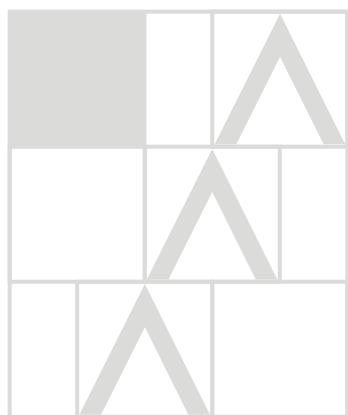
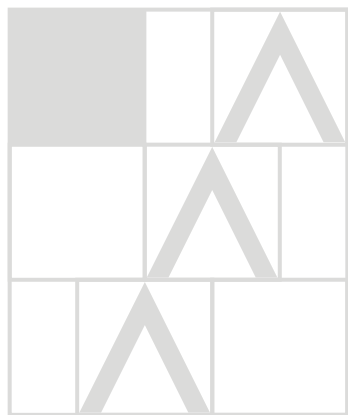


**la marca**  
e d i t o r a



**la marca**  
e d i t o r a

**INTRODUCCIÓN AL**  
**ARTE CONTEMPORÁNEO**



**la marca**  
e d i t o r a

# BIBLIOTECA DE LA MIRADA

dirigida por Guido Indij

## NOTA DE ENVÍO

La biblioteca de la mirada surge en 1995 con la intención de agrupar aquellos textos que pasan por el escritorio de la marca editora, y que, a pesar de pertenecer a diversos géneros, tipos y temáticas —teoría del cine, de la fotografía, de los medios, crítica de arte y de la cultura, manifiesto estético, ensayo filosófico, entre otros—, pueden ser ordenados en una misma categoría: obras capaces de hacernos reflexionar con el fin primordial de formar una mirada crítica, activa, un ojo capacitado para abordar analíticamente la compleja trama generada por la cultura.

## LIBRO-OJO (Λιβρο Οξο)

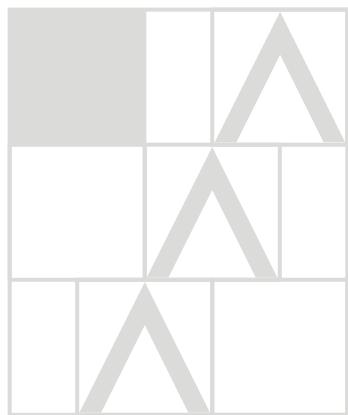
Si existe un común denominador para los libros que integran esta biblioteca, resultará inútil buscarlo en el formato, o en los criterios de diseño, o de color de tapa...

Estos no refieren necesariamente (al menos no en forma directa) a los medios, pero son herramientas esenciales para el desarrollo de una reflexión crítica y de la supervivencia en la sociedad del espectáculo, en una sociedad de la información.

Su objetivo es político, en tanto apunta a reponer protagonismo en el rol del receptor y procuran señalar —de las más diversas maneras— los mecanismos de la percepción.

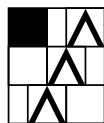
Listado © 1995-2023

# INTRODUCCIÓN AL ARTE CONTEMPORÁNEO



la marca  
editora

Anne Cauquelin



la marca  
editora

Título original  
Edición original  
Título en español  
Traducción al español

*L'art contemporain*  
© Presses Universitaires de France / Humensis, 2018  
*Introducción al arte contemporáneo*  
Ezequiel Martínez Kolodens

Colección  
Director de colección

Biblioteca de la mirada  
Guido Indij

Coordinación, composición de interior y tapa  
Foto de tapa

Fernando Ozón  
Sergii Vakula, Shutterstock

Editorial  
Oficina  
Tel  
E-mail  
W<sup>3</sup>

**la marca editora**  
Pasaje Rivarola 115 (1015) Buenos Aires, Argentina  
(54-11) 4 552-3834  
lmc@lamarcaeditora.com  
www.lamarcaeditora.com

Libro de edición  
Impreso en / *Printed in*  
Taller

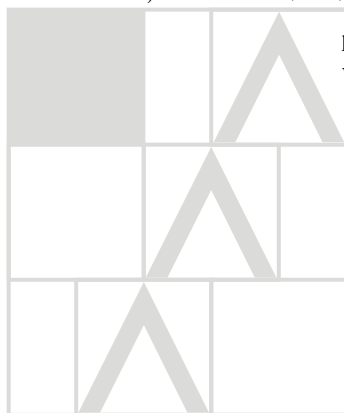
Argentina  
Argentina  
Buenos Aires Print

ISBN  
Fecha de impresión  
Depósito de ley

978-950-889-378-9  
Octubre de 2023  
11.723

©

**la marca editora**



la marca  
editora

Cauquelin, Anne  
Introducción al arte contemporáneo / Anne Cauquelin. - 1a ed. - Ciudad Autónoma  
de Buenos Aires : la marca editora, 2023.

128 p. ; 14 x 20 cm. - (Biblioteca de la Mirada)

Traducción de: Ezequiel Martínez Kolodens.

ISBN 978-950-889-378-9

1. Arte. 2. Ensayo. 3. Arte Contemporáneo. I. Martínez Kolodens, Ezequiel, trad.

II. Título.

CDD 700.905

No se permite la reproducción parcial o total, el almacenamiento, el alquiler, la transmisión o la transformación de este libro, en cualquier forma o por cualquier medio, sea electrónico o mecánico, mediante fotocopias, digitalización u otros métodos, sin el permiso previo y escrito del editor. Su infracción está penada por las leyes 11.723 y 25.446.





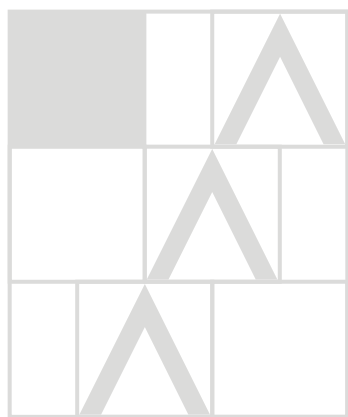


## *Índice*

Presentación	11
Introducción	13
Primera parte. Los regímenes del arte	19
Capítulo I. El arte moderno o el régimen del consumo	21
Capítulo II. El régimen de la comunicación o el arte contemporáneo	45
Segunda parte. Figuras y modos del arte contemporáneo	67
Capítulo I. Los embragues	69
Capítulo II. La actualidad	97
Bibliografía	123



**la marca**  
editora



**la marca**  
e d i t o r a

## *Presentación*

Escrito en 1992, este pequeño libro sobre el arte contemporáneo ya no es más contemporáneo a la cuestión que plantea el arte contemporáneo hoy. Esto se debe a que el arte contemporáneo también sufre el efecto del tiempo y su “hoy” no es del todo el de ayer. Si bien no hubo una transformación del mundo del arte, como sucedió entre los dos regímenes del consumo y la comunicación en los años ‘90, sí sucedieron varios desplazamientos, ajustes y modificaciones acompañados por nuevas actitudes respecto del arte, y esto, tanto por parte de los artistas y del público como de los demás actores de la escena artística. Así, el público ya no está tan perdido y su actitud no es tan negativa como hace algunas décadas; se acostumbró a la denominación de “arte contemporáneo” como a lo que se le presenta bajo esta etiqueta. Podría decirse que el público da cuenta de la suerte de veneración y asombro con los que observaba a las “obras” con los objetos que el arte de hoy les ofrece. De hecho, la prioridad no es que guste o no guste tal o cual producción. Hay que conocerlas, comprenderlas. Se busca lo cognitivo y ya no lo afectivo. A su vez, este desplazamiento de la atención del público se debe a los mecanismos de las instituciones y de cada práctica artística en particular. Hacia el final de esta obra, intentaremos aclarar estos dos puntos.



## *Introducción*

El público, a la hora de afrontar la propagación de los centros de cultura, la diversidad de las “obras” presentadas, su multiplicación, y la multiplicación también de revistas, diarios y publicidades, se ve solicitado por los afiches, arrastrado de un lado al otro por las críticas de arte, acumula catálogos y parece quedar desconcertado ante el arte contemporáneo. Lo más sorprendente es la buena voluntad constante de este mismo público, siempre dispuesto a responder a lo que se le pide, siempre intentando entender algo del arte contemporáneo. Parece valerse de la acumulación de sus experiencias, parece buscar cierto acostumbamiento, una manera de “acostumbrar la mirada”, mirando todo lo que le dan para ver para intentar emitir un juicio estético o, si no es posible, al menos poder “hallarse” en él.

Por un lado, en efecto, está “educado” —desde hace varias décadas se intentó inculcarle los valores culturales necesarios en nombre de una modernidad o de un modernismo como una obligación cívica, una regla de buena educación o un principio de desarrollo: los países desarrollados tienen que, en paralelo al progreso técnico científico que los caracteriza, adherir a cierta idea del desarrollo de la cultura—. Por otro lado, en relación con esta necesidad de honorabilidad, el público está al tanto del interés comercial de las obras que pueden de un día al otro superar por mucho a los beneficios que podemos esperar de una inversión o un empleo.

Esta doble atracción aumenta aún más la indecisión: “¿Esta obra tiene valor? Si la compro, ¿aumentará su valor? ¿Por qué esta sí o

esa no? ¿Tengo que confiar en mi 'gusto', y cuál es mi gusto en realidad? ¿Sigo las opiniones de los demás, cuáles son los criterios?". Asimismo, en general recurrimos a valores confirmados, los que dan fe, según los precios en vigor, o porque el artista es "reconocido" o forma parte de la nomenclatura. Como la compra está fuera de cuestión, se lo invita a la contemplación, en grandes fiestas consensuadas y ritualizadas. Rito iniciático doloroso que consiste más que nada en interminables filas de espera.

Es porque al arte contemporáneo le falta el momento de su constitución y un proceso de fundación coherente como para poder ser reconocido. Ya que lo que pasa ahora, en este lugar, y aquello que definiría a un contemporáneo temporal, nunca sucede en simultáneo sino que exige una reagrupación, una elaboración: el acá y ahora ya deja de serlo cuando se lo nombra, el *ahora* ya es pasado; en cuanto al *acá*, exige constituir un lugar que lo envuelva. Para aprehender al arte como contemporáneo, entonces hay que establecer ciertos criterios, distinciones que lo identifiquen como contemporáneo, independientemente de su inscripción en el tiempo. Ahora bien, si estos criterios no pueden encontrarse en la referencia al tiempo, tampoco pueden identificarse en el mero *contenido de las obras*: su forma, su composición, el uso de tal o cual material o la referencia a tal o cual movimiento artístico, ya que así permaneceríamos en un régimen acordado y adoptaríamos las reglas de división por géneros o por períodos que el arte contemporáneo rechaza. Es más bien *por fuera* de la esfera artística donde podemos buscar los criterios de lo contemporáneo, sea en temas culturales, presentes en los registros literarios y filosóficos —deconstrucción, simulación, vacío, ruinas, desechos y recuperación, por ejemplo—, sea en una sociopolítica de la cultura, o de manera más general, en la visión de cierto estado del mundo actual como una economía de fuerzas presente donde el arte se manifiesta.

## I. Una economía general

Hay que recurrir a una economía general para entender el lugar que tiene el arte contemporáneo y cuál es su forma. En esta economía, entendida en un sentido amplio como una “composición” de elementos heterogéneos, lo económico, en el sentido acotado de precio, es un elemento importante en la relación del público con el arte contemporáneo. En efecto, si bien puede admitirse que las obras del pasado pueden alcanzar sumas considerables –lo viejo es siempre “más” caro, como pasa con los muebles “de época”–, los precios de lo contemporáneo parecen descomunales y exagerados. Entonces, se habla de especulación, de valor refugio, de mercado ficticio. Se acusa a los “grandes” comerciantes, a las galerías o a los inversores de todo tipo. Porque esta economía no funciona según el esquema tradicional de la oferta y la demanda, el mecanismo incluye también el lugar y el rol de los distintos agentes activos en el sistema: el productor, el comprador –coleccionista o amateur–, pasando por los críticos, publicistas, auditores, conservadores, instituciones, museos, fondos, secretarías de cultura, etcétera.

Así, las obras son cada vez más, los museos y las galerías se entrecruzan y se multiplican y, sin embargo, nunca estuvieron más alejados de su público. Paradoja incómoda, un sentimiento de malestar que no podemos expresar bien, eso es lo que siente la mayoría. Pero el factor económico respecto del valor de mercado no es lo único en cuestión, el valor intrínseco de las obras también es relevante.

## II. La idea del arte no permite su reconocimiento

¿Esto se debe a que no hay suficiente información? ¿O quizás a la pérdida de las referencias estéticas habituales y a la aplicación a las obras de criterios mal establecidos, no pertinentes para el arte contemporáneo? No hay que dejar de lado la adhesión general a una

idea instaurada de lo que deben ser el arte, el artista, el mercado y lo amateur. Ahora bien, esta idea impide un nuevo planteamiento de todo el ámbito del arte: evaluar al arte según los criterios activos hace algunas pocas décadas significa no entender lo que está pasando.

Quizás estemos confundidos por estas ideas que vamos recibiendo, que suponemos que son universales y duraderas y nos olvidamos de las distintas formas y los distintos estatus a los que las obras y los artistas quedaron sometidos en los distintos períodos de la historia. Por ejemplo, la idea de una continuidad a lo largo de una línea temporal marcada por la innovación: la vieja noción de progreso que, aunque sea cuestionada en el ámbito del arte, sigue manteniéndose vigente (como lo demuestra la “vanguardia”, la noción de un avance); la idea de un arte en ruptura con el poder instituido (el artista contra lo burgués, los valores de rechazo, de revuelta, el exiliado de la sociedad); la idea de un valor en sí de la obra que vale para todos (la autonomía del arte, desinteresado, como suspendido en las nubes del idealismo); la idea de una comunicabilidad universal de las obras, basada en la intuición sensible (la cuestión del gusto, al que todos tienen acceso); la idea del “sentido” (el artista da sentido, abre un mundo, deja ver la verdadera naturaleza de las cosas: “la naturaleza usa el genio para dar sus reglas al arte”, decía Kant).

Esta constelación de opiniones hecha de todo y de nada, heredada en parte de las teorías del siglo XVIII (Kant, Hegel y el romanticismo), en parte del siglo XX (la crítica social y el arte para todos), está muy enraizada y forma una pantalla, un escondite, a través del cual intentamos entender en vano a la contemporaneidad.

Por lo tanto, nos hace falta atravesar este telón de humo e intentar percibir esta realidad del arte actual que se esconde. No solo entender el estado de las cosas –lo cual constituye la cuestión del arte ahora–, sino también *entender lo que no permite su reconocimiento*.



### **III. Dos regímenes de prácticas**

Ahora bien, esta comprensión solo puede alcanzarse, como dije antes, adoptando un punto de vista externo respecto del ámbito en el que suceden las prácticas artísticas contemporáneas. Se trata de un conjunto, y diría más bien de un “sistema” a pesar de la desconfianza que suscita un término como este. Un sistema que las noticias, cada vez más profusas, pero dispersas y puntuales, que aparecen en revistas, diarios, catálogos, posteadas en blogs dirigidas a destinatarios no revelados, esconden más que revelarlo. Es este conjunto lo que me propongo aclarar. O mejor estos conjuntos, en plural, porque el estado de las cosas de hoy se distingue en gran medida del estado de las cosas de ayer, si bien no llega a oponerse; es producto de una transformación en la estructura, a tal punto que ya no podemos juzgar las obras ni su recepción a la luz de un pasado incluso cercano. Esta cercanía lleva el nombre de “moderno”, y es justamente tan cercana que juega el rol de “nuevo”, y solemos querer que entren en ella todas las manifestaciones actuales.

Entonces, el primer punto consistirá en distinguir lo moderno de lo contemporáneo, según sus respectivos modos de producción y recepción, perteneciendo cada uno a un estado distinto de la economía general: la economía del consumo —que caracteriza a un régimen moderno—, dejando lugar a una economía de la comunicación, que rige nuestras actividades actuales. El objeto de análisis de la segunda parte de esta obra será la manera en que esta economía se manifiesta en las prácticas artísticas contemporáneas, y cuáles son sus aspectos más relevantes y también los más desconcertantes.



Primera parte

## **Los regímenes del arte**



## Capítulo I

### *El arte moderno o el régimen del consumo*

Los términos “moderno”, “modernismo” y “modernidad” suscitan varias interpretaciones. Y muy diversas. Por lo tanto, resulta necesario definir su uso en el ámbito de aplicación en el que se los utiliza si queremos realizar un análisis coherente. El criterio en el que nos basaremos es el de la claridad, a riesgo de la simplificación. Fiarse de la lengua en su uso habitual parece ser una estrategia útil, en la medida en que permite un acceso “público” al significado y no requiere referencias “privadas” de las que se beneficia solo el círculo restringido de los historiadores del arte y de los críticos y teóricos informados.<sup>1</sup>

La mayoría de los teóricos del arte “moderno” se centran en el contenido de las obras, en la repartición de las tendencias en el marco de los movimientos que analizan y en la evaluación de sus características. Así es que el término “modernismo”, para el crítico y el teórico Greenberg y para todos los críticos e historiadores que lo siguen (los “Greenbergers”), se opone al término “moderno”, que al mismo tiempo se diferencia del de “modernidad”. En efecto, para Greenberg el modernismo es la radicalización de los

1 La gran cantidad de obras y artículos de revistas dedicadas al uso de las nociones de moderno, modernismo, modernidad y posmodernismo demuestra lo complicado del análisis. Algunas de estas obras son: H. Meschonnic, *Modernité, modernité*, Verdier, 1988; *Les Cahiers du musée national d'Art moderne*, n° 19-20, junio 1987, y n° 22, diciembre 1987; A. Compagnon, *Les cinq Paradoxes de la modernité*, Le Seuil, 1990.

rasgos del arte moderno: abstracción, pureza formal, que tienden a dar al arte una autonomía total, dejando detrás de él las referencias exógenas, extrapictóricas que aún caracterizan al arte moderno.

Ahora dejaremos de lado los análisis de contenido y nos centraremos en una visión más global del significado de estos conceptos. Así, podríamos plantear que *modernismo*, según la lengua, designa un comportamiento, una actitud respecto de las innovaciones culturales y sociales. Es “modernista” quien está “a favor” de la novedad en el ámbito que sea. Como podemos también ser, al contrario, “pasadistas”. Al modernista le gusta mantenerse al día con los “modos” y las “modas”, comparte su opinión con entusiasmo, los propaga y contribuye a su fabricación. Pero, en la medida en que designa un comportamiento dejado al libre albedrío de cada uno, no nos detendremos en este término.

La *modernidad*, término abstracto, designa al conjunto de rasgos de sociedad y de cultura que pueden identificarse en determinado momento en determinada sociedad. Como tal, el término “modernidad” puede aplicarse también a la época que nos sea contemporánea, ahora al momento de publicación de este libro, como podría aplicarse a cualquier otra época tan pronto como la adhesión a la cultura de esta época se vea reivindicada. Así, hay una modernidad de 1920, de 1950 o 1960, y así sucesivamente. Lo único que cabe destacar sobre el uso de este término es de orden sociohistórico: la “modernidad” empezó a ser reivindicada por ciertos grupos de actores sociales recién en estos últimos años. Esta reivindicación es una marca de adhesión a “su” época, en lo que tiene de innovador, es decir, de crítica a los valores convencionales, y sucede sobre todo entre los intelectuales, los artistas y algunos “fabricantes” de opinión. Desde esta óptica, el modelo clásico de la lucha entre los Antiguos y los Modernos en el siglo xvii sigue siendo válido. Digamos que este modelo, desde el siglo xix, tiende a ser normativo. Hay un imperativo de la modernidad que hay que seguir. En cuanto a esto, la “modernidad”, sea cual sea su contenido, es la punta de la lanza del modernista. Hay que ser moderno, bajo

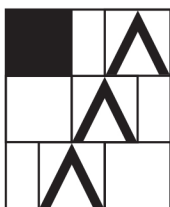
¿Disfrutaste el libro que comenzaste a leer?  
Podés adquirirlo en [www.lamarcaeditora.com](http://www.lamarcaeditora.com) y en cientos de  
librerías.

Gracias por apoyar con tu lectura y recomendaciones este proyecto  
editorial.

La marca editora es una editorial independiente argentina que desde hace más de 25 años publica libros vinculados a la cultura visual: ensayos sobre cine, fotografía, música; fotolibros; libros-álbum infantiles; proyectos innovadores; filosofía, estética, rock, poesía, flipbooks, libros de artista, libros de arte.

Detrás de nuestro catálogo hay muchos nombres. Una editorial independiente es el proyecto de un editor, pero la concreción de muchos otros: artistas, poetas, escritores, fotógrafos, traductores, diseñadores, ilustradores, correctores, imprenteros, maquinistas, encuadernadores, fotocromistas, administrativos, vendedores, cobradores, libreros, colegas, amigos.

Nuestro catálogo es el documento que referencia el recorrido que todos nosotros comenzamos hace 25 años. Porque editar no es una odisea, pero sí un viaje. Un catálogo es, entonces, además de una bitácora de la imaginación al servicio de lo que otros editores aún no han imaginado o un inventario de aquellos libros por los que no hubieron decidido su apuesta, un diploma al mérito que puede significar la subsistencia en tan grata actividad. Porque editar no es editar un libro, editar es seguir en este viaje.



**la marca**  
editora