general existe hacia su profesión. En estas ocasiones, el crítico tiene la oportunidad de decirle al público qué es lo que debe admirar y rechazar en el arte. El crítico debe tener, ante todo, una *expresión seria*. El crítico que no articule sus ideas con seriedad y frigidéz no logrará transmitir su autoridad. Se les recomienda a los críticos fruncir el ceño de vez en cuando, dormirse en la mesa redonda para aparentar excesiva familiaridad con un tema, y hacer una mueca burlona de vez en cuando, en silencio, como si se tuviera un pensamiento en extremo crítico pero no compartible.

El crítico en la televisión

Es un hecho comprobado que el crítico entrevistado en la televisión no requiere conocimiento alguno de la obra o del tema que está comentando, puesto que la atención del público televidente solo está concentrada un 10% en lo que se dice (reteniendo solo un 1%), 25% en el tono de la voz, y el 65% restante en el aspecto físico del crítico (con un sorprendente 45% centrado en el peinado del crítico o en su sudor, dependiendo cual sea más notable). De saber aprovechar su expresión y su voz, el crítico puede realizar cualquier entrevista con las siguientes cinco frases:

- a) es una obra que abre una serie de cuestiones artísticas dignas de explorar
- b) Es un artista que merece un examen detenido tanto en contenido como en forma
- c) Su trayectoria ha sido muy particular, pero esencialmente responde a la realidad del entorno en el que fue creada
- d) Es importante ver esta obra en una perspectiva actual pero a la vez histórica,
- e) No es el tipo de obra que pueda ser fácilmente resumida en unas cuantas frases

Dadas estas condiciones, se recomienda que el crítico ejercite, más que su conocimiento de la historia del arte, su propio magnetismo físico- el cual por lo general tendrá que depender más de su carisma que su atractivo físico, que por definición no suele favorecer a aquellos que son lanzados por la vida a ser críticos en primer lugar. Igualmente importante es el dominio de la capacidad de oratoria, la cual se trata a continuación.

Recursos vocales

El crítico deberá de ensayar, valga la redundancia, su voz crítica. La voz del curador deberá ser incisiva y resonante, a veces aterciopelada y a veces estruendosa, pero ante

todo, autoritaria. Se le recomienda al crítico el observar cuidadosamente la documentación sonora de las voces de Hitler y Mussolini, para obtener una idea de la forma en que la simple inflexión de la voz puede volver cualquier comentario subjetivo en un hecho incuestionable para el oyente. El insertar ciertas fórmulas verbales, tales como “todos sabemos que” en vez de utilizar “tengo la impresión de que”, puede resultar sumamente efectivo.

Los ensayos por encargo

Los críticos, como es bien sabido, no pueden vivir de los pagos de sus críticas en revistas y periódicos, que no solo tienden a retrasarse de tres a seis meses, sino que cada uno apenas podría cubrir el costo de una comida económica. Por ende, éstos tienen que encontrar otras maneras de sobrevivir. Una manera conocida es la del ensayo por encargo. En el caso de artistas a los que el crítico admira, esta clase de encargos no representan problema alguno, pero el caso más frecuente tiende desafortunadamente a ser lo opuesto. El crítico (o el curador o historiador, dependiendo el caso) en estas situaciones se encuentra con el gran dilema moral de ganarse la vida o jugarse su reputación al escribir sobre la obra de un artista cuestionable (escribir un ensayo negativo sobre el artista en el catálogo es una práctica que desafortunadamente nunca ha proliferado). Como resultado, escribir el ensayo del catálogo de un artista malo es uno de los mayores desafíos de la carrera del crítico o del curador, y sin embargo estamos convencidos de que tarde o temprano todos enfrentan dicho desafío.

A continuación enumeramos algunas recomendaciones para sobrellevar la escritura de estos difíciles encargos:

- a) En estos casos se recomienda *no tratar de argumentar lo imposible*. Algunos críticos y curadores tratan de argumentar en su ensayo que la obra del artista es de hecho valiosa- y algunos de hecho llegan a un grado de argumentación en la que ellos mismos parecen convencerse de ello. Algunos, los buenos escritores, consiguen transmitir con suficiente su pasión en defensa por el artista en cuestión, pero dicha argumentación desafortunadamente en todo caso sólo llega a convencer a los lectores que el escritor ha caído en una temporal laguna crítica, dejando por general el dictamen de que el artista es malo de todas formas.

- b) Al comenzar el ensayo, el crítico deberá hacer una vaga y genérica reflexión filosófica en torno al medio en el que el artista está trabajando. Citar a Benjamín y Sontag, si se habla de fotografía, a Foucault y Derrida si se trata de arte conceptual, a Adorno y Deleuze si la obra trata de temas de género, y a Greenberg y Danto si se habla de pintura.
- c) Hacer una vaga y genérica reflexión sobre los temas que el artista trata, procediendo a un ‘simulacro’ de teorización en torno al tema. Dicho simulacro se puede realizar confrontando las teorías de los escritores anteriormente mencionados, en cualquier combinación.
- d) Pasar inmediatamente a mencionar la manera en que la obra del artista conecta con dichas teorías. Está por demás decir que la conexión que uno establecerá será por demás un tanto arbitraria, dado que si el artista es poco sobresaliente, o no conoce estas teorías o su obra no genera ninguna clase de comentario significativo acerca de éstas. Sin embargo, y dependiendo del talento del escritor, se puede construir un puente desde la abstracción teórica a la descripción genérica de la obra del artista ayudándola a ser percibida en un marco relativamente decoroso.
- e) El crítico debe de mantenerse al margen de cualquier juicio de valor sobre el artista, con el fin de no perjudicar su imagen. Es posible simplemente establecer las referencias arbitrarias y elaborar en esa parte, de esa manera protegiendo la credibilidad de uno.
- f) En ningún momento deberá el escritor tratar de establecer vínculos o relaciones entre la obra de este artista y la de otros, ya sea de su generación o de períodos anteriores, sobretodo si se tratan de artistas de verdadera estatura. Dicho intento de contextualización sólo ayudará a revelar las carencias del artista frente a los atributos de los otros.

El juicio final: la reseña

Las reseñas- aquellas formas de escritura que son a la vez fervientemente deseadas y odiadas por el resto del mundo del arte- son los instrumentos de poder del crítico. Todos pretenderán que no las han leído cuando son negativas, y todos pretenderán haberlas leído si son positivas. Nunca nadie estará de acuerdo con ellas, a menos de que sean positivas y traten de uno mismo. El crítico debe de estar consciente del poder psicológico y emocional de sus escritos, y la capacidad que estos pueden tener de lanzar a cualquiera en una profunda depresión, euforia, o incluso al suicidio. Por esta razón el crítico debe de aprender a calcular fríamente sus reacciones más primarias, puesto que si son demasiado negativas, incluso su propia vida puede estar en peligro.

1. La reseña debe reflejar al menos la idea de que el crítico estuvo en la sala de exposiciones. Muchos críticos escriben reseñas sin haber estado físicamente en el espacio, obteniendo información sobre la muestra del internet. Para evitar situaciones comprometedoras, se le recomienda al crítico que corrobore con alquien que efectivamente la exposición tuvo lugar, pues puede darse el caso que la exposición haya sido cambiada de fecha y que esto no se haya anunciado en la página de internet. Han habido casos como estos en los que un crítico realizó críticas de una exposición que aún no había tenido lugar.
2. La reseña debe de partir de la idea de que uno entró al menos con una buena disposición al espacio- de otra forma, el público lector considerará que el crítico tenía ya un juicio acerca de la muestra antes de entrar.
3. La reseña debe de tener “ritmo emocional”. Esto quiere decir que el buen escritor de la reseña no debe de anunciar su predilección o disgusto por la muestra sino hasta el último párrafo. Esto ayuda a que la reseña, como buena película de Hollywood, sea leída con expectación tanto por aquellos que están a favor como los que están en contra de la muestra. Si se consigue tal efecto, el último párrafo puede tener el poder de una explosión de fuegos artificiales si es positiva o el dolor de una daga enterrándose en la piel si es negativa.

La lucha contra el olvido

La zozobra que invade a la mayoría de los críticos atañe sobretudo a lo perecedero de sus creaciones. Si bien sus reseñas son esenciales el día en que surgen, al día siguiente estas son consideradas basura. Debido a esto, hay algunos críticos que utilizan ciertas estrategias para ser recordados por la posteridad, siendo el más conocido el caso del *crítico manufacturador*.

El crítico manufacturador inventa movimientos o tendencias artísticas que va mencionando en sus artículos cotidianos. Debe de asegurarse de se posible, de organizar, o ver que se organice, alguna exposición sobre el tema que ha inventado. Posteriormente (cinco años después), debe de publicar un libro sobre el movimiento que inventó. Visto con la nebulosidad de esta perspectiva, el MA verá al crítico no solo como el visionario que dilucidó esta tendencia antes que nadie, sino como el único que la supo articular a tiempo y recibir el crédito histórico por ser su principal cronista.

3. DEL VERNISSAGE AL LECHO: LA INTERACCION SOCIAL

Las inauguraciones

Las inauguraciones, también conocidas como *vernissages*, son eventos cruciales para facilitar las transacciones que forman parte de la dinámica del arte. Al estilo de los bailes del siglo XIX, las inauguraciones contienen una compleja coreografía entre grupos de interés que se entrelazan entre sí de manera armoniosa y sofisticada. Aunque a diferencia de los convites sociales de antaño, las inauguraciones tienen siempre un trasfondo comercial- casi todos los que se presentan al evento tienen por lo general algo que ofrecer y promover. Este hecho puede confundir profundamente al visitante de una inauguración que llega con el objetivo de “ver la obra”. Un principio importante que se debe tener presente es que en el MA, *todos pretenden no ver nada, pero todos le prestan atención a todo*. El proyectar disimulo y desinterés es una cualidad intrínseca de los miembros del MA. Particularmente en los eventos sociales todos están altamente alertas de ver quien habla con quien, quien entra y sale del recinto, y qué clase de transacciones o relaciones parecen gestarse durante el evento. Debido a esto, uno debe estar preparado para el hecho de que cada uno de sus pasos y acciones serán escudriñados por cientos de pares de ojos a la vez.

Quiénes asisten a las inauguraciones

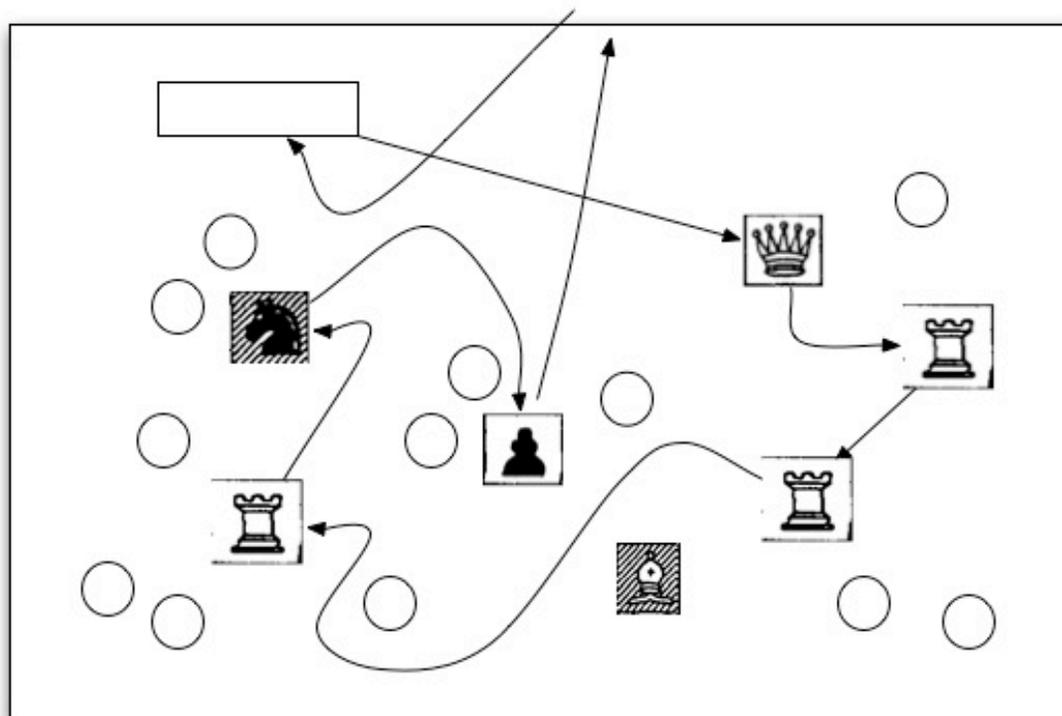
Aquí también cabe mencionar las sospechas que muchos tienen acerca del mundo del arte: ¿son acaso las inauguraciones un buen reflejo de toda la demografía de este? La respuesta es sí y no. A las inauguraciones asisten sobretodo aquellos que tienen tiempo de asistir a las inauguraciones, pero sobretodo aquellos para los cuales asistir a las inauguraciones es un interés mayor que el ocuparse de sus otras actividades profesionales. Algunos artistas y curadores de hecho afirman que es durante las inauguraciones cuando logran desarrollar sus mejores ideas curatoriales y/o artísticas. En contraste, los artistas y curadores más buscados, que por lo general están demasiado absorbidos por sus respectivas actividades, rara vez consiguen asistir a ellos. En las ciudades con gran actividad artística y cultural, existen aquellos que solo asisten a inauguraciones como trabajo de tiempo completo. Como resultado, no tienen tiempo de realizar ninguna otra actividad fuera de reportar en conversaciones sus experiencias en inauguraciones previas.

Coreografía Social

El visitante experto en inauguraciones sabe que cada uno de los asistentes al evento tiene algo que ofrecerle en términos de su carrera. Como en el juego de ajedrez, le corresponde llegar a las piezas más importantes.

La coreografía idónea para un artista en una inauguración se puede apreciar en el siguiente diagrama. Es importante notar que, para el interés específico del artista, el artista expositor es la persona menos importante de la velada, pero sin embargo hay que asegurarse de saludarlo(a). El artista visitante debe tener como primer objetivo el llegar a la mesa de bebidas y botanas. Una vez con bebida en mano, se debe intentar hacer un vistazo general al espacio y determinar cuales son los personajes más importantes a quienes se debe de abordar. Se debe de operar en orden de importancia jerárquica, comenzando por los coleccionistas y curadores, y evadiendo a toda hora a los críticos (como se ha mencionado, la interacción entre artistas y críticos es mejor cuando es distante).

Coreografía Social de un artista durante la inauguración



Es fundamental para el visitante el realizar su paseo por la inauguración y sus abordajes sociales con absoluta elegancia y desinterés- puesto que el desinterés cautelosamente mostrado se vuelve indicador de poder.

En contraste, la impulsividad al abordar a las personas, o el desborde promocional, son indicadores para todos de desesperación, y como resultado, del hecho de que la persona no encuentra por donde recibir apoyo. La autopromoción explícita es altamente vulgar y por lo general utilizada solo por los artistas novatos. Aunque tal actitud es pragmática y efectivamente va al grano en relación al objetivo de las inauguraciones, a nadie le gusta que se rompa la

aparición de refinamiento social que estos eventos tienen. Hay varias maneras de insertar autopromoción propia en las conversaciones, siguiendo las siguientes reglas:

1. Ningún artista o curador en una inauguración debe de iniciar una conversación promoviendo su obra. Antes de mencionar la obra de uno, se debe esperar a la invitación de alguien que le pregunte acerca de sus actividades.
2. Ningún artista debe de hacer excesivo alarde de sus recientes logros o premios ante artistas que evidentemente se encuentren en una situación mucho menos ventajosa. Dicha actitud solo tiende a deprimir al grupo y a envidiar al artista.
3. Nunca se le debe de interrumpir a un artista que está describiendo sus logros, y mucho menos con frases que indiquen competitividad como “yo también estuve en esa bienal”. Dichas frases indican que la otra persona está tratando de minimizar la importancia de lo que el artista nos está contando.
4. Las personas en el medio tienden a huir de aquél que no hace mas que autopromocionarse. Es importante en cualquier conversación asegurarse que uno le pregunta a todo el grupo qué es lo que hace, para darles la oportunidad de autopromocionarse.
5. La autopromoción más fina es la que se da sin lanzar anuncios explícitos, e invitando al interlocutor en cambio a ofrecer la entrada para hablar de lo que nos interesa. En el artista internacional, por ejemplo, se considera una cualidad el aparentar o tener cansancio. Esto por lo general significa que tienen *jetlag*, o que estan en excesiva demanda en el medio. Utilizar el tema de su cansancio o su *jetlag* puede ser una entrada elegante para proceder a hablar de su obra, siempre y cuando sean invitados a hacerlo. “Es que estoy muy cansado porque vengo llegando de Ámsterdam”. “ah, y que hacías en Ámsterdam”? etc.
6. Hay que considerar que si en el grupo durante el evento social no se nos pregunta acerca de nuestro trabajo (independientemente de la actividad que realicemos) lo más probable es que ni siquiera vale la pena intentar hablar de ello- puesto que esa falta de interés es generalmente indicadora que este no es el público para tal propósito.
7. Para los que deban de entregar anuncios para sus propias exposiciones, esto debe de ser llevado a cabo con extremada elegancia y después de cuidadosas charlas con cada uno de los invitados, y solo en casos cuando a uno se le pregunte cuando es su próxima exposición.

8. Durante las conversaciones en las inauguraciones, muchos artistas y curadores tratan de acaparar la conversación recitando una lista eterna de sus múltiples proyectos. Dicha actitud no solo es desconsiderada y mal vista, sino también contraproducente, puesto que todos saben que, de tener tantísimos proyectos, uno no estaría tomándose el tiempo para asistir a eventos sociales. Aunque este manual no recomienda que se les calle en público, se comprende la actitud de ciertos interlocutores al decirles cosas como “pero qué ocupado estás; quizá deberías regresar a la casa a trabajar en vez de estar aquí”.

Código de vestido en las inauguraciones

La vestimenta adecuada en las visitas a inauguraciones depende, por supuesto, del espacio que se visita y de la clase de inauguración. El visitante a las inauguraciones debe de conocer el estilo de la galería para hacer una decisión informada de su selección de vestimenta. Algunas galerías son apropiadas para llevar una camisa hawaiana, mientras que otras requieren Prada (o imitación, de no contar los recursos necesarios). Solo a los coleccionistas se les permite cierta libertad para vestir lo que quieran.

Cómo tratar a los artistas extravagantes

Hay aquellos artistas que les gusta vestirse y comportarse de manera extravagante y que se presentarán de esa manera a toda clase de inauguraciones, no por llamar la atención, sino porque simplemente no pueden comprometer su personalidad artística con las expectativas de vestuario de una ocasión formal. Algunos de estos artistas suelen llegar con objetos de utilería – sombreros con flores, osos de peluche, ropa sexualmente provocadora y/o reveladora, espuelas, o capas doradas. No es apropiado por parte de los invitados el criticarles sus decisiones de moda o reírse de ellos- pues hacerlo es tan cruel como el criticarlos en público como artistas. A estos artistas se les conoce comúnmente como *creadores reprimidos*, ya que han tenido la mala fortuna de no tener o encontrar suficientes canales de expresión dado el excesivo desinterés hacia su obra. A éstos artistas es importante tratarlos con todo respeto como a cualquier otro, pues es sólo a través de la aceptación colectiva con que ellos llegarán a superar su represión creadora.

Qué decirle al artista si su obra no agrada

Muchos piensan que el decir la verdad en la inauguración es lo primordial; sin embargo, se considera como una seria falta de respeto el deprimir al artista cuya obra se celebra esa noche. Se sugiere el hacer comentarios que sean neutrales en relación a la apreciación de la obra, como por

ejemplo “felicidades”; “estoy impresionado por la cantidad de obra”, “tengo que regresar para verlo con calma, pero te felicito”, etc.

Cuánto hay que permanecer en una inauguración

Cuando hay grandes multitudes en una inauguración y es posible huír sin ser visto, es suficiente con entrar y salir inmediatamente, sólo asegurándose de saludar al artista, al curador, y cualquier otro involucrado en el evento. Sin embargo, en una inauguración semivacía, no es apropiado llegar y estar menos de quince minutos. En el caso de ser el único asistente a una inauguración, es obligación del visitante el permanecer en la galería hasta que al menos otro visitante se aparezca en el espacio. Si ningún otro visitante aparece, uno debe de permanecer en el espacio hasta que el artista de el evento por concluído, en cuyo caso se le ofrecerá invitar al artista a un bar para ahogar sus penas.

Abordando a desconocidos en un evento social

El experto visitador de inauguraciones sabe armar, en los primeros segundos y a través de una rápida mirada al cuarto, una topografía esencial del espacio, generando asimismo una jerarquía en su mente de quienes son aquellos con los que debe de interactuar. Por regla general, conviene comenzar por aquellos de las más altas jerarquías que se encuentren más disponibles. Al valor de una persona en una inauguración se le conoce como *networking worth* o “valor conexional”. Pero ¿qué sucede cuando se ve a una persona de gran importancia a quien es fundamental abordar pero no nos ha sido presentada, y no tenemos quien nos la introduzca? A continuación analizaremos este pequeño problema.

El abordar a personajes distinguidos (editores de revistas, artistas importantes, coleccionistas influyentes, curadores internacionales, etc.) sin conocerlos en una inauguración u otro evento artístico es un trabajo en extremo difícil de realizar apropiadamente, y no se recomienda a menos de que se tenga mucha experiencia y refinamiento social.

El personaje distinguido tendrá una larga experiencia de ser abordado con regularidad por desconocidos que, sin la ventaja de haber leído este manual, los hacen escuchar toda clase de propuestas, anuncios, ofertas, y comentarios interminables – y a veces completamente

incoherentes- acerca de cualquier tema. Por consiguiente, es comprensible que muchos de estas personalidades tengan una cierta impaciencia para los desconocidos que los abordan de esta manera.

1. El abordador experto, como regla general, deberá conocer concienzudamente la biografía y la obra de las personas que decide abordar, puesto que esto los abrirá un poco inicialmente.
2. Para comenzar la conversación, es de suma utilidad conocer a una persona en común. Si es el caso, el abordador debe utilizar una frase de entrada del tipo de “creo que Ud. conoce a X, que es amigo(a) mio(a)”.
3. El abordador debe de tener un plan claro de conversación con esta personalidad, uno que no llegue a un intercambio de más de un minuto. De no tener una idea clara de por qué se está abordando a esta persona, y si la conversación girará solo en torno a comentarios circunstanciales, se recomienda abortar la operación.
4. El artista, sobretodo aquellos que viven en la periferia, deberá en todo momento mantener una expresión neutral. Toda clase de expresión emocional o efusividad será vista como señal de inmadurez – a menos que el artista sea gay.
5. Es importante que el artista no se inmute ante la mención de un curador, coleccionista o artista importante. En el caso de la aparición inesperada de una personalidad muy importante del medio en un evento social, tanto artistas como curadores deben de esforzarse por aparentar indiferencia, pues cualquier expresión de nerviosismo, excitación o incluso intento de pedir autógrafos (a menos de que sea para un proyecto artístico), será indicación inmediata de su falta de habilidad para lidiar con estas situaciones de clase, a la vez que una manera de aceptar que uno no se encuentra a la par de estas célebres figuras.
6. Depende de la generosidad y humanidad de la persona de renombre el permitirle a uno establecer una conversación. Como esta interacción se da típicamente cuando el artista trata de abordar a un curador o a un galerista, con el objetivo de analizar este fenómeno realizamos un breve estudio en varias inauguraciones, disfrazando a nuestros investigadores de jóvenes artistas sin valor “conexional” alguno, que trataron de abordar a estos personajes notables. De la escala del 1 al 10 se mostró el interés de los curadores en cuestión, 10 viniendo a ser interés legítimo, 6 interés falso, y finalmente 0,

discriminación total resultando en dar la espalda al artista para irse a hablarle a otro grupo de mayor relevancia:

Arthur Danto	10
Matthew Barney	10
Gilbert and George	10
Guillermo Santamarina	10
Yuko Hasegawa	9.5
Hans Ulrich Obrist	9.2
Glen Lowry	9
Dan Cameron	8.4
Stan Douglas	8
Thelma Golden	7.2
Francesco Bonami	5
Rosalind Krauss	5.2
Klaus Biesenbach	4.8
Jim Dine	3.4
Rachel Whiteread	2.3
Richard Serra	1
Thomas McEvilley	0

Es importante hacer notar que este estudio de comportamiento en inauguraciones, aunque no se puede considerar científico, ha originado los debates acerca del hecho que son las personas más exitosas y, por lo general, de talento indiscutible, los que ofrecen mayor generosidad en las conversaciones; y que la inteligencia y educación de los sujetos es inversamente proporcional a su disponibilidad para hablar con sujetos que no ofrezcan de inmediato beneficio alguno.

Cómo promocionar las exposiciones propias en público

Es mal visto, y excesivamente cansado para cualquiera, el escuchar la promoción de un artista. La promoción, como la seducción sexual, debe de comenzar de forma menos arrivista. El artista debe de abordar al interlocutor con gracia y gentileza, sin aparentar que su interés principal es promoverse. Si se realiza bien, eventualmente se le dará la oportunidad a uno para hablar de su

obra; de no darse así, evidentemente el interlocutor no está interesado en saber acerca de ese tema, y ahí se debe de terminar cualquier intento de promoción.

Etiqueta del Elogio

Una creencia generalizada es que el elogio es la parte más sencilla de una conversación, y la manera más directa de congraciarse con una persona en el medio profesional. En el mundo del arte, sin embargo, el elogiar a una persona en un proceso es extremo difícil (incluso sin contar los casos en que una persona tiene escasos aspectos dignos de elogiar). Esto es debido a que el elogio excesivo cae en zalamería y es visto como excesivamente vulgar. En particular a lo que respecta a personalidades influyentes, éstos están acostumbrados a escuchar elogios exagerados y cursis de su obra, y mientras que siempre los agradecerán, en el fondo estarán pensando acerca de la superficialidad de aquellos que los están elogiando. Sin embargo, esto no quiere decir que los personajes famosos, así como cualquier otra persona, no esté interesada en ser elogiada; a fin de cuentas, todos sucumbimos al elogio. Y el elogiador experto tiene la posibilidad de seducir a su elogiado de manera tal que como resultado a su perseverancia y labor en el elogio de la persona, puede llegar a recibir favores fundamentales de esta persona. Las reglas fundamentales del elogio son:

1. Evadir cualquier clase de lugares comunes que suelen definir a los típicos elogios, como por ejemplo “¡Usted es el artista que más me ha influido en mi vida!”. Tampoco hacer comentarios demasiado personales, como “tengo un poster de su obra en la cabecera de mi cama”. Dicha frase puede generar aprehensión e incluso temor en el sujeto.
2. Si se elogia a un artista, estudiar profundamente su obra, y al elogiarlo(a), hacer referencia no a la obra más conocida sino alguna de las más oscuras o menos favorecidas por la crítica. Esto al artista le agrada. De la misma manera, de tratarse de un curador, o crítico, suele funcionar el elogiar alguno de sus peores ensayos o libros. De inmediato el aludido se sentirá agradecido de que finalmente alguien admira aquella obra.
3. Tratar de hacer que el elogio se encuentre enterrado en una frase, en vez de convertirse en el objetivo principal de ésta. El decir: “usted es el mejor artista de su generación”, sólo obligará al artista a sonrojarse sin saber qué responder. En cambio el preguntar: “¿cómo maneja usted los celos que los artistas de su generación debe seguramente de tener hacia Ud.?” le da mayores oportunidades al aludido a responder con humor y elegancia, a la vez que se sentirá, sin duda, halagado.

4. El halagador debe darse muy poca importancia al efectuar su elogio. Los halagadores inexpertos tienden a anunciar sus elogios enfrente de muchos, dándose a sí mismos importancia como si otorgaran un premio. Esto solo conduce a una situación embarazosa y penosa para todos. En cambio, el piropo lanzado con toda humildad y discreción es sumamente bien recibido.

Cómo lanzar indirectas

Existen situaciones en las que uno padece el comportamiento inaceptable de una persona y se siente obligado a decir algo al respecto. Aún en éstos casos uno no debe jamás rebajarse al nivel de esa persona. Existen, afortunadamente, ciertos medios elegantes para expresar nuestra poca satisfacción con su forma de ser:

1. En el caso de que una persona haya recibido una distinción determinada (un premio, una beca, etc.) y se dedica a presumirnos de ello sin interrupción, es correcto decirle: “qué suerte tienes”. Dicha frase, que es profundamente insultante, ofrece la insinuación de que es la casualidad, y no el talento ni el trabajo de la persona, lo que le ayudó a obtener esta distinción.
2. Si una persona se dedica a criticar negativamente toda clase de obra, y en general muestra una disposición destructiva y negativa ante todo lo que ve, se recomienda el darle la razón en todo y de hecho ser aún más destructivo con cada comentario que hace. Si se adopta el extremo máximo de crítica destructiva, dicha persona se verá obligada a modificar sus comentarios.
3. Si una persona muestra competitividad, interrumpiendo constantemente en la conversación con comentarios promocionales, es correcto por parte del grupo con quien está tratando de dominar la conversación de ignorarlo por completo, como si sus palabras no fueran oídas.
4. En ocasiones una persona, por no querer dejar de participar en una conversación, afirmará que vio cierta exposición o que visitó un evento de arte, siendo que nosotros sabemos con certeza que no fue así. Será correcto cuestionar a la persona en cuestión por los detalles más mínimos del evento indefinidamente hasta que la persona se retracte o se vea obligada a cambiar de tema.

Sobre las tarjetas de presentación

La tarjeta de presentación es de importancia capital en el mundo del arte. Representa quienes somos y por ello es importante saber cómo hacerla con calidad y en qué ocasiones ofrecérsela a nuestro interlocutor.

En cuanto a su diseño, las tarjetas de presentación varían en gran medida de acuerdo a la personalidad de su dueño, y no deben de ser ni demasiado llamativas ni tampoco demasiado poco imaginativas. A continuación se incluyen algunas recomendaciones.

1. Es inadmisibile dar tarjetas impresas en impresora inkjet, que se revelan fácilmente por su borde dentado.
2. No incluir en la tarjeta la foto de uno mismo, y mucho menos en una pose provocadora o en desnudo, especialmente si no se es físicamente atractivo(a).
3. No incluir la tarjeta ninguna clase de superlativos acerca de uno mismo.
4. No se recomienda utilizar los tipos estilo Sans Comic, Curlz, o Dingbatz, a menos de que se sea educador de niños.

En los eventos sociales como las inauguraciones, se recomiendan las siguientes reglas para entregar una tarjeta de presentación.

1. Nunca extender la tarjeta a nuestro interlocutor sin haber comenzado a establecer una conversación.
2. Nunca aparentar que tenemos nuestra tarjeta de presentación demasiado a la mano; el sacarla de inmediato manda el mensaje de que esa ha sido nuestra única prioridad a lo largo de toda la interacción.
3. Nunca entreguemos nuestra tarjeta a alguien que tiene comida y bebida en sus manos, ni mucho menos tratemos de insertar nuestra tarjeta en el bolsillo de su camisa o en el escote de su pecho.

4. Es reprochable, en un grupo, el darle nuestra tarjeta a una sola persona, y mucho peor cuando esta persona es evidentemente más importante que las otras (digamos, un grupo de artistas y un curador). La acción correcta es ofrecerle nuestra tarjeta a todos los miembros del grupo.

Como visitar un espacio de arte

Muchas personas, tanto profesionales como novicios, sienten una cierta incomodidad al penetrar un espacio dedicado al arte contemporáneo. Esta incomodidad es perfectamente comprensible, pues el diseño del espacio de arte está más pensado para transmitir credibilidad y clase que para hacer sentir cómodo al espectador (particularmente en el caso de las galerías), y en algunos casos, está hecho expresamente para hacernos sentir incómodos. Una pregunta que quizá la mayoría de nosotros nos hacemos al entrar en una galería es: ¿seré lo suficientemente sofisticado para este espacio? ¿Qué sucederá si no muestro un comportamiento lo suficientemente educado en este espacio? ¿Me intimidará la complejidad de la obra que voy a observar?

En esta sección analizaremos los deberes del visitante de exposiciones y la actitudes adecuadas que debe de observar durante su visita.

1. El visitante deberá de entrar lentamente y con gracia al espacio de exposición. Esta regla no se aplicará si el espacio está excesivamente lleno de gente, en cuyo caso se entrará como sea posible. Su manera de vestir debe de ser, de preferencia, de coleccionista (traje oscuro) para ser tratado con el mayor respeto.

Las damas no deberán de llevar demasiados kilos de joyas ni ornamentos en la cabeza que distraigan de las obras en la exposición. Es asimismo desagradable el llevar excesivas cantidades de perfume. Como en estas situaciones el público tiende a aglomerarse enfrente de varias obras y la cercanía física con desconocidos es extrema, es inevitable que el perfume invada a los otros e impregne sus ropas hasta mucho después de haber regresado a sus hogares. Se reprueba la acción de ciertos artistas de performance que se han vertido aromas hediondos en la ropa al entrar a exposiciones con grandes conglomeraciones de gente, con el fin de abrirse el espacio.

2. El visitante educado no debe de mostrar extremo asombro, indignación, o entusiasmo al ver la exposición. Se recomienda adoptar una actitud calmada, serena, y reservada en todo momento. En ocasiones, es bueno asentir con la cabeza, como si se hubiese visto la obra en otra ocasión.

3. El visitante debe de hacer todos los esfuerzos para ver la exposición en su totalidad. Siempre puede existir la posibilidad que la última obra del último rincón que se haya pasado por desapercibido pertenezca a alguien que se conozca. El mencionarle a esa persona que se vio la exposición pero no recordar la obra en cuestión puede ser en extremo ofensivo para el artista.

4. El visitante está obligado a ver un cuadro o fotografía por un promedio de al menos dos minutos, y ver un video de principio a fin.

5. El visitante de museo debe de estar preparado a fundamentar sus comentarios dentro de la exposición- hoy en día, más y más museos están implementando una política de “responsabilidades interpretativas del visitante”. Por ejemplo, si se encuentra en una visita guiada dentro del espacio y comenta “mi hijo de cuatro años podría haber hecho esta obra”, las autoridades del museo le pedirán que a) produzca al hijo de cuatro años en la galería, b) se le darán los materiales necesarios para que el niño produzca una obra idéntica. El visitante que comente que una obra no es arte, se le invitará a una oficina del museo y se le mantendrá dentro de ella hasta que genere un ensayo de quince cuartillas sobre por qué dicha obra no es arte, contextualizándola históricamente, con referencias autorizadas y bibliografía completa. Si bien creemos que las instituciones pueden exagerar sus requisitos en ésta área, es bueno tener esto en consideración en el caso de cualquier eventualidad interpretativa.

6. En las galerías, es de rigor el firmar el libro de visitas, si es que se cuenta con alguno. Estos libros establecen el “quien es quien” de los visitantes. Es inconsiderado el firmar con un nombre ficticio, así como el arrancar y llevarse la página del libro donde se encuentre la firma de alguna celebridad.

Por qué no se debe reír en una exposición

A veces, al visitar una galería o museo, la obra entretiene tanto que ésta puede provocar carcajadas. Si bien este es un impulso natural, es de muy mala educación el reír en una exposición. Tanto el artista como el encargado del espacio podrían creer que la risa está motivada

no por el placer que provoca la obra sino por burla de ésta. Por otra parte, cualquier ruido excesivo suele ser característica del visitante inseguro, cuyo objetivo es solo atraer la atención.

Sobre los videos eternos

A veces se encuentra una exposición con varias video instalaciones de larga duración que tomaría todo el día ver en su totalidad. Muchos visitantes que encaran este problema se suelen preguntar qué es apropiado hacer en estas situaciones.

Las video instalaciones efectivamente representan un dilema para el mundo del arte. Los artistas complican la situación frecuentemente al crear obras que duran muchas horas, en espacios que por lo general huelen a sudor, pintura fresca y alfombra sintética y son incómodos o no tienen asiento alguno. En estas situaciones se recomienda discreción, huyendo de la zona donde se muestra el video sin ser visto. De no ser posible esto, se recomienda justificar la partida de uno diciendo algo como “ya conozco esta obra, es maravillosa”.

Sobre el catálogo de la exposición

Muchos se preguntan si es indicador de buen gusto el comprar el catálogo al salir de la exposición y, adicionalmente, si uno tiene la obligación moral de leerlo una vez adquirido.

El dar dinero siempre es una acción sumamente loable en el AW, y comprar el catálogo es un mínimo gesto para tal propósito. Sin embargo, nadie tiene la obligación de leerlo (ni siquiera los organizadores de la exposición) puesto que como es comprensible nadie tiene la oportunidad de leer tanto material.

La visita de estudio

La visita de estudio es un ritual profesional en el que el artista invita a curadores, críticos, otros artistas, e inclusive al público, a conocer su espacio de trabajo. La visita de estudio tiene como objetivo, por supuesto, promover la obra del artista. Siendo que los curadores son los más asiduos visitantes de estudios, aquí se realizan recomendaciones sobretodo con ellos en mente, aunque en realidad estas son reglas que deben de ser seguidas por cualquier visitante de estudio.

1. Es importante estar consciente del hecho que la visita de estudio es un evento de alta tensión para el artista, especialmente si el visitante tiene un puesto de poder en el MA. El visitante debe de cuidarse de no agravar el nerviosismo del artista haciendo

comentarios negativos, como por ejemplo referirse al tamaño del espacio o al vecindario peligroso donde este se encuentra.

2. Los artistas suelen esperar resultados de dicha visita, ya sea ser incluidos en una exposición o vender su obra. Por ello, el visitante debe de mantener en todo momento una actitud neutral que no exprese demasiado entusiasmo. Es particularmente crucial cuidarse de las frases de despedida, que es cuando en general se menciona la posibilidad de una invitación. Por lo general una frase que denote interés pero también la necesidad de asimilar lo que se ha visto es apropiada.

3. Es de mala educación comparar la obra del artista con otro más conocido que esté trabajando en los mismos temas y con mayor éxito. Dichas comparaciones tienden a deprimir al artista.

4. La visita de estudio puede convertirse en extremo incómoda sobretodo si la obra del artista deja mucho que desear. Aun en esos casos, sin embargo, el visitante tendrá la obligación de hacer comentarios inteligentes relacionados a la obra. A continuación se enumeran una serie de comentarios que pueden ayudar a sobrellevar perfectamente la visita:

- ¿Cuánto llevas trabajando en estas obras?
- Noto que la obra ha cambiado mucho de la que realizabas anteriormente.
- Me interesa mucho la manera en que trabajas con el material.
- ¿Cuál es tu obra favorita?
- ¿Cómo será la siguiente serie?

Algunas circunstancias extremas

Siempre se debe estar preparado para reaccionar en algunos casos extremos, incluso en medios como en el MA donde hoy en día el 99% de las circunstancias son altamente predecibles. Para estos casos hemos reservado algunos comentarios vitales.

Cuando retirar la obra de una exposición

El artista tendrá el derecho de retirar la obra de la exposición en casos extremos en los que se den circunstancias como las siguientes:

1. si se es invitado a una bienal internacional en algún país remoto con idioma incomprensible, donde predomine el caos, y donde haya tantos artistas en el montaje que los curadores ni siquiera se den cuenta que el artista está presente ni que la obra está ausente una vez esta haya sido retirada;
2. Cuando al artista se le prometió una galería neutral con paredes blancas y en vez de eso se le asigna el sótano del edificio, con goteras y ratas,
3. Cuando en un país donde predomina el nepotismo uno descubre, sin aviso previo, su obra al lado de la pintura de manzanas de la tía del director del museo. En estos casos es permisible no solo descolgar la obra propia, sino también la de la tía.

Las uniones sentimentales en el mundo del arte

Es una realidad de cualquier profesión que, tarde o temprano, se generen relaciones estrechas entre miembros de éste. Dada la inevitabilidad de las uniones que genera el amor, el mundo del arte está por lo general dispuesto a aceptar prácticamente cualquier combinación que se dé. Sin embargo, es aún así muy importante para el profesional el estar consciente de lo que tales relaciones significan en el contexto más amplio de su carrera. Mientras que algunas relaciones pueden ser en principio ventajosas (por ejemplo, el curador y el artista) a largo plazo serán nocivas para el miembro menos prominente de la unión (ya sea el curador o el artista). Como se puede ver en la siguiente tabla, hay niveles de “aceptabilidad” en ciertas relaciones, en lo concerniente a la percepción externa que se pueda tener sobre esta relación.

Tabla de uniones sentimentales

	artista	curador	crítico	coleccionista	director de museo	historiador de arte	galerista
artista							
curador							
crítico							
coleccionista							
director de museo							
historiador de arte							
galerista							



aceptable



inaceptable



problematico

Por regla general, profesionales de un mismo rango se pueden unir sin conflicto alguno (aunque algunos advierten contra la unión entre dos mismos artistas). Los historiadores del arte son por lo general las parejas ideales en el mundo del arte, pues son los menos involucrados en sus aspectos económicos o políticos. Los artistas y los galeristas, por otra parte, son los que generan una condición más conflictiva. A ellos se les recomienda, si es que les es posible del todo, buscar pareja fuera del mundo del arte.

4. ETIQUETA PROMOCIONAL

La promoción, en el siglo XXI, es la base de cualquier obra artística. El problema principal que encuentra un artista en el MA no es hacer una obra de interés, sino el saber promoverla apropiadamente.

Mientras que el dinero siempre ayuda, La promoción efectiva de una obra no se resuelve con un amplio presupuesto necesariamente. La estrategia y la etiqueta promocionales son claves para generar una impresión favorable de la obra, la exposición, el artista o cualquier otro producto que se quiera introducir en el mercado del arte.

Para esto todo aquél que esté interesado en promover algo tiene que atenerse a las varias reglas de la promoción que aquí enumeramos.

Promoción directa y promoción oblicua

La promoción más efectiva es aquella que resulta a partir de una combinación de promoción directa y “promoción oblicua”. Se considera como promoción oblicua aquella clase de publicidad indirecta, que proviene -o al menos aparenta proceder- de terceros. Un anuncio en una revista tiene ciertamente un impacto, pero un artículo crítico en la misma revista le otorga el aspecto complementario para amplificar la importancia del producto. Las revistas de arte son muy conscientes de ambos tipos de promoción y, aunque no les es posible usar la promoción oblicua de forma directa, esta se va convirtiendo en un derecho implícito del cliente anunciante. La promoción oblicua, cuando está bien instrumentada, puede ser altamente efectiva.

La invisibilidad promocional

La mejor promoción es aquella que no es reconocida como tal. En nuestra sociedad capitalista, se corre siempre el riesgo de “sobrepromover” un producto, llegando a hastiar al público a un grado que resultará nocivo a largo plazo. Debido a esto, se deben de utilizar estrategias como inserción de producto, promoción oblicua y contratación de terceras personas. Aquél que consigue promover un producto efectivamente es el que genera la curiosidad de los demás, así como la impresión de que la vida sin este producto es inconcebible.

La promoción “Hansel y Gretel”

Por ello, la mejor estrategia promocional no es el mencionar el producto primero, sino esperar a que el comprador mismo lo descubra por su cuenta. La estrategia se conoce como “Hansel y Gretel”. El artista, galerista o cualquier otro promotor ideará un camino de migajas de pan que conduzcan, lentamente, al comprador hacia el producto. En el caso de las galerías en las ferias de arte, el galerista deberá de tener una expresión casi desinteresada de sus mercancías, como si estas ni siquiera estuviesen ahí.

Cómo escribir comunicados de prensa

Uno de los mayores retos de la buena promoción es el producir un comunicado de prensa para cada exposición. A pesar de que pocos leen con detenimiento dicho texto, éste es vital para anunciar el producto con efectividad. El lenguaje en estos documentos debe de ser sumamente cuidadoso y terso.

A continuación se especifica el formato que debe de llevar un comunicado de prensa:

1. Primer párrafo. Se introduce con las palabras “ La galería X tiene el honor de presentar la nueva exposición de Z (nombre del artista), titulada Y”. Se incluye la hora, dirección y fecha de la inauguración.
2. Segundo párrafo. Este suele ser el más difícil de todo el comunicado, pues en este cae la responsabilidad de la definición del artista y de su obra. Sin embargo, como se verá en la útil tabla combinatoria abajo, solo existen una limitada cantidad de variables que se pueden utilizar en toda ocasión- basta con escoger cualquiera de las secciones que sean mas apropiadas para cada segmento de la frase:

A**B****C****D**

su obra	consiste en una exploración de	el modernismo	de formas innovadoras.	
	explora	su medio artístico		
	critica	la sociedad		
	reflexiona acerca de	sus experiencias personales		
		el conceptualismo		

Se puede escribir por ejemplo: “su obra explora sus experiencias personales de forma innovadora”, o “su obra critica el modernismo de forma innovadora”. Es importante enfatizar que la frase “de forma innovadora” es fundamental; puesto que hablamos de arte contemporáneo y de una nueva exposición, toda obra debe de ser anunciada como innovadora.

3. Tercer párrafo. De inmediato se pasa a describir las obras en la exposición:

En la obra _____, Z presenta _____ (describir lo que se ve). En esta obra, se puede apreciar _____ (describir lo que queremos que el espectador aprecie).

En la obra _____ (describir otra obra), también incluida en esta exposición, el artista nos muestra _____ (describir lo que se ve en esta otra obra), generando una reflexión en torno a (escoger la palabra de la columna c del segundo párrafo).

Z es un artista reconocido internacionalmente que ha mostrado su obra en diversas galerías y museos tales como (de darse el caso que Z no haya expuesto aún en galerías o museos, aún se puede dejar la primera parte de la frase).

Otra estrategia a veces útil, (sobretudo en el caso de las obras sin gran contenido) es escribir un “comunicado hermético”. Los comunicados herméticos se constituyen de grandes cantidades de adjetivos, de adverbios utilizados como verbos, y de preposiciones junto a verbos que toman el lugar del sujeto. Puesto que el lector no tendrá por lo general el tiempo de decodificar cada frase del comunicado, la lectura del comunicado se convertirá en un “acto de fe”.

Etiqueta de la autopromoción

El arte de la autopromoción es casi tan viejo como la práctica artística misma. En la antigüedad, se practicaba de formas un tanto sutiles y, creemos, ingenuas. Sin embargo, hacia el siglo veinte y con la aparición de grandes autopromotores como Picasso, Duchamp, Dalí, y posteriormente Beuys y Warhol, la autopromoción no es ya ningún tabú y se puede practicar libremente por cualquier artista. El artista consagrado será siempre aquél que domine mejor el arte de la autopromoción, y por lo general aquellos que mejor lo practican serán también aquellos que generan la impresión de que nunca se autopromueven.

La estrategia del artista ermitaño

Los artistas siempre están hambrientos de atención, pero les es conveniente no hacer este deseo evidente. La estrategia del artista ermitaño es, de hecho, una de las mejores estrategias de autopromoción, pues aquél que se esconde de la vista del público suele generar fascinación e interés.

Dr. Email y Mr. Spam

Es comúnmente sabido que el email es la manera más efectiva y barata estos días de promover una exposición. Sin embargo considera poco elegante que un artista mande “spams” de sus propias exposiciones. Es recomendable que, de hacerlo, el artista invente un seudónimo, o un asistente ficticio que mande sus emails a su nombre. Se ha dado el caso de algunos artistas que han refinado este sistema de promoción al grado de generar sofisticados negocios de información por email, con el solo propósito de promoverse a sí mismos y a las exposiciones de aquellos individuos e instituciones que eventualmente les ayudarán en su carrera. Este método es también recomendable, siempre y cuando los artistas no se incluyan demasiado en su propio sistema de información para no generar sospechas de la imparcialidad del servicio.

Es poco agradable el que un artista mande correos electrónicos a toda su lista sin copiar invisiblemente a los receptores, pues esto genera que otros artistas igual de insensibles comiencen a utilizar esas direcciones para mandar sus propias invitaciones. Como resultado uno puede acabar recibiendo cientos de emails de desconocidos, anunciando exposiciones de gusto y nivel dudoso en lugares a veces tan lejanos que son impronunciables. Aunque este manual no lo aprueba, hay quienes consideran admisible el enviar virus en masa al infractor del spam. Un virus popular para estos casos es el teddybear.exe, que inmediatamente se autoinstala y borrará el disco duro del artista así como toda su lista de correos, y se apoderará de su servidor para redirigirlo siempre a páginas pornográficas.

Algunos asimismo recomiendan enviarle el virus teddybear.exe también a todo artista, galerista o curador que envíe imágenes no solicitadas de su obra de un tamaño mayor a los 3MB.

Aderezo promocional “César”

Una estrategia útil de autopromoción es el hablar en tercera persona. Esta estrategia, conocida como “ aderezo promocional César” por el célebre emperador que la inventó, tiene un gran alcance. Es un método que promueve la historización instantánea, generando la percepción de que es alguien más el que está hablando del artista. El método solo suele fracasar debido a las limitaciones literarias mismas del artista. Estas se hacen vigentes cuando se leen textos sospechosos con frases como “es considerado mundialmente como el mejor”, “sin duda alguna el más influyente”, etc.

Promotores Anónimos

En el proceso de ascender a la fama, y particularmente en medios artísticos reducidos de la periferia, al artista se le entrevistará frecuentemente para dar su opinión de toda clase de temas. En estos casos es fundamental que el artista nunca exprese sus verdaderas opiniones políticas en público, y mucho menos sobre personas específicas de su gremio. Dichos actos podría colocarlo en una posición comprometedora con algún potencial o efectivo coleccionista de su obra.

Silencio literario

De forma similar, se recomienda que el artista nunca trate de dar sus opiniones por escrito. No sólo se recomienda esto por seguir la regla general que los artistas visuales no son buenos escritores por lo general, sino porque sus opiniones comprometedoras, una vez escritas, no pueden ser borradas y podrían ofender a gente del medio que están en condiciones de apoyar la carrera del artista.

Declaraciones políticas

Hemos establecido el gran riesgo que corren los artistas visuales por lo general en adentrarse en temas políticos. De ser esto una tentación irresistible para el artista, se recomienda que sus comentarios se limiten a los parámetros aceptables y preestablecidos del mundo del arte. Si bien se puede criticar al gobierno y a los procesos abstractos de la guerra y la deshumanización, no es aceptable hacer comentarios o referencias directas a políticos, corporaciones, o gente de negocios, dado que en la mayoría de los casos estos son los que facilitan los fondos para los lugares donde se expresan los artistas (galerías y museos).

Por el camino del CV

El CV- también llamado “semblanza”, “biografía”, “resumé”, o “curriculum”, es una pieza clave para resaltar la experiencia del artista.

1. En el caso de que se cuente con un CV limitado, se verá uno con la embarazosa pero esencial tarea de tener que “inflarlo”. El poner información falsa por lo general no suele llegar muy lejos, pues se descubre en breve la falsedad de los espacios y exposiciones, aparte de ser, adicionalmente, antiético. Sin embargo, se pueden “embellecer” ciertos proyectos a través del eufemismo y la ambigüedad. Por ejemplo, si se expuso en una exposición de participación abierta, (es decir, donde no hubo selección curatorial) se puede omitir convenientemente ese detalle sin necesariamente mentir cual fue la naturaleza del evento.
2. No elaborar un CV de más de 45 hojas. Muchos artistas que buscan inflar su CV tratan de incluir exposiciones de su infancia, muestras en departamentos de familiares, restaurantes, etc.

3. Más que el reflejo fidedigno de la experiencia de un artista, el CV, si está bien escrito, puede disimular, e incluso mejorar, cualquier deficiencia curricular del artista. El nivel de ambigüedad en el texto será directamente proporcional a la experiencia del artista. Por ejemplo: “X es un artista de gran renombre cuya obra ha sido reconocida nacionalmente y en el extranjero, y ha participado en gran cantidad de proyectos a nivel colectivo e individual”.
4. De preferencia, no incluir la fecha de nacimiento en el CV a menos de que se sea menor de 30 años. No incluir país de nacimiento a menos que sea culturalmente exótico.

Algunos malestares sociales:

El caso de la “fiebre de cabaña”

Aunque el MA debería de funcionar en base a principios de buena educación, respeto y profesionalismo, hay sin embargo ocasiones en las que las condiciones sociales en un ámbito profesional determinado se deterioran de formas difíciles de controlar.

La fiebre de cabaña, mejor conocida en inglés como “cabin fever”, es el síndrome que suele darse en ciertas ciudades donde existe una comunidad artística relativamente reducida. En estas situaciones, los miembros de estas comunidades inevitablemente terminan coincidiendo en ocasiones sociales con una frecuencia que es mucho mayor de la recomendable- y como bien se sabe, la familiaridad genera desprecio. La monotonía de asistir a las mismas exposiciones viendo a las mismas personas, después de un tiempo, comienza a derivar en actitudes misteriosas y cuestionables por parte de los miembros de dicha comunidad. Los fenómenos que se dan son los siguientes:

1. *Formación de grupos.* Dada la homogenización jerárquica que caracteriza a un pequeño medio social, se gestan sub-grupos que tratan de establecer jerarquías propias, y que tienden a ser vistos con recelo por aquellos que son excluidos.
2. *Polarización de información.* En estas comunidades, cierta clase de información circula con gran velocidad- por ejemplo, rumores personales acerca de sus integrantes. Sin embargo, otra clase de información, como por ejemplo ciertas oportunidades profesionales, así como los contactos personales que se tengan con personalidades influyentes fuera del medio, se mantiene fuera del acceso de otros.

3. *Parcialización de perspectiva del mundo global.* Debido a la intensiva dinámica resultante de este encierro, las jerarquías artificiales comienzan a influir a los miembros del grupo, generando la impresión de que el mundo del arte gira en torno a ellos.

Los siguientes son las reglas de conducta para sobrellevar la existencia en una comunidad con “fiebre de cabaña”:

1. En cualquier evento social, nunca revelar información demasiado personal o íntima de uno mismo. Dicha información, por inofensiva que parezca, puede ser utilizada poco después en contra de uno.
2. Siempre proclamar que uno no pertenece a grupo alguno. El anunciar la alianza con un grupo determinado generará, inevitablemente, el rechazo de los excluidos.
3. Se debe de tomar en cuenta que cualquier crítica o ataque verbal que uno realice a las espaldas de alguien, inevitablemente llegará a su conocimiento tarde o temprano.
4. Dosificar lo más posible las presencias sociales de uno en el medio. Dicha estrategia cumplirá el objetivo de no generar demasiado menosprecio por la constante disponibilidad de uno, y además evitar posibles disgustos por tener que tomar parte en las rencillas locales.

5. ÉXITO Y FRACASO

El éxito y el fracaso son realidades de la vida profesional en todos los ámbitos y el MA no es una excepción. Sin embargo, posiblemente debido a los vaivenes que lo caracterizan y la alta sensibilidad de quienes lo conforman, estos altibajos tienden a presentarse de una forma particularmente dramática. Ambas condiciones, como se verá, son prácticamente igual de problemáticas para la carrera del profesional.

Como sobrevivir como artista poco reconocido

Para bien o para mal, el reconocimiento público es la vara de medida de todo artista. Se da a través de diferentes canales, y por lo general a través de varios a la vez: invitaciones a bienales y exposiciones de museo, reseñas en revistas internacionales, presencia en colecciones importantes. Tristemente, pocos artistas llegan a ser suficientemente reconocidos. La gran mayoría de los artistas no solo no figurarán en los libros de arte, sino que entrarán en la categoría que preferimos describir aquí como “artistas poco reconocidos”. Para muchos artistas este hecho es razón de profundo malestar y depresión. Sin embargo, aquellos que llegan a asumir esta condición, son capaces de sobrellevarla con dignidad y, en ciertos, casos, lograr ascender inclusive a la categoría de “artista reconocido” siguiendo algunas consideraciones que aquí enumeramos:

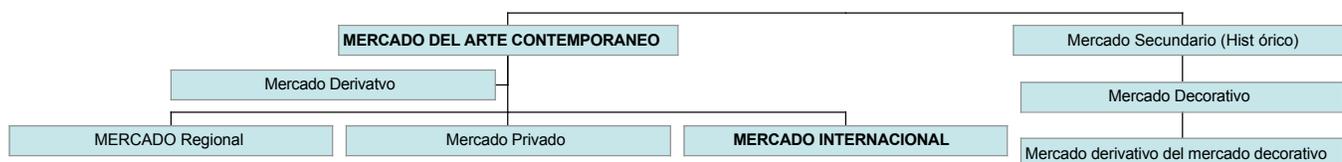
1. Nunca autodescribirse a sí mismo artista “poco reconocido”. Los artistas deben proyectar siempre infinita seguridad. Se les recomienda aparentar que siempre están ocupados y, en ocasiones sociales, llevar teléfono celular que esté sonando constantemente (existen servicios de llamado constante para generar estas apariencias). Los artistas que definitivamente se encuentren en situaciones poco ventajosas, deben adoptar más bien el nombre de “artista emergente” el cual es válido hasta los 45 años. Una vez pasados los 45 años, se deberá de adoptar una postura más bien de alternatividad al mundo del arte, también conocida como “low profile”.
2. El artista poco reconocido puede compensar su carencia de reconocimiento, así como el tiempo extra que le otorga la ausencia de invitaciones para proyectos, en generar todo un sistema de publicidad y apoyo para si mismo (ver la sección de autopromoción). Aquellos que no tienen talento pueden hacer mucho con dedicación y organización, y, en algunas instancias, mucho más que lo que pueden hacer aquellos artistas naturalmente con talento artístico pero demasiado esparcimiento organizativo.

El fracaso extremo

En caso de fracaso incuestionable, tanto el artista como el curador tendrán la opción de convertirse en críticos. Con el fin de aparentar credibilidad, el fracasado deberá realizar esta transición de forma calculada y gradual, nunca sorpresiva, ante el MA, argumentando que su interés principal siempre ha radicado en la crítica.

El problema del artista “que vende”

Consideramos importante mostrar esta categoría puesto que genera excesiva confusión en el MA. El mercado del arte se constituye de varios sub-mercados que a la vez se alimentan de éste. Están el mercado secundario o “second market”, el mercado derivativo, el mercado decorativo, entre otros. Los artistas que no penetran en el verdadero mercado internacional, o aquellos que originalmente lo penetran pero luego son desfavorecidos, pasan a formar parte de otros mercados secundarios que ya sea los sostienen de forma económica o al menos mantienen la reputación del artista a nivel local.



De ahí la confusión que se suele generar al ver la obra de un artista exitoso comercialmente pero cuya obra no es de particular relevancia para el mundo internacional del arte contemporáneo. El artista “que vende” por otra parte, puede originar sus ventas de un grupo relativamente limitado de compradores los cuales ayudan a generar la impresión que su obra es efectivamente de gran demanda. Estos artistas intentan dar la impresión de ser altamente exitosos, pero en el fondo guardan profundos recelos hacia éste por su rechazo. Es importante por ello no hacerles notar en ningún momento ni por ninguna razón, sus deficiencias.

Cómo sobrevivir como artista exitoso

Posiblemente caiga como sorpresa para muchos el que se trate al éxito aquí como una cuestión de supervivencia. No solo es el éxito una condición en extremo peligrosa en potencia, sino que es también, de hecho, un problema mucho más serio que el fracaso artístico. Muchos artistas constantemente sobreviven al fracaso, ya sea siguiendo su vida resignadamente en su humilde producción, o pasando a realizar otras labores. Sin embargo, son muy contados los artistas que le sobreviven al éxito.

En primer lugar es necesario definir lo que se entiende por “artista exitoso”. Algunos artistas se consideran exitosos cuando su obra se vende profusamente en galerías y *malls*, aunque tenga contenido algo cuestionable. Otros artistas, exitosos por su contribución histórica, fracasan económicamente. Y otros, que han fracasado económica y conceptualmente, se sienten exitosos a pesar de todo, y la convicción de su éxito suele ser tan ferviente que tiende a contagiar al público, convirtiéndolo, eventualmente, en artista exitoso efectivamente.

El éxito puede llegar de la noche a la mañana, muchas veces por error, y de forma inesperada. Puede conseguirse por haber creado una obra anti-religiosa o sexual que sorpresivamente genera una gran controversia. Otras veces el éxito se va cultivando de formas un poco más lentas, hasta ser en ocasiones, póstumo. De cualquier forma, el artista deberá de estar preparado para el día en que su carrera se torne exitosa. Se deben de considerar las siguientes reglas:

1. El éxito genera homogenización de producto. El artista deberá de estar preparado para que se le pida una versión de su obra más famosa una infinidad de veces. Será una petición difícil de rechazar, pues provendrá de individuos e instituciones influyentes y habrá mucho dinero de por medio. Se recomienda al artista haber cursado un curso en industrialización masiva y control de calidad. De otra manera, y de no ser capaz de sostener la demanda que se generará inmediatamente comenzado el éxito, éste durará poco tiempo.
2. El éxito conlleva, por supuesto, al síndrome *international artist*, también conocido como *festivalist*. El artista se encontrará inmediatamente en una situación en la que nunca podrá estar de nuevo en el taller, sino viajando por todo el mundo, siempre en aeropuertos y hoteles de tres estrellas. Su obra tendrá que cambiar temáticamente y hacer referencia a su misma condición de viajero, pues de otra manera no se podrá adaptar a la nueva rutina internacional. Se le recomienda al artista tomar una clase de antropología

urbana, con el fin de no acabar efectuando la misma foto del mercado tailandés que suele inevitablemente formar parte de la producción de la mayoría de los *international artists*.

3. Como se mencionó anteriormente, el artista que obtiene el éxito se convierte automáticamente en el peón que corona en el tablero y que se convierte en dama. Esto quiere decir que la carrera artística, una vez llegada a este punto, deja al arte en segundo término y el enfoque principal debe de ser la política. De manera que no es el talento artístico, sino la perspicacia y sagacidad política, lo que le puede garantizar a un artista el mantenerse permanentemente en la cúspide.

El rechazo en el arte

Nada es más difícil que verse en la situación de rechazar a alguien. Como suele serlo en el amor, el rechazo a las invitaciones de otros, ya sea para apreciar su obra, para participar en una exposición, o para escribir acerca de ella, es una tarea en extremo delicada que requiere total consideración de los sentimientos de aquella persona a la que nos vemos obligados a rechazar.

1. *El no del curador.* La tarea más difícil de un curador, aparte de conseguir dinero para una exposición, es rechazar a un artista. Los artistas, altamente susceptibles toman siempre la menor señal de rechazo como un veredicto demoledor de su autoestima. En estos casos, el curador debe de convencer al artista no de que su obra no amerita el nivel de la exposición, sino que el caso es a la inversa.

2. *Declinando a participar en exposiciones.* En el caso de aquellos artistas que son invitados a participar en exposiciones y/o proyectos que no les son de interés, no se debe nunca dar la negativa arguyendo como razón principal (la mala calidad de la galería, curador, tema, otros participantes, etc). En general es más elegante expresar gran interés por la invitación, pero responder que no es posible participar por estar comprometido ya con otros proyectos o por no tener obra disponible.

3. *Invitaciones a conferencias.* Tanto artistas como curadores se encontrarán inevitablemente en algún momento de su carrera de comprometerse a demasiados eventos, y caer muchas veces en conflictos de calendario. En estos casos es importante no explicar al rechazado la verdad, sino fingir una enfermedad. Sugerimos, sin embargo, no

generar excusas ficticias extremas, pues se han dado casos en que los curadores que han fingido roturas de la pierna y de la espalda han sido sorprendidos viajando en otras ciudades en perfectas condiciones.

4. *Rechazos amorosos.* Se recomienda a aquellos curadores y personas en puestos de poder que se obsesionan por alguien en un puesto inferior, que al ser rechazados no intenten por venganza exterminar la carrera (o, en ciertos casos extremos, la vida) de la persona en cuestión, pues tales intentos suelen ser contraproducentes en el sentido profesional.

6. ETIQUETA DE LA CONTROVERSA

Algunas advertencias

No hay tema más candente —y atractivo— que el arte polémico. Esta clase de arte es, por lo general, la única que suele llegar a la atención de la prensa y del público en general. Por esta razón, la controversia es una de las cosas más fervientemente buscadas por artistas y, en cierta medida, por las instituciones. Como es de esperarse, la controversia es un arma de doble filo que debe de ser tratada con cuidado, pues solo el artista altamente experimentado puede manejarla de manera útil, elegante y beneficiosa. Pero antes de delinear sus reglas, es importante establecer ciertos aspectos acerca de su instigador principal: el artista.

El artista y su afiliación liberal

Con el fin de asegurar la supervivencia de su carrera, el artista debe siempre de proclamar públicamente su afiliación incondicional ante los principios liberales de democracia, fraternidad, y libertad tal y como fueron expresados por la revolución francesa. Sin embargo, el artista deberá de recordar que esto solo se debe de hacer en palabras y no en actos, puesto que su progreso curricular será incompatible a largo plazo con las no-proclamadas reglas del mercado artístico, como veremos a continuación. Son, de hecho, los artistas que ingenuamente pretenden llevar a cabo sus ideas liberales en sus obras los que están condenados al rechazo y eventualmente al doloroso fracaso.

Aprovechando las tragedias sociales

Es desafortunadamente lamentable que en nuestra era la guerra sea un hecho de nuestra vida diaria. Y sin embargo, debemos aceptar que la guerra es la mejor oportunidad que tiene un artista de nuestra era para adquirir una presencia mediática instantánea, por lo que el artista debe de aprovechar este clima único para hacer su arte polémico sobre este tema. La guerra ofrece un amplio menú de posibilidades temáticas, y el artista experimentado las podrá reconocer. Ante todo, cualquier obra que haga un artista, por hermética que sea, puede ser proclamada como una respuesta ante la guerra, lo cual le proporciona una salida fácil a cualquier artista que esté confundido acerca del significado de su trabajo. De ser un artista que vive o trabaja en un país invadido, se tiene una oportunidad extraordinaria para hacer lo que sea sin preocupación alguna de calidad, puesto que la obra será expuesta entusiastamente (y con una clase de culpabilidad reprimida) en los museos de los países invasores. En cuanto a países que no tienen la fortuna de estar siendo invadidos, los artistas de éstos se pueden enfocar sin embargo en otras tragedias también de gran atracción, como por ejemplo

el abuso a inmigrantes, la pobreza, el analfabetismo, el racismo, la explotación económica, y muchos otros.

Hay quienes critican a los artistas que se benefician económicamente con las obras que anuncian las tragedias de otros. Es importante hacer notar, sin embargo, que de no haber arte sobre estos temas, nadie se beneficia de cualquier manera; por lo que al menos de esta forma se consigue que al menos un individuo, o sea, el artista (y posiblemente su galerista) resulten beneficiados.

Las reglas de la controversia

1. *La controversia tiene sus límites.* El MA promueve la libertad del artista para hacer lo que quiera, siempre y cuando no se aleje demasiado de ciertas directrices fundamentales: a) El artista puede realizar ataques abstractos al sistema, pero no se le permite usar nombres propios, a menos de que se trate de personas desconocidas; b) el artista no debe de atacar, en ningún momento ni en ninguna ocasión, al coleccionista. No se permite ridiculizarlo, ni insultar su inteligencia, ni cuestionar su conocimiento de la historia del arte, ni hacer menciones de sus relaciones financieras con instituciones artísticas, ni hacer comentarios acerca de su vida privada, preferencia sexual, o sus adicciones. c) El arte polémico no requiere ninguna clase de lógica moral. Sin embargo, hay que recordarlo, el artista está haciendo arte contemporáneo, que se basa en una serie de ideas filosóficas más o menos liberales sobre la cultura; de manera que si el arte producido es polémico, éste debe de tener una lógica liberal determinada, inclusive si esa lógica lo lleva a explotar a otros. Con que exista una explicación de lo que denuncia ese tipo de arte, éste es salvable y defendible (hay que notar que esta regla no se aplica, de nuevo, al arte que ataca a los coleccionistas).

2. *La controversia debe de ser entretenida.* Muchos artistas consideran que los actos polémicos deben de ser solemnes o simplemente agresivos. En realidad, la controversia es todo un arte, que si bien tiende a humillar a muchos, lo puede hacer con gran elegancia. El artista se debe de cuidar de realizar sus actos polémicos con gran cautela y consideración al público, con el fin de que éste se sienta incluido en la controversia.

3. *Para hacer un buen arte polémico, hay que buscar ideas simples y mostrarlas de forma accesible.* El arte polémico, por lo general, no es buen arte, pero los beneficios son los mismos para el artista a largo plazo. Como el éxito, lo polémico se da a veces de

forma inesperada, y sus instigadores suelen ser personalidades que no tienen relación alguna con el mundo del arte- como por ejemplo, políticos o líderes fundamentalistas religiosos. Dado que éstos inconscientemente se convierten en los seleccionadores de la obra polémica en cuestión, el artista interesado en la controversia deberá de evitar el utilizar elementos muy complejos.

4. *Temas adecuados para la controversia:* el sexo, la religión, y los valores conservadores.

Arte bajo la dictadura

Hacer arte puede ser una cuestión de vida y muerte, como lo han comprobado muchos artistas. La mayoría de ellos hacen arte metafórico en forma de fábula infantil que representa dilemas profundos (por ejemplo, la historia de una niña que pierde su globo es en realidad una crítica feroz a la brutalidad de la dictadura). La imaginación del artista estará encargada de producir obras que le sean incompresibles al gobierno dictatorial, pero comprensibles al mercado externo. Por otra parte, el hacer arte bajo gobiernos dictatoriales o circunstancias sociales de gran dureza es sumamente atractivo para el MA (ver sección de “el artista y la guerra”). Mientras más dura la situación social, más simpatía recibirá el artista, sin importar la calidad de la obra.

Cuestionario

Si se tiene una beca de una fundación, organización, o apoyo de un museo, ¿es buena etiqueta el criticarlo?

Las fundaciones, organizaciones y museos que apoyan a un artista por lo general apoyan con entusiasmo que se les critique, pues esto los hace ver como unas organizaciones sumamente avanzadas. Sin embargo, el artista debe de observar las reglas anteriormente establecidas: no se le permite al artista, por ejemplo, hacer mención de las transacciones económicas de los miembros de su junta directiva.

Si hago una obra de arte que consiste en poner una pistola a disposición del público con una bala, y si alguien se dispone efectivamente a dispararme, ¿debo de suspender el performance o es mala etiqueta el hacerlo?

Antes, en la era de los inicios del conceptualismo, se consideraba mala etiqueta el hacerlo. De acuerdo a la lógica de antaño, era preferible morir a comprometer la naturaleza de la obra. Hoy en día, sin embargo, en que cada aspecto del MA está comprometido y regulado, tiene poco sentido llegar a tal extremo, y sobretodo, morir por una causa indefendible, que es la supuesta integridad del MA. Hoy en día, como bien se habrá visto, la etiqueta del MA opera en base a la supervivencia, y no a la necesidad de morir. La nueva etiqueta establece por tanto que de realizarse dicha obra y un espectador tomara la pistola, se le deberá de detener e inclusive matar a él primero para preservar la vida del artista. Es responsabilidad del espectador el saber que el artista no espera en realidad que se le dispare, y que, a fin de cuentas, solo se trata de una obra de arte. Sería una tragedia matar al espectador, pero si se es una persona íntegra, y si se ha observado un comportamiento intachable como establece este manual, será una satisfacción el saber que se ha observado la más impecable etiqueta.

GLOSARIO

Abarrocamiento

Tendencia en la crítica de arte que consiste en oscurecer lo más posible el significado de algo que se está diciendo para otorgarle una dimensión esotérica a una obra que se está analizando. La filosofía del abarrocamiento se da sobretodo en países donde la retórica política se ha infiltrado a tal grado en la vida y pensamiento social y cultural que esta florece de forma inconsciente y exuberante. El abarrocamiento opera bajo el principio de las aguas movedizas: en la medida en la que el lector se va adentrando en el texto, más se hunde en la masa de confusión. Como el arte de magia, el abarrocamiento cumple el objetivo de distraer al espectador/lector de la obra con textos e ideas tan complejas que estas pasan a ser virtualmente olvidadas.

Por lo general, el abarrocamiento utiliza el formato de la yuxtaposición de opuestos, con el objetivo de que ambos se cancelen resultando en ausencia de significado.

Un ejemplo de abarrocamiento se da cuando un adjetivo cancela el significado de un adverbio.

“su extrovertida introspección”, que si bien parece decir algo, es una ecuación de tipo

$$A + (-A) = 0.$$

Dicho sistema puede llevarse a soluciones mucho más complejas, como se puede observar en la siguiente frase:

“El profuso raciocinio en su obra constituye una definitiva afirmación del diario vivir, de la misma manera en que su absoluta negación de la cotidianeidad es producto final de su sobriedad intuitiva”.

Donde podemos reconocer la siguiente relación estructural:

$$(A \times B) = (C + D \times E)$$

profuso raciocinio definitiva afirmacion diario vivir

$$(-C-D) \times (E) = (-A \times -B)$$

absoluta negación cotidianeidad sobriedad intuitiva

Como resultado, al cancelar las afirmaciones y negaciones de dicho enunciado, nos queda que la obra del artista es sobre lo cotidiano, aunque no sabemos si es un comentario negativo o positivo, deductivo o intuitivo, de esta.

El abarrocamiento, inventado por los poetas latinoamericanos a principios del siglo veinte bajo premisas kantianas heredadas a través de Ortega y Gasset, encontró sus mejores momentos en aquellos poetas que abandonaron del todo sus aspiraciones objetivas y simplemente se arrojaron al género como otro recurso para su creación lírica. Aún hoy el género continua ofreciendo nuevos giros y estrategias.

Academia

Se describe como academia a toda forma de trabajo artístico que se ha ido mecanizando hasta convertirse en sistema creativo que se puede aprender en cualquier parte y enseñar por profesores con capacidades relativamente limitadas. En el siglo diecinueve, la academia promovía el neoclasicismo y posteriormente el realismo y naturalismo; hoy en día se promueve el conceptualismo global .

Adornamiento (o, Adorno como Adorno)

Práctica de ciertos curadores y críticos en sus textos de citar compulsivamente varias frases desconectadas de los filósofos Theodor W. Adorno (de donde surge el término), Baudrillard, Derrida, Deleuze, Nietzsche y Benjamín. La técnica del adornamiento, como la del barroquismo, opera no en tratar de no decir nada, sino en decir algo que en el fondo no tiene ninguna relación con lo que se está tratando de argumentar. Se utiliza asimismo para generar trabas a la crítica potencial del texto (a menos de que alguien conozca el texto citado de memoria, toma una cantidad indefinida de tiempo el buscar la cita en su contexto original para corroborar si está siendo citada en el contexto adecuado).

Alto Modernismo

Dícese del arte contemporáneo que referencia las obras características del modernismo pero con petulancia excesiva.

Amnesia

Proyecto colectivo y voluntario en el que participan la mayoría de las revistas de arte, artistas y curadores contemporáneos, al pretender que ciertas obras que son prácticamente imitaciones o simulaciones directas de otras obras (ya sean hechas hace treinta o cuarenta años o solo un par de años antes) son, efectivamente, originales. Los beneficios de la amnesia incluyen el generar cierta impresión de que hay algo nuevo bajo el sol, así como de la sensación que se está evolucionando hacia un nuevo territorio artístico.

Arquitectura

Palabra esotérica en el mundo de las artes visuales que, al usarse, genera la impresión de gran complejidad a cualquier proyecto. Se considera por lo general mucho más interesante y elegante que un artista, en su obra, referencie la historia de la arquitectura que a la historia de la pintura, por ejemplo.

Artforum

Publicación mensual considerada como la revista oficial del club intelectual del MA.

Originalmente concebida para transmitir contenido, se vio necesario añadir 275 páginas de anuncios, reservando 25 páginas para las interesantes conversaciones entre los editores y sus amistades.

Arte

Territorio de reciclaje de la actividad humana donde la mala arquitectura, etnografía, antropología y teoría social y política pueden adquirir dimensiones nuevas e interesantes.

Entiéndese como arte todo aquello que un artista consiga que alguien con influencia en el MA admita como arte, o que alguien fuera de este medio denuncie diciendo que no es arte.

Arte público

Tradición generacional de comisionar obras de arte que ocupen la mayor cantidad de espacio posible en una ciudad, y que tengan que ser continuamente restauradas y mantenidas por las generaciones subsiguientes, con el fin de dejarles poca oportunidad o espacio para construir sus propias obras.

Artesanía

Característica previa del arte que marcó una dictadura desde la edad media hasta el siglo diecinueve, cuando los artistas que tenían habilidades manuales predominaron sobre los que no

las tenían. Al caer la dictadura de los artesanos y emerger la vanguardia, los artistas con habilidades verbales que superaban a sus habilidades manuales marcaron la pauta de lo contemporáneo. Pero a pesar de este triunfo histórico, aún perdura una extraña y contradictoria nostalgia por la era dictatorial de los artesanos. Si bien cualquier obra artística que ejerce gran alarde de dominio de la forma se acaba juzgando negativamente como “artesanal”, por lo general las obras demasiado conceptuales generan suspiros entre algunos críticos, evocando la era en que se prestaba atención a la manufactura.

Belleza

Palabra tabú en el MA, utilizada por lo general en términos peyorativos al ver una obra. El revelar que se ve mucha belleza es mal visto, puesto que se considerará al que lo dice como alguien sin criterio. Es, sin embargo, una palabra que bien utilizada puede generar un gran impacto, como por ejemplo evocándola metafóricamente al ver una obra decisivamente repulsiva.

Bienal

Idea mercadotécnica inventada en el siglo diecinueve, bajo la noción de que cada dos años es útil convocar a los mejores artistas del mundo para ver la evolución del mundo del arte (idea que asimismo contiene la presunción que el MA, en efecto, evoluciona). En décadas recientes, las bienales han sido el método más eficaz de promoción de muchos artistas y curadores. Sin embargo, al éstas satisfacer un sistema de patrocinio turístico-cultural nacional y/o urbano, se ha gestado un fenómeno reciente de proliferación de bienales en toda clase de ciudades y localidades. Como resultado de tal proliferación, han comenzado a haber no solo más bienales que artistas internacionales, sino más bienales que ideas para el tema de una bienal. De esta forma, algunos curadores han generado temas cada vez más especializados como del estilo de “el gobierno de la nada” o “la tiranía de lo rebelde” (cf. *Abarrocamiento*). Algunos críticos, quizá pesimistas, consideran que de continuar esta tendencia, hacia el año 2030 se habrán agotado todos los temas para las bienales internacionales. Otros ofrecen la teoría que los temas “irracionales”, como en el caso de los números en las matemáticas, son efectivamente infinitos.

Budismo

Práctica espiritual incorporada en la vida y la obra de algunos artistas visuales que buscan el bien de los otros, siempre y cuando se les dé el debido reconocimiento a su generosidad por adoptar tal práctica.

Bullshit

Estrategia de lenguaje ampliamente utilizada en el mundo del arte cuya función es la de ocupar el lugar verbal o textual de la sección donde no hay ninguna clase de contenido. El *Bullshit* por consiguiente suele ser efectivo cuando se busca distraer la atención del público al hecho de que no hay contenido o sustancia en una obra de arte, una exposición, o un artista. Todos en el mundo del arte deben de dominar el difícil arte del *bullshit*. Los más exitosos suelen ser tan efectivos y tan apegados a practicar su arte del *bullshit*, que incluso en casos en los que sí hay contenido, estos lo hacen a un lado para hablar de *bullshit*. El *bullshit* es sumamente útil para promoción, narrativas de becas, crítica de arte, y paneles de introducción en exposiciones. El *bullshit* es un lenguaje desarrollado para aquellos profesionales a los que se les dificulta hablar de los temas de relevancia del arte, y en segundo lugar para promover su carrera anunciando con credibilidad sus proyectos espurios. Pero el *bullshit* no es, como se considera, una mala práctica como antes. Hoy en día, muchos en el mundo del arte agradecen el *bullshit*, y de hecho éste se espera en cierta medida en cualquier evento, exposición, revista o publicación pues ofrece la posibilidad de relajar el pensamiento y saber qué esperar en cualquier conversación. El *bullshit* es, de hecho, una de las cosas fundamentales que deben de ser aprendidas y ejercidas si se quiere observar una etiqueta intachable en el mundo del arte.

Catálogo

Objeto que acompaña a una exposición con el objetivo de comprobarle al MA que la exposición es importante. La exposición adquiere mayor importancia en forma directamente proporcional al tamaño, ilustraciones, encuadernación y al lujo general del catálogo. El catálogo debe de tener palabras impresas, denominadas ensayos, firmados por personas conocidas. Aunque solo los autores de los textos leerán la publicación, se considera pertinente aún así que éste sea relativamente legible, solo por si acaso.

Compromiso

Transacción tácita entre profesionales del mundo del arte a través de la cual cada cual obtiene más o menos lo que buscaba del otro a través de tomar pequeñas pérdidas por su parte, ya sea en credibilidad, carrera, o dinero.

Connoisseur

Ambrose Bierce lo define como una persona que sabe todo acerca de un tema, mientras que ignora todo acerca de todos lo demás temas. En el MA, el *connoisseur* enfoca su profesión aún

más, dedicándose exclusivamente a las obras artísticas de alto valor económico si se trabaja en el mercado, o de aquellas cuyas áreas de estudio aún cuentan con plazas universitarias disponibles.

Conceptualismo

La nueva academia. El conceptualismo se establece en la década de los sesenta como estrategia explícita. Hoy en día, ningún artista internacional que se considere seriamente puede hablar de su obra sin relacionarla de alguna manera con la tradición conceptual. Si bien el arte exclusivamente conceptual rara vez se puede sostener en el mercado como un producto viable, la conceptualidad es prácticamente tan esencial en una obra como lo era el claroscuro en la pintura en el siglo XVII.

Conflicto de interés

Método para impulsar intereses personales mientras se pretende que se está defendiendo la integridad de ciertas ideas artísticas. Antes considerado como un gran sacrilegio al arte, últimamente la rutinaria aplicación del conflicto de interés- y su enorme éxito- ha echado abajo de una vez por todas la estética kantiana, que establece que la relación con el arte debe de ser exclusivamente desinteresada. Debido a esto, algunos consideran que el conflicto de interés es por consiguiente una cualidad inextricable de la estética post-estructuralista.

Crítica poética

Recurso utilizado por poetas faltos de inspiración que usan obras de artistas visuales para escribir fantasías literarias que ellos denominan “crítica de arte”. Los artistas en que estos poetas se inspiran son por lo general de orden pre-conceptual, puesto que para efectuar la lectura poética hay que partir de la premisa que el artista sólo siente sin pensar.

Crítica institucional

Coreografía conceptual utilizada por algunos artistas para adquirir fama demonizando a la institución del museo y la academia en su obra. Estos artistas son sumamente populares entre museos y academias, que los invitan profusamente a sus foros para probar públicamente que están abiertos a la crítica.

Curiosidad

Característica extinta en el MA, por considerarse inútil. Cuando ésta parece comenzar a florecer espontáneamente en la obra de un artista, pronto se extingue a través de exigirle sistematización y cálculo en la producción de su obra.

Derivación

Método estabilizador en el mercado del arte que consiste en imitar productos existentes a más baja calidad y precio para satisfacer la demanda. La derivación genera una clase de obras cuyas bases principales, tanto formales como conceptuales, ya han sido establecidas previamente por otro artista. La obra se considera “derivativa” cuando ésta no aporta nada nuevo fuera de los aspectos básicos de la obra del artista en el que la derivación está inspirada. A pesar de las muchas críticas que se le realiza al arte derivativo, éste ha ayudado a mantener el mercado del arte ampliamente nutrido de alternativas de compra para los coleccionistas que no pueden obtener obras realmente originales debido a su escasez y precio.

Determinismo

Teoría que afirma que la procedencia geográfica, el género, el color de la piel, la religión, la predilección sexual o la nacionalidad de un artista son necesariamente sus temas predilectos, así como su especialidad, especialmente cuando el artista no es norteamericano o europeo, blanco, y heterosexual. Dado que siempre hay un mercado para este tipo de obra, naciones enteras se han esforzado para promover el arte de sus artistas de esa manera, con la complicidad, por supuesto, de los artistas mismos. Como resultado, el determinismo al final es una teoría certera, puesto que aunque es inducida, genera una demanda que es poco después seguida por una rica oferta artística. El arte determinista no es capaz de la sinceridad, pero esta leve falta no afecta al interés desmesurado en la obra siempre y cuando el producto revele de manera más o menos gráfica las conexiones directas con el tema determinista.

Dia

Secta protestante religiosa que ha promovido la canonización de unos veinte artistas. En el mundo altamente secular del arte contemporáneo, donde la religiosidad era generalmente asociada con el fundamentalismo ultra-conservador, Dia ha ayudado a corregir esta percepción. En su último esfuerzo para tal loable tarea, el Dia abrió en 2003 un museo en la ciudad de Beacon, donde se otorga lugar permanente y masivo a sus artistas en vías de santidad. Dia Beacon

como resultado se ha convertido muy rápidamente en destino de peregrinación para el aficionado del arte contemporáneo.

Diapositiva

Forma de documentación inventada hace más de medio siglo y actualmente descontinuada en el mundo real, pero utilizado en el MA como el formato oficial.

Documentación

En teoría, método para comprobar que una obra existió o existe. En términos prácticos, la documentación por fotografía o video es un método para poder vender obra inmaterial como el arte acción. La invención del *Photoshop* ha ayudado asimismo a generar documentación de obras que nunca existieron en el mundo real.

Educación artística

Práctica en extremo trabajosa y carente completamente de interés por la élite intelectual del MA (curadores, críticos), pero que es generalmente aceptada por los directores de museos puesto que genera enormes fondos gubernamentales y de fundaciones. La mayoría de los museos aplica la educación artística recibiendo becas de cientos de miles de dólares para operación, a cambio de comprar tres cajas de crayolas y un bloc de papel, ofreciendo talleres con voluntarios.

Recientemente, hacer arte “educativo” ha sido una nueva atracción por los artistas, que han descubierto que pueden competir por estas mismas becas al adquirir ellos mismos sus crayolas y proclamarse especialistas en educación.

Emergente

En teoría, se le suele llamar emergente al artista o la galería que aún no ha recibido reconocimiento internacional o cuya carrera apenas comienza. Sin embargo, en términos prácticos, se utiliza este término para cualquier artista o galería que, independientemente de los años que lleve tratando de sobresalir, no lo ha logrado. El beneficio del uso de este término es que la frase parece denotar que el artista o la galería son nuevos, desviando un poco la atención de la posibilidad de que su poca presencia en el medio se deba más bien a que la labor del artista o galería no ha sido demasiado notable.

Escuela de arte

Institución que enseña las técnicas artísticas del siglo antepasado, la historia del arte del pasado, y cobra las colegiaturas del próximo, bajo la premisa que los graduados se las podrán ingeniar a solas con el presente.

Espacio Alternativo

Sede de exposiciones con la misma clase de obra que una galería, con la diferencia que los que manejan el espacio alternativo no tienen experiencia como vendedores.

Especulación

Proceso común del mundo del arte relacionado a influenciar el ascenso y/o descenso del valor de la obra y la carrera de un artista mientras uno se beneficia en el proceso. La especulación es, como en el caso del *insider trading* del mercado accionario, la manera más sencilla de sacar grandes beneficios económicos, con la ventaja de que en el mundo del arte no se encuentra regulada ni penalizada legalmente. La especulación funciona mejor cuando es controlada por un curador que puede influir a la vez de un proceso de compra y adquisición a la vez de controlar la selección de un artista. El proceso puede ser como sigue:

1. Un curador de un museo internacional o de una bienal que al incluir la obra de un artista garantiza el que ésta aumente considerablemente de valor, acuerda con una galería el mostrar la obra de un artista siempre y cuando se le venda al curador (o a su institución o a sus clientes particulares) una o varias obras de este artista a su precio previo a la exposición.²
2. Un curador en un museo se asocia secretamente con una galería que le ofrezca un porcentaje de la venta de obra de la galería al museo. La galería y el artista se benefician con el reconocimiento internacional del museo, y todos los involucrados en la transacción se benefician económicamente.
3. Un coleccionista de un cierto artista influye a un museo para armar una retrospectiva o muestra individual de este artista, de esa forma incrementando efectivamente el valor de su colección personal.

² En el caso, por ejemplo, de la última bienal de Venecia, los precios de las obras de un artista aumentaron de \$300,000 a \$1,000,000.00. Todas las obras habían sido vendidas ya el día de la inauguración, pero esto no se hizo público en aquel momento. Los compradores de las obras estaban en su mayoría asociados a las instituciones que participaron en la selección del artista en la bienal, y pudieron adquirir las obras al precio original.

Estética

Estrategia.

Estética Relacional

Filosofía articulada por el curador Nicolás Bourriaud que ayudó a justificar la tendencia y/o necesidad de artistas y curadores de viajar constantemente por el mundo para implementar su profesión, utilizando a las comunidades locales como su medio. La estética relacional, si bien dependiente hacia la localidad, ha generado asimismo el síndrome de la “vergüenza parroquial”, del artista o curador que comúnmente vive en un pueblo lejano, que no es invitado a ninguna parte para hacer su obra, no tiene la oportunidad de ver exposiciones internacionales, y por tanto no tiene la oportunidad de producir fórmulas culturalmente exóticas que sean relevantes al gran diálogo relacional. La estética relacional es una teoría patrocinada por las fundaciones de arte contemporáneo europeas.

Exito

Estado social que en el arte que rara vez se obtiene cuando uno se lo propone y ocasionalmente se obtiene por error. El repetir el mismo error puede generar aún más éxito. En casos aún más raros, un buen artista también puede ser un artista exitoso.

Gesamtkunstwerk

En el MA, cualquier proyecto de Matthew Barney, o exposición que cueste más allá de cinco millones de dólares.

Historia del Arte

Género literario cuyo mercado es dominado por cinco universidades norteamericanas. Los novelistas en residencia de estas instituciones se inspiran sobretudo en protagonistas anglosajones y alemanes. Los precursores de cualquier idea que provengan de otros países suelen ser nombrados como pie de página o como antihéroes. Recientemente, los coleccionistas han contribuido a hacer campañas promocionales e inserciones de producto para estas obras.

Impostor

Manera peyorativa y lamentable de referirse a aquellos artistas (y en algunos casos, curadores) que hacen el esfuerzo de elaborar su obra no en relación a sus propios intereses, sino a la dirección de los intereses del mercado. En general, los llamados “impostores” tienen un agudo

sentido comercial, y son capaces de percibir rápidamente la clase de demanda que hay, la clase de productos disponibles, y como en cualquier comercio, generar un producto más efectivo y atractivo que el de otros artistas.

Indecisión

Fuente principal de tortura para el galerista, proviniendo de un coleccionista influyente. El no decidirse por comprar o no comprar una obra, y permanecer en la ambigüedad por un largo plazo de tiempo, puede ser en extremo placentero para el coleccionista y doloroso para el galerista.

Inmoralidad

Recurso estético de alta efectividad que recientemente complace mucho al MA. Las faltas a la moral se consideran por lo general entretenidas e inteligentes y una manera para el MA de enfatizar su apertura, a menos, como bien se ha documentado en este manual, que ofendan a los coleccionistas.

Inmortalidad

Póliza de seguros para artistas administrada por el gobierno y los museos.

Interdisciplinario

Utilización de otras áreas de conocimiento por parte de artistas visuales para compensar las deficiencias de su entrenamiento recibido en la escuela de arte.

Kosher

Término neoyorkino utilizado para denotar que se está aplicando la corrección política adecuadamente (ver “políticamente correcto”). En el MA, aplíquese a toda clase de recetas que prevengan situaciones embarazosas (por ejemplo, cuando una institución invita a un curador a dar una conferencia sobre el tema de una exposición que su rival ha curado, esto se considera *unkosher*) o que ayuden a darle sabor a ciertas situaciones (en una exposición colectiva, invitar a una mujer o un artista de color se considera *kosher*).

Land Art

Género inventado por Robert Smithson, Walter de Maria y Michael Heizer al final de los sesenta y principio de la década de los setenta que buscaba eliminar la relevancia del museo como espacio para sacralizar el arte. Actualmente las obras de estos artistas se pueden ver, sacralizadas,

en museos de todo el mundo. El Land Art ha inspirado toda clase de movimientos que anuncian su rompimiento con los modelos tradicionales del mundo del arte con el fin de ser absorbidos por los modelos tradicionales del mundo del arte (si es que son exitosos).

Localismo

Condición esquizofrénica entre artistas que viven y trabajan en ciudades de la periferia, quienes por un lado niegan su afiliación con el medio local para mostrar su internacionalismo y por otro defienden su identidad cultural para mostrar su individualidad.

Lúdico

Frase utilizada para justificar un evento de performance en extremo aburrido: “Fue muy lúdico”.

Minimalismo

Estilo de hacer arte inventado por el neoconcretismo brasileño, y adoptado asimismo por un grupo de artistas protestantes en Estados Unidos que tenían miedo de compartir sus sentimientos con el público.

MoMA

Siglas del Museo de arte moderno de Nueva York, la institución bancaria más influyente del MA. El MoMA es depositaria de obras de muy alto valor el cual es asignado por la historia del arte (el ámbito académico) y el mercado (el ámbito comercial). La mesa directiva de esta institución se encarga de regular el mercado de maneras que los beneficien a ellos y a la institución. Esto se realiza en concierto con el departamento curatorial, cuya función es asegurarse de ejercer la justificación histórica de las obras que entran en la colección.

Multiculturalidad

Movimiento inventado por artistas malos de color, quienes argumentan que la mala calidad de sus obras no es sino una malinterpretación de sus simbolismos culturales, profundamente incomprendidos por occidente.

Museo

En países desarrollados, bodega bancaria que organiza entretenidos eventos sociales para su club deportivo local. En países donde el gobierno dirige la cultura, los museos son espacios vacíos que se construyen solo para el día de la inauguración con el presidente, para albergar a todos aquellos

trabajadores sindicalizados que no quieren trabajar pero que tampoco pueden ser despedidos, y para generar plazas directivas para esposas de políticos.

Name dropping

Dícese de la inclinación a lanzar nombres de personas del medio en forma casual, en el transcurso de una conversación. El *name dropping* es una acción estratégica utilizada por aquellos que buscan establecer, de forma sutil, su estatus social y/o profesional durante una cierta interacción. Se utiliza el nombre de pila de la persona famosa, con el fin de indicar familiaridad, así como con el fin de mostrarle a la persona de que sólo si se pertenece a la élite es evidente de quien se está hablando.

Nuevos medios (new media)

Término inventado para proponer un nuevo género artístico, basado en software y obras inmateriales. El arte de nuevos medios comenzó a adquirir enorme atención hace una década con la proliferación del internet, en cuya época casi todo artista de moda se posicionaba como artista de nuevos medios. Debido al aburrimiento que causó no poder ver objetos físicos interesantes y la fatiga contemporánea que causa el ver pantallas de monitor, los artistas electrónicos silenciosamente han ido abandonando el movimiento para definirse solo como “artistas”.

Oportunismo

Tendencia artística que ha proliferado en las últimas dos décadas, reemplazando a los últimos *ismos* del arte. El oportunismo adquiere muchas formas, pero como teoría estética utiliza la regla base de que el arte que se realice debe, en suma, tomar la forma de la oportunidad que se presente en un momento dado. Por ejemplo, para un artista que nunca haya hecho video, debe inmediatamente de realizar un video en el momento en que se presente la oportunidad de mostrar video (ver también la sección “impostor”). Un artista que nunca haya tocado el tema de, por ejemplo, el amor, deberá confeccionar lo antes posible una obra sobre dicho tema cuando un curador le mencione que está trabajando en ella. El artista oportunista es por lo general enormemente flexible, y su aparición ha coincidido afortunadamente con la del curador artístico, quien tiene la tendencia a generar temas a priori y posteriormente buscar a artistas que quieran realizarlos.

Ornamental

Se le denomina ornamental a todo aquel motivo o elemento en una obra que no tiene otro objetivo que el de estar “ahí”, supuestamente mejorando la experiencia estética como un ingrediente que otorga sabor, pero que no ocupa un lugar central dentro de la obra. La ornamentalidad ha tenido su propia evolución en el siglo veinte. Si bien anteriormente se consideraba como ornamental solo ciertos aspectos de la figuratividad, el color, la forma, u otros valores tradicionales del arte clásico, hoy en día los artistas contemporáneos han conseguido en ornamentalizar la mayoría de los atributos esenciales de la tradición del arte conceptual. Hoy en día hay arte, por ejemplo, cuyo tema político es meramente ornamental, de la misma manera en que la pintura en el siglo XVII realizaba alegorías sobre las estaciones, el amor, etc.

Performance Art

Término concebido por algunos utopistas para referenciar una serie de actitudes y posturas estéticas que cuestionaban, entre otras cosas, la comercialización del arte así como la frontera entre la vida y el arte. Posteriormente, algunos vieron la ventaja en convertir al término en género artístico, en mercancía, y posteriormente en academia. Los artistas de performance “académicos” se distinguen por operar continuamente como réferis del performance, adjudicando permisos para que alguna obra se pueda aceptar como performance o no.

Photoshop

La más grande invención artística del siglo veinte.

Pintura

Medio que sistemáticamente se proclama como muerto, puesto que tal estrategia ayuda a que los precios se incrementen un 25% del original antes de cada resurrección. El mercado pictórico obedece ahora a un principio agrícola básico: hay que quemar el campo al principio de una temporada para poder volver a sembrar en el siguiente ciclo. Actualmente la pintura se encuentra en su vigesimoséptima resurrección desde el cuadro blanco sobre blanco de Malevich.

Plagiar

Forma de homenaje indirecto a un artista original, pretendiendo que el artista original en cuestión no existe. Los plagiadores proponen como parte de su obra un mundo utópico donde aquellos de quienes ellos obtienen sus ideas solo son conocidos por ellos y por nadie más.

Políticamente Correcto

Filosofía del arte que argumenta que es mejor morir de aburrición que correr el riesgo de herir los sentimientos de cualquier ser humano. Conocido como “arte por comité”, y “fascismo bondadoso”, el correccionismo político se origina en la época de la inquisición y requiere confesiones diarias entre curadores, artistas y críticos. A pesar de peticiones del público por un arte ligeramente ofensivo, la mayoría de las instituciones apoyan entusiastamente este movimiento puesto que les otorga gran tranquilidad política.

Powerpoint

Medio de presentación visual heredado por el MA a través del mundo corporativo. La mitad de las veces funciona sin errores del programa o del presentador.

Problematizar

En términos de teoría del arte, convertir un tema en terreno fértil para ser consumido por el mercado.

Referencialidad

Estrategia artística que consiste en realizar obras que aluden a las obras de artistas consagrados, supuestamente a manera de homenaje pero que a la vez funciona como justificación estratégica para que se le de consideración a la obra.

RSVP

Siglas que se incluyen en invitaciones para cocteles, inauguraciones, exposiciones y demás eventos sociales que significan que uno es parte de una élite exclusiva. En Nueva York, la relevancia del profesional no radica en su trabajo, sino en la cantidad y el nivel de eventos de RSVP al que es invitado. Incluso en el caso de los eventos sin importancia, el restringir la admisión genera inmediatamente el interés por saber si uno entra en la categoría de los invitados o de los excluidos.

Simulación

La simulación, como la amnesia, es parte clave del MA actual. Consiste en recrear situaciones similares a las creadas por artistas de las décadas de los 60 y 70, pero sin tomar un verdadero riesgo. Una mujer artista se puede exponer en una galería ofreciéndose al público para ser abusada sexualmente, pero en el momento en que alguien del público toma la iniciativa para tomarle la palabra, de inmediato el personal de seguridad intervendrá para terminar el

performance. De esta manera el artista asegura su seguridad así como la naturaleza simulatoria de la obra.

Simposio

Evento social al que asisten los involucrados en la parte discursiva del MA. En los simposios no suele haber suficiente tiempo para tener discusiones, debido a la cantidad de tiempo que suelen tomar las introducciones y las lecturas de los ensayos de los participantes. En general, se estima que el público alcanza a entender solo el 15% de un ensayo leído y el 25% de un ensayo hablado, y retener solo el 5% de lo discutido en un simposio. Esto es debido a la falta de adaptación de textos escritos al escenario y a la dificultad de entender a la mayoría de los críticos, artistas e historiadores que participan en simposios, cuya motivación en participar es precisamente ser invitados a más simposios. Estos eventos conforman la base intelectual del diálogo artístico.

Simposios sobre coleccionismo

Eventos organizados por ferias de arte durante la feria para asegurarse que un coleccionista prominente asistirá en efecto a la feria.

Simposios sobre bienales internacionales

Simposios organizados por bienales internacionales a los que se invitan a curadores a decir que el modelo de la bienal internacional está agotado, y que no hay mas modelo que el de seguir siendo invitado a simposios para hablar del agotamiento de las bienales internacionales.

Situacionismo

Movimiento intelectual de los años sesenta que buscaba transformar a la sociedad, y que hoy ha sido adoptado como estrategia para montar campañas publicitarias.

Subasta

Evento en el cual finalmente se abandona toda pretensión de que el arte tiene un valor abstracto así como del hecho que el objetivo final del arte es básicamente el de comprar y vender. En las subastas el objetivo principal es vender, pero el objetivo secundario es incrementar el valor de la obra de un artista. En el caso que una obra no se venda, la carrera del artista se vendrá a pique en público, por lo cual el artista deberá de arreglar que la obra sea comprada a como de lugar incluso a través de sus propios fondos de ser necesario.

Utopía

Tema estratégico entre artistas que necesitan defensa ante la crítica. Debido a que las obras sobre este tema proponen mundos ideales, imaginarios, irrealizables, y autoproclamados como fracasos, las obras resultan altamente resistentes a la crítica, que se basa en lo realizado, en lo concreto y en lo que se autoproclama como exitoso.

Vanguardia

Arte de la antigüedad, antes de la invención de las ferias de arte.

Vanity Gallery

Servicio de fantasía para artistas que se mueren por exponer en Nueva York. El personal de estas galerías está entrenado para identificar al artista extraviado aspirante a una exposición, hacerle abrir su portafolio (el cual lleva invariablemente bajo el brazo) y de inmediato ofrecerle una exposición individual. El artista, en la euforia del momento, firmará un contrato sin percatarse que la invitación consiste en una renta del espacio por miles de dólares.

Zeitgeist

Esta frase alemana, que significa “el espíritu de la época”, viene a referenciar en el MA a todo aquello que se encuentra “en el aire”, y consecuentemente, la dirección que tomará el viento. Actualmente, algunos teóricos consideran que el *Zeitgeist* se induce en el MA a través de una junta secreta conocida como “The Zeitgeist Foundation” constituida por Samuel Keller, Artforum, Charles Saatchi y Peter Norton, entre otros. La junta decide el espíritu de la época, las obras que habrán de producirse, quienes las habrán de producir, y la viabilidad económica de cada dirección. Dicho liderazgo ha servido como gran alivio a artistas y al mundo del arte en general, por siglos siempre agobiado por preocupaciones metafísicas y por la manera en que estas angustias existenciales deben de ser expresadas. Al optar con directivas específicas, como lo realiza este manual, se puede finalmente disfrutar abiertamente del hacer y vivir del arte.