

El arte es una duda razonable.

El arte contemporáneo se ha convertido en una duda razonable. Es el producto de situaciones externas e intereses colectivos con quienes el autor debe tener la habilidad para conectarse de manera que esas redes hagan posible que su “producto” tenga “valor”. Las actitudes en su momento irreverentes como la de firmar un urinario o pintar de blanco un lienzo en blanco de los padres de la “teoría de la liberación”, tenían implícitas un proceso de introspección que pareciera haber sido entendido por la mayoría como una licencia que hace del creador un actor-instrumento y del objeto creado un cheque en blanco que se presenta para su validación.

El siglo XXI trae consigo un proceso de democratización que ha sido posible gracias a las herramientas que le aportan a la creatividad y a la difusión el ordenador y la internet, expandiendo de tal manera el horizonte que contradictoriamente ha hecho desaparecer los límites al generar un ambiente de incertidumbre donde además la creación ha perdido su autonomía para convertirse en un subproceso de una sociedad movida por el ciclo producir-consumir, con fecha de caducidad cada vez más cortas. La desaparición de los límites ha hecho que los números ahora sí mientan, creando crisis económicas que rápidamente impactan a la aldea global gracias a los “hilos de pólvora” en que se han convertido las redes.

La mecanización de finales del siglo XIX hizo posible la reproducción al infinito de piezas únicas. La fotografía de principios del siglo XX hizo posible capturar y reproducir un instante mediante una técnica que hasta el siglo XIX estaba reservada a la pintura académica. El siglo XXI puso en manos de todos herramientas “talentosas” que solo esperan la orden de un click para hacernos la vida más fácil con el alto costo que genera una creciente dependencia de la tecnología. El siglo XXI heredó del siglo anterior una lucha silenciosa entre el instinto y el espíritu, y donde la publicidad fue un herramienta fundamental que debía apelar al instinto para lograr el objetivo de instituir el consumo como razón de vida, con ofertas cada vez más convincentes de un disfrute garantizado sin despertar sombras de dudas sobre las bondades de su cliente-producto quien recompensa muy bien esos esfuerzos creativos. Había que llegar a cada vez más gente y quien mejor que la publicidad para hacerlo con una importante presencia urbana y en los medios de difusión, mediante un fluido proceso de retroalimentación económica con las industrias de las finanzas, el deporte y el entretenimiento. Y siendo la publicidad en esencia una actividad creadora que genera objetos no utilitarios, su función de excitar al instinto y lograr por esa vía motivar el consumo, la acerca a lo que para muchos podría significar el arte, llegando inclusive a ser motivo de inspiración para algunos artistas quienes vieron en ella el reflejo de una sociedad que necesitaba de un reportero de la “sensibilidad” colectiva. La publicidad se convierte entonces en un instrumento globalizador que ha venido derrotando a la memoria humana y urbana para que el progreso sea un producto más de consumo.

La búsqueda de los límites no es una huida hacia atrás mediante un rechazo militante a la tecnología, la búsqueda de los límites es un intento por mirar el horizonte a través de un nuevo cristal que nos permita reducir las incertidumbres que la sociedad contemporánea ha creado revisando por ejemplo el verdadero sentido del oficio mediante el uso de las

herramientas sin dejarse seducir por su carga de innovación, las cuales siempre han llegado para quedarse y afectar la manera como el hombre urbano se relaciona con la naturaleza. En una contemporaneidad citadina que avasalla con la oferta del disfrute garantizado por el consumo oportuno, la “función” del artista pareciera ser el de un creador de objetos que sin estar energizados son capaces de motivar la contemplación pausada y el disfrute prolongado de un espectador atrapado por la fascinación de quien siente que han podido “encender” su atención. Quien puede poner en duda el valor de una obra de arte que tenga la posibilidad de emocionar a un espectador, sin explicaciones previas que apelen a la racionalidad o sin el uso de artificios eléctricos. La creación de objetos sin carga utilitaria que puedan catalogarse como arte, deberían tener la autonomía que simplemente le confiere el trabajo creativo sincero que haga posible más que comunicar transmitir.

En la búsqueda de los límites, la revalorización del oficio es un camino legítimo que los creadores del siglo XXI deberían considerar para darle a su trabajo la autonomía de esos factores externos concentrados en los procesos de producción de riqueza, y lo cual afortunadamente pareciera estar ocurriendo con la música académica interpretada por jóvenes orquestas y directores de países también jóvenes, quienes en su afán de superarse como individuos han logrado sumar voluntades para producir un sonido nuevo capaz de excitar espiritualmente las audiencias de sitios disímiles y distantes con el simple uso de viejas herramientas musicales y un lenguaje universal al cual le han añadido un “sabor” peculiar que solo es posible cuando el oficio se empapa de la pasión.

Es necesario que el arte del siglo XXI deje de ser una duda razonable, que se ha ido contaminando con una economía pretenciosa, que solo después que se da cuenta que se salió de control al afectar a muchos, reconoce que necesita una profunda revisión, pero resistiéndose a aceptar que esa revisión debe darse en el campo de los principios y valores.

Es necesario que el arte del siglo XXI entienda que tiene un papel que jugar en este proceso de revisión de los principios y valores en el cual la economía lo ha involucrado, para que sin complejos rescate de sus entrañas por ejemplo la importancia del oficio y de ese apetito insaciable de nutrirse de una cotidianidad preñada de futuro que siempre nos tocara vivir y la cual necesita retroalimentarse de pulsaciones de humanidad y esperanza que definitivamente, y al igual que la música, el arte puede “suministrarnos” cuando el oficio de crear se empapa de la pasión que se requiere para activar el diálogo que excite espiritualmente las audiencias de un mundo que pierde rápidamente sus fronteras y homogeneiza las diferencias culturales y la sensibilidad.

Carlos ZerpAAbzuetA.
enero 2009