

Arte contra consumismo

POR JOSEFA ORTEGA

Desde la segunda mitad del siglo pasado las artes visuales han reflexionado sobre el consumismo en las sociedades modernas. Pero en las últimas fechas han hecho más que eso: a través de acciones fuera del museo proponen nuevos caminos de interacción social.

Desde la década de los sesenta se ha generado un exceso de objetos en las sociedades posindustriales, así como un mercado masivo altamente saturado de artículos fabricados por grandes corporaciones multinacionales que no sólo satisfacen necesidades reales y creadas sino que también son símbolos de validación social que operan en la lógica del deseo. Como lo han señalado autores como Jean Baudrillard, el consumo es el mito tribal que rige la moral.

Las artes visuales han criticado ese sistema desde el Arte Pop en Estados Unidos. Y han buscado la manera de subvertir la inercia del consumo desinformado y voraz, que ha traído consecuencias devastadoras como la valoración social de acuerdo a lo que la gente posee, la erosión y la destrucción de economías locales o la contaminación del planeta.

Así, cada vez existen más iniciativas que concentran sus esfuerzos en la transformación de rutinas de consumo, fomentando estrategias de cambio en pequeñas comunidades bajo la premisa del biólogo escocés Patrick Geddes: piensa globalmente, actúa localmente. Uno

de los ejes de estas transformaciones supone que las relaciones ayudan a la construcción del tejido social, tratando de que las interacciones estén menos reguladas por el dinero y más por la solidaridad, la confianza, la reciprocidad y la colaboración. Para lograrlo han establecido estrategias como el consumo colaborativo, el trueque o los bancos de tiempo —que buscan generar nuevas economías que no contemplan la compra/venta y prefieren otras nociones como el intercambio.

En las artes visuales los creadores han propuesto piezas como procesos, prácticas sociales cuyo resultado más que un objeto es una experiencia. Julieta Aranda y Antonio Vidokle, por ejemplo, establecieron un banco de tiempo para intercambiar trabajos sin la intervención de dinero. *Tiempo/Banco* (2009) es una comunidad abierta, disponible en línea, donde cada miembro enlista sus capacidades y los posibles bienes de intercambio: apoyo en diseño gráfico, montaje de exposiciones, traducción de textos o recetas de cocina, entre otros. El valor de cambio es el tiempo que las personas invierten en una actividad. De esta manera, los valores de trueque van de 30 minutos a 24 horas. La reserva del tipo de



cambio es la confianza de que cada quien invertirá el tiempo correspondiente en la actividad que le han designado. *Tiempo/Banco* fue mostrado en diversas plataformas curatoriales, como dOCUMENTA (13) en 2012.

Una reflexión en torno al uso tradicional del dinero y las relaciones de consumo se inauguró en julio de este año en uno de los principales centros comerciales de Utrecht, Países Bajos. *Call of the Mall* analiza las situaciones que suceden dentro de este espacio: el comercio, las compras, la disposición de las tiendas departamentales y las interacciones sociales. La exhibición, que duró tres meses, incluyó *La idea del regalo* (2013), de Antonio Vega Macotela, una fuente de deseos alimentada de monedas que están disponibles en distintas tiendas a cambio de objetos personales. Partiendo de la premisa “¿qué estás dispuesto a dar para realizar un deseo?”, la pieza estudia los intercambios simbólicos que se producen en un centro comercial. La fuente es una metáfora de lo que significan los productos vendidos: la realización de deseos.

De esta forma, el deseo y el mercado son conceptos relacionados con el consumo de arte. El curador Willy Kautz presentó en 2012 en la Casa del Lago *Pobre artista*



— 01

Julieta Aranda / Anton Vidokle, *Tiempo/Banco* (2008 - a la fecha). Instalación en Parque Aue, Kassel, durante dOCUMENTA (13), (2012). © Nils Klingner. Cortesía de los artistas

— 02

Julieta Aranda / Anton Vidokle, *Tiempo/Banco* (2008 - a la fecha). Billetes diseñados por Lawrence Weiner. © Julieta Aranda



03

—03
Fernando García-Dory, *Nueva oportunidad, La Colonia* (2012 - a la fecha).

© Lorena Fernández Prieto. Cortesía del artista

—04
Fritz Haeg, *Fincas comestibles #10* (2005 a la fecha). Instalación en el techo de la Academia Americana en Roma.

© Fritz Haeg. Cortesía del artista

—05
Antonio Vega Macotela, *La idea del regalo* (2013). © Jannes Linders Klein. Cortesía de Arte en la Estación

rico, donde 9 artistas —Eduardo Abaroa, Artemio, Erick Beltrán, Karmelo Bermejo, Christian Jankowski, Gabriel de la Mora, Jorge Satorre, Melanie Smith y Sofía Táboas— crearon obras ex profeso. El proyecto designó a cada artista la misma cantidad económica para la producción de sus piezas y éstas se ofrecieron a cambio de una mercancía o un don no artístico ofrecido por el público. La regla era no canjear dinero por obras. Y los artistas decidían qué aceptar para intercambiar su trabajo. El trueque como relación de mercado. La valoración de la pieza debía trascender el sistema del dinero. Otro caso sobre la preocupación del consumo en las artes visuales es el tianguis C.A.C.A.O. (Cooperativa Autónoma de Comercio Artístico de Obras), que se llevará a cabo en

noviembre en el Museo Universitario del Chopo. Impulsado por el artista José Miguel González Casanova, el proyecto pretende que los productores culturales independientes ofrezcan sus bienes a partir de un sistema cuya moneda será el cacao. El propósito es activar la economía de los bienes culturales en una red donde productores y consumidores puedan interactuar sin intermediarios.

Estos ejemplos son estrategias de interacción simbólica para crear redes de cooperación. Tienen como objetivo reforzar las ideas de colectividad y desatender las del individualismo, filosofía impulsada por las grandes corporaciones que promueven la satisfacción personal y el consumo de sus productos.

En lo que respecta a la agricultura de autoconsumo los huertos urbanos

“

Nueva oportunidad, La Colonia es una colaboración entre un grupo de estudiantes para emprender actividades de jardinería, cultivo y, de esa forma, construir una comunidad.

”



04

son una opción que transforman tanto lo que consumimos como nuestras relaciones sociales. En este ámbito destaca la serie *Fincas comestibles* (2005 - a la fecha), del estadounidense Fritz Haeg, donde el artista colabora con ciudadanos de diferentes países (Estados Unidos, Italia, Turquía y Hungría, entre otros) para convertir los jardines de sus casas en parcelas comestibles. Esta acción ha logrado modificar el paisaje urbano, las relaciones sociales vecinales, los hábitos alimenticios y las rutinas de consumo. El último eslabón de esta obra será la plantación del jardín número 15 en Mineápolis, apoyado por el Walker Art Center.

En este mismo sentido se puede mencionar el trabajo del artista español Fernando García-Dory. *Nueva oportunidad, La Colonia,*

por ejemplo, es una colaboración entre un grupo de alumnos de la Universidad Complutense de Madrid para emprender actividades de jardinería, cultivo y, de esa forma, construir una comunidad. A partir del material reciclado recolectado por estudiantes se efectuó un programa para elaborar semilleros, invernaderos y espacios de reunión. Asimismo se construyó un aula abierta donde se realizan encuentros, talleres, debates y otras acciones universitarias. En ambos casos el arte es una herramienta para transformar el entorno, una manera de involucrar a las personas para incidir en la vida cotidiana de forma responsable y creativa. No es algo nuevo. Hace más de 50 años lo plantearon Joseph Beuys con la escultura social y Guy Debord al crear



05



06

situaciones que pretendían enfrentar a la sociedad del espectáculo. Sin embargo son ideas que se mantienen vivas porque la sociedad sigue demandando cambios profundos.

Igualmente *La tierra nueva de Tlatelolco*, del alemán Thomas Stricker, resultado de la exposición Residual (2010), curada por Gonzalo Ortega, utiliza un espacio abandonado para cimentar una planta de composta. El proyecto busca que la gente maneje responsablemente la basura, disminuyendo la cantidad de desechos y aprovechando los residuos orgánicos para la regeneración de jardines y suelos. A tres años de su inicio *La tierra nueva de*

Tlatelolco se mantiene funcionando, prueba de las posibilidades que las artes visuales brindan para la reconstrucción del tejido social.

Estos ejemplos rompen con las nociones tradicionales de consumo y sus efectos en las relaciones sociales. Existe una preocupación al interior del mundo del arte que intenta transformar las dinámicas implantadas por el capitalismo. Estas prácticas artísticas buscan potenciar las capacidades creativas de los individuos y renovar las relaciones sociales cuyos puntos de partida son opuestos al consumo y el capital: la reciprocidad, el intercambio, la empatía, la solidaridad y el sentido comunitario. ©

“

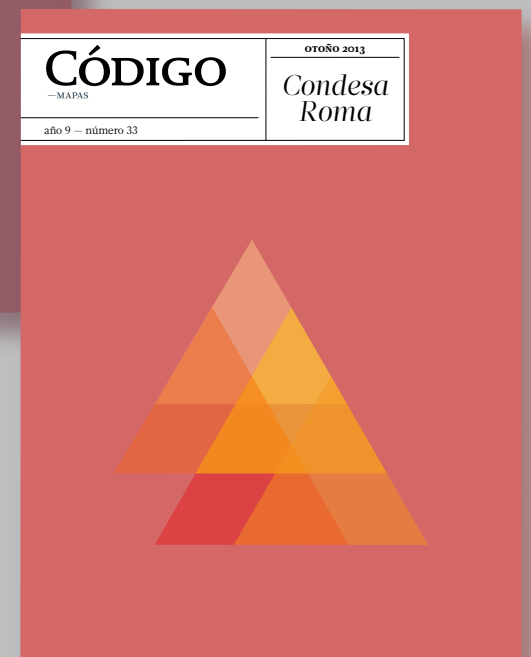
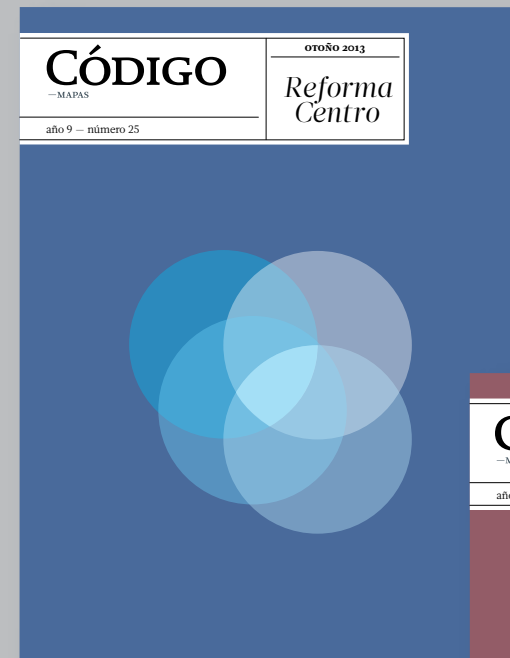
En las artes visuales los creadores han propuesto piezas como procesos, prácticas sociales cuyo resultado más que un objeto es una experiencia.

”

CÓDIGO

—MAPAS

OTOÑO 2013



Los lugares más propositivos en las zonas más efervescentes

Encuétralos aquí
www.revistacodigo.com/distribucion-mapas

info_mapas@editorialcodigo.com | 5564 9610 | revistacodigo.com