

## La creación artística como crítica de arte

La dimensión artística de la crítica de arte ha sido propugnada muchas veces como el factor que haría alcanzar a ésta su grado más elevado de eficacia. Tal ingrediente artístico sería siempre subsidiario, determinado por una obra previa. «Una creación dentro de otra», como escribió Oscar Wilde en un libro titulado significativamente *El crítico como artista*. El comentario que realiza Baudelaire en un pórtico de sus *Salones* parece ir aún más lejos: «La mejor reseña de un cuadro podría ser un soneto o una elegía». Aunque esta frase alude a su peculiar concepción de la interdependencia de las artes, en el marco de una teoría general de «correspondencias», presagia también una posibilidad distinta de la que hasta ahora veníamos enunciando: la de una obra de arte nacida ella misma como crítica o comentario de lo artístico. Este es el camino emprendido por la vanguardia ya desde las primeras décadas del siglo XX, desde Dadá y Marcel Duchamp, que culminará en el arte «postmoderno» pasando por la constelación de opciones planteada por el arte conceptual. Fueron en su inicio obras de arte dirigidas a criticar la categoría de lo artístico, luego a criticar la obra de arte mercantilizada y objetual y, casi siempre, a criticar la institución artística, sus valores y su dispositivo de presentación y valoración. Dadá, el arte conceptual, cierto arte postmoderno, han partido siempre de la obra de arte existente, frente a la cual propusieron a su vez obras que suponían su revisión o su alternativa. En el arte más reciente esto es especialmente visible, ya que ese impulso de escrutinio y reevaluación está en la misma base de la existencia de un arte fuertemente autorreflexivo, como es el postmoderno. La crítica del museo, del «canon» patriarcal y eurocéntrico, de la representación como instrumento ideológico, son temas comunes en el pensamiento contemporáneo, pero han sido originados en muchos casos por la práctica artística.

El objetivo de este artículo es realizar un repaso de artistas y obras que en la España actual constituyen ejemplos de esa actitud crítica. Hay que subrayar que ésta no suele ejercerse sobre obras de arte, sino sobre el entramado de condiciones estructurales (materiales e ideológicas) que determinan la función y la recepción de tales obras. Son críticas, en defi-

nitiva, a lo que conocemos por «institución artística». La selección y su orden no responden a criterios de valoración: damos fe de lo existente. En este caso parece imprescindible, ya que este tipo de obras circula por ámbitos característicamente restringidos, y su acceso público muchas veces no es fácil. Esa restricción de la audiencia es, como veremos, constitutiva de su estrategia artística.

José Antonio Sarmiento (Las Palmas, 1952) ha desarrollado dentro de estos ámbitos una obra de raíz conceptual, en ocasiones con deudas evidentes. «ARgenT» (1979) consistió en el reparto de octavillas y la colocación de pegatinas con esta palabra en diversos espacios artísticos parisinos, haciendo visible –y legible– la inserción de lo artístico en lo económico. Igual intención tenía «Título y Precio: 1.000 pesetas» (1985), un múltiple consistente en 200 billetes de esa cantidad tratados como obra de arte (enmarcados, firmados, etc.). En pleno arranque del mercado artístico en nuestro país, la pieza subrayaba el hecho de que la obra de arte es, cada vez más, una mera fiducia, un título dinerario (por más que esté tan pintado o esculpido). Al año siguiente realizó una tirada de 40 ejemplares de un libro titulado *Prêt à porter*. En él se reproducían las declaraciones de un conocido galerista madrileño sobre su criterio a la hora de seleccionar a un artista. Después aparecían varias páginas de una revista femenina cuyas modelos posaban en las salas de su galería, ante grandes lienzos de Alexanco. El pie de la página decía: «Años de investigación y trabajo se reflejan en la pintura de Alexanco, al igual que en nuestra moda, que paso a paso consigue ser consecuente, acorde con la cultura y el arte». En realidad, en la revista original se hacía explícita la vinculación a «la moda» del repentino auge de la pintura española. Lo que añadía Sarmiento era un condicionamiento en la lectura que nos obligaba a «atender» y que además situaba las declaraciones de Fernando Vijande dentro de una estrategia –aceptable y evidente para todos en el caso de la ropa– de *marketing* comercial. Esta es la intención que suelen tener las obras de Sarmiento: conectar informaciones distantes, dar medios al espectador para que se forme un pensamiento crítico.

A partir de esta fecha, Sarmiento pasará de una crítica poética y genérica, a utilizar nombres propios y aludir a situaciones determinadas. También comenzará a extraer su material básico de los medios de comunicación (como es típico en Giro, del que luego hablaremos). Como decíamos al principio, pocas veces se critican aquí obras, como si éstas quedaran fuera de discusión. Es la esfera de su representación pública, de su deliberada presentación como entes asépticos de todo condicionamiento ajeno al arte, lo que resulta objeto de comentario. Un envío de 1993 reproduce la publicidad de la exposición «El Sueño Imperativo», que fuera patrocinado por la Cooperativa PSV tres años antes, junto con unas declaraciones coetáneas en las que su gerente exponía su interés en

el «arte social». La difusión de esta información, en medio del escándalo por la quiebra de la cooperativa de viviendas, y sin un solo comentario valorativo, es un buen ejemplo de la estrategia de actuación de Sarmiento. En 1992 enviaba una tarjeta en la que reclamaba a Rogelio López Cuenca (con destino a una revista universitaria) la cantidad que le había pagado la Expo 92 por una obra posteriormente desestimada. Ese mismo año, tras una cierta polémica sobre el arte social, ponía en circulación el texto: «Juan Manuel Bonet apuñalado por Francesc Torres en el barrio de La Celsa». Dejando los chistes de lado, el trabajo de Sarmiento tiene como propósito, a nuestro juicio, revelar maliciosamente relaciones –personales, institucionales, ideológicas– que solemos pasar por alto. En todo caso, Sarmiento las presenta, dejando que sea el espectador quien las formule, y en ningún caso extrae de ello conclusiones.

En 1989 colocó en la fachada de 49 galerías de arte madrileñas el rótulo «Esto no es una Galería de Arte», acción documentada puntualmente en un envío postal concebido como una «Exposición por Correo». El sistema de galerías como paradigma de un determinado tipo de relación de la obra con el público ha sido objeto recurrente, en estos años, de diversas iniciativas artísticas. Como tales hemos de entender la inauguración perpetrada por el colectivo Estrujenbank (integrado por los pintores Patricia Gadea y Juan Ugalde, y el poeta Dionisio Cañas) de una galería de arte en un paso subterráneo de la capital. En la denominada Galería Mary Boone se expusieron durante varios días obras de Estrujenbank, junto a las de pintores amigos y otros genuinamente callejeros. En 1991 otro colectivo, Preiswert Arbeitskolleguen, hacía lo propio en un andén de metro. La adquisición de las obras (dos vallas publicitarias) se efectuaba mediante una fotografía de polaroid de la transacción. Se evitaba así el engorroso traslado y se dejaba constancia del «Prestigio Adquirido», componente esencial de la compra de arte. La alternativa silvestre o la crítica irónica se transforman en una narración sin moraleja en la obra de Muntadas *Exposición* (Fernando Vijande, 1985) y *Situación* (C.A.R.S., 1988). Se trataba en ambos casos de «exponer» el lugar, el protocolo expositivo en lo que tiene de condicionante sobre las obras que allí se confirman como «artísticas». El dispositivo ha sido también, y a la inversa, explotado por Agustín Parejo School para dar carta de naturaleza a una creación apócrifa: el artista caribeño Lenin Cumbe.

La actividad artística de José María Giro (Arahal, Sevilla, 1945) que aquí nos interesa –y que tiene mucho en común con la de Sarmiento– se inicia en 1989, tras un período de pintor abstracto y una incursión en el conceptual. Este último le acercó al manejo de libros y textos como elemento formal y como tema de sus obras posteriores. Este es, genéricamente, la mediación entre obra y público, un abanico de posibilidades cada día más abierto. *Velázquez* (1989) era un comentario textual y visual del tras-

lado de los cuadros del sevillano a Nueva York, que se proponía como metáfora de la desvalorización cultural y sacralización económica del arte, tan visible aquellos años. Se critica la tendencia a convertir el arte en espectáculo, pero de forma más secreta, la necesidad del arte español de homologación exterior, para convertirse en «arte español internacional». Dos elementos del catálogo prefiguran lo que serán luego recursos y planteamientos reiterados. Uno es un libro titulado *Estrategia y simulacro en el Arte Español*, cuyo autor es José María Giro, editado por Alianza. Portada absolutamente verosímil (en título, en maquetación) pero falsa. El otro elemento es un listado doble: el de retratos velazqueños y el de personalidades (artistas y críticos) que asistieron a la inauguración neoyorquina. Las obras de Giro se caracterizarán en adelante por la constante usurpación de códigos visuales, pertenecientes al ámbito de las instituciones culturales, los negocios y el *marketing*. De estos códigos toma su autoridad mediática, o le sirven para objetivar visualmente sus opiniones. Los citados listados apuntan a una reflexión que pondría por escrito años después: la indefinición de la identidad del artista, angustiado al presentir la muerte del arte (una ambigüedad básicamente escindida entre artista y crítico, concretamente). Así, en la obra de Giro artistas, críticos, mecenas, comisarios, etc., aparecen confundidos en muchas ocasiones –parecen intercambiables–. En febrero de 1993 enviaba por correo un *Boletín de Evaluación Curso 1992-93*. Bajo el epígrafe de «Artistas» se confundían todos los tipos mencionados. Las asignaturas iban desde Formación de la Estética Nacional a Técnicas de Apropiación, pasando por Marketing Promocional. Las calificaciones parecían estar otorgadas aleatoriamente y sólo la Ética quedaba pendiente de evaluación. Otra versión de esta crítica de la crítica es el texto aparecido en el boletín *El Muerto Vivo* (1995): «Cómo escribí algunas de mis críticas». El método es semejante al declarado por Raymond Roussel, en su texto homónimo. Asociaciones verbales, rupturas de palabras, método paranoico-crítico si se quiere, pero de resultados perfectamente verosímiles. Giro, pues, señala la superficialidad de la crítica (¿toda?), la arbitrariedad del trabajo de artistas y críticos (¿todos?), afirmaciones poco matizadas que sería necesario argumentar un poco. En este sentido nos parece más acertada, en su intención de mostrar los tópicos con que suele caracterizar la creación artística en los medios de comunicación, una obra como *Pasajes* (1992), que el artista subtitula –o califica de– poesía experimental. Es un breve diccionario confeccionado por comentarios de prensa sobre artistas españoles. Pero las entradas no son nombres, sino la inicial del apellido. «Definiciones» en las que unas veces prima lo estilístico, en otras lo temático, en otras lo geográfico y que, evidentemente, simplifican el carácter del creador hasta convertirlo en un cliché.

Desde 1992 y hasta hoy Giro ha realizado más de una docena de en-víos, con los formatos y composiciones más variados. En aquel año con-