

EL RETORNO DE LO REPRIMIDO

CINE

FERNANDA
SOLÓRZANO



“¿Te gustó la película?”, pregunté por mensaje de texto al amigo que, un día antes, me había dicho que tenía un boleto para ver la cinta *Canibal*. Dudaba entre usarlo o no. Lo convencí de que fuera, segura de que la iba a encontrar fascinante. “Está bien”, escribió de vuelta. “Solo no veo cuál es el sentido de entrar en la vida de un canibal.” Solo se me ocurría preguntarle cuál era el sentido de *no* entrar en ella, dando pie al intercambio más largo de mensajitos en la historia de la telefonía celular. Apagué el aparato y me dije lo mismo de siempre: unos quieren que el cine sea un manual para arreglar el mundo; otros prefieren historias que los hagan sentirse menos solos en el camino enredado de la claridad moral. Los que formamos parte del segundo grupo nos sentíamos muy complacidos con

los títulos que este año exhibía el festival de San Sebastián.

A diferencia de ediciones recientes, donde el grueso de los títulos visitaba episodios históricos, condenaba injusticias sociales y trazaba el origen de la crisis económica global, la programación de este año reunió un porcentaje alto de películas intimistas (tanto en secciones en competencia como en muestras y retrospectivas). Quizá esto solo reflejaba el gusto del comité programador en turno. Quizá era mi percepción selectiva o, como quería pensar, una tendencia global. Lo cierto es que solo un festival con las características del de Donostia permitiría encontrar patrones en la masa de la producción mundial.

La razón es simple. Por celebrarse hacia el final del año, a la zaga de festivales como el de Berlín, Cannes o Venecia, San Sebastián no aspira a estrenar en su sección oficial las producciones más recientes de los *pesos pesados* (por definición, excepciones). Las cintas que, por otras

razones, crearon expectativas se estrenan dos semanas antes en el festival de Toronto: un foro no competitivo pero que actualmente reúne el mayor número de películas de alto perfil. Que San Sebastián no sea un festival “de estrenos” es considerado por muchos una desventaja. Visto de otra manera, su énfasis en la curaduría permite distinguir vasos comunicantes entre títulos ya premiados y otros que, igual, han acaparado la atención.

Por ejemplo: temas como la identidad dividida, el sentimiento de inadecuación y el abandono de rutas trazadas por los órdenes establecidos surgían una y otra vez en relatos cuyos personajes no necesariamente caían en el rubro de “héroes” (o, su variante contemporánea, los perdedores adorables). Atrapados entre sus impulsos y un entorno que les exige anularlos, los *raros* de estas películas no pedían la compasión del público. Eran simplemente ejemplos de lo que puede pasar cada vez que la voluntad se somete a un sistema de valores que ha dejado de funcionar.





Antonio de la Torre en *Canibal*. Al fondo una toma lejana de *Gravedad* de Cuarón.

insatisfechos cuyos deseos rebasan los márgenes de lo aceptado en sus distintos entornos. Más que las restricciones mismas, Haynes suele describir sus efectos. Preocupado por los personajes más que por la denuncia social, se mueve en el registro de las películas que le tocó juzgar. Aunque los títulos premiados aludían a las convenciones que, en cada caso, marginaban a los personajes—la homofobia del régimen chavista, la maternidad sofocante en las sociedades latinas, los medidores de éxito de la intelectualidad sajona—estas convenciones permanecían en un segundo plano discreto. Más que condenar regímenes o tradiciones, el foco de las historias era mos-

Santa, narra la historia de un sastre trabajador cuya única extravagancia es su gusto por comer carne humana. Sobria, contenida y deliberadamente anti-gore, Cuenca renuncia a la tentación de explorar la psique de un psicópata o de regodearse en sus métodos. Simplemente da por sentada su existencia en el mundo (y, por extensión, de otros *monstruos*). La acción parte de especular qué pasaría si un día el sastre viera a una mujer como posible compañera en vez de como platillo. *Canibal* no busca la empatía del espectador (imposible por principio: ¿cómo entender su impulso?), pero se anima a mostrar su derrumbe sin que esto proporcione placer al asis-

San Sebastián pone **énfasis en la curaduría** que permite distinguir vasos comunicantes entre títulos.

Tan solo en la sección oficial, nueve de los trece títulos en competencia giraban en torno a personajes confrontados con facetas “inconvenientes” de su personalidad. De estos, más de la mitad figuró en el palmarés. Por ejemplo, la venezolana *Pelo malo*, de Mariana Rondón (sobre un niño a quien su madre rechaza por considerarlo poco masculino); la mexicana *Club sándwich*, de Fernando Eimbcke (sobre un adolescente y su despertar sexual, cuya madre se niega a aceptar); la española *La berida*, de Fernando Franco (sobre una mujer con trastorno límite de la personalidad); la inglesa *Le week-end*, de Roger Michell (sobre un matrimonio de profesores maduros, donde él se considera un mediocre) y la también española *Canibal*, de Manuel Martín Cuenca (sobre un antropófago cuya vida pacífica se ve alterada por una mujer). Es difícil imaginar un presidente del jurado más *ad hoc* que Todd Haynes, director de cintas como *Safe*, *Velvet goldmine*, *Far from beaven* y *I'm not there*, su filmografía es un catálogo de personajes

trar los caminos difíciles que eligen los expulsados de un círculo social.

Hubo títulos que no fueron distinguidos con premios, pero que apuntaron como favoritos de varios, y que también se aventuraron en infernos psicológicos, incluso más tortuosos que el de las cintas premiadas. La peculiar *Enemy*, de Denis Villeneuve, se arriesgó a poner en pantalla motivos asociados con la noción de “lo siniestro”, según la definió Freud en su famoso ensayo homónimo (el encuentro con el doble, lo familiar que se torna extraño y el resurgimiento de recuerdos oscuros). Un logro nada menor, Villeneuve sacó adelante algo que fácilmente podía haber pisado el terreno del humor involuntario: la convivencia a cuadro de un hombre con su doble, ambos interpretados de forma muy convincente por el actor Jake Gyllenhaal.

Y aunque la mencionada *Canibal* obtuvo el premio a la mejor fotografía, muchos considerábamos que merecía más reconocimientos. Situada en Granada durante las fiestas de Semana

tente. Asumiendo la influencia de Buñuel, Cuenca usa la simbología del catolicismo—el sacrificio, la redención y, por supuesto, la comunión—para mostrar la ambivalencia de sus elementos, así como una versión perversa de su ritualidad. El sastre da una pista del porqué de sus actos cuando, solo una vez, habla de deseo sexual—la prohibición más contundente de la religión católica que él, al fin devoto, supo cómo atajar.

Es posible que *Canibal* repita los casos de *Camino* (Javier Fesser, 2008) y de *Blancanieves* (Pablo Berger, 2012): prácticamente ignoradas en Donostia y que luego arrasaron en la entrega de los Goya. Como sea, este año San Sebastián quedó en deuda con Antonio de la Torre: lejos del cliché del psicótico sofisticado (Hannibal Lecter y progenie) su caníbal es un depredador elemental. Es infinitamente peligroso no porque se lo proponga sino por no habérselo planteado jamás.

No hacía falta ser suspicaz, paranoico o feminista para notar que otro tema

recurrente era la tensión entre mujeres dominantes (sobre todo, madres) y hombres dependientes de ellas. Desde la inocua “mamá gallina” de *Club sándwich*, la más nociva de *Pelo malo*, hasta la matriarca tóxica de *La postura del hijo*, de Călin Peter Netzer, ganadora del Oso de Oro en el pasado festival de Berlín. La sátira fue cortesía de Alex de la Iglesia, quien presentó *Las brujas de Zugarramurdi*: una alegoría fantástica de empoderamiento masculino en tiempos del postfeminismo. Con sus brujas despiadadas, hombres que le temen al regaño de sus mujeres y un repaso por los clichés de las películas “sobre relaciones”, el delirio de De la Iglesia era una exposición ácida de la confusión actual alrededor de los roles de género. O bien, de las nuevas manifestaciones del miedo a la castración.

Proyecciones como esta pertenecían a la categoría de futuros golpes de taquilla. Entre ellas, ninguna convocó una fila tan larga y tumultuosa como la función de *Gravedad*: un relato sobre astronautas náufragos filmado en tercera dimensión. Era digno de notar que tanto entusiastas como escépticos del cine “de entretenimiento” (pero que igual hacían fila bajo el rayo del sol) se referían a *Gravedad* como “la película de Cuarón”: algo inusual en un producto de Hollywood, donde el presupuesto de efectos especiales guarda una relación inversa con el nombre del director, y donde los actores suelen acaparar la atención. Aunque cuesta pensar que alguien podría referirse a *Gravedad* como “la nueva película de Sandra Bullock”, no habría sido descabellado que en la rueda de prensa posterior a la función alguien trajera a cuento el nombre de George Clooney —una celebridad respetada, en sí un oxímoron—. Nadie indagó sobre su involucramiento, su posible aportación al proyecto, o su relación con el director. Los aplausos que recibieron Alfonso y su hijo Jonás, coguionista de la película, y las preguntas concentradas en la génesis de la historia y su rol en la filmografía de Cuarón dejaron claro que *Gravedad* era percibida por la mayoría como una película de autor.

Gravedad está a la altura de esa percepción. Más que el uso impecable de

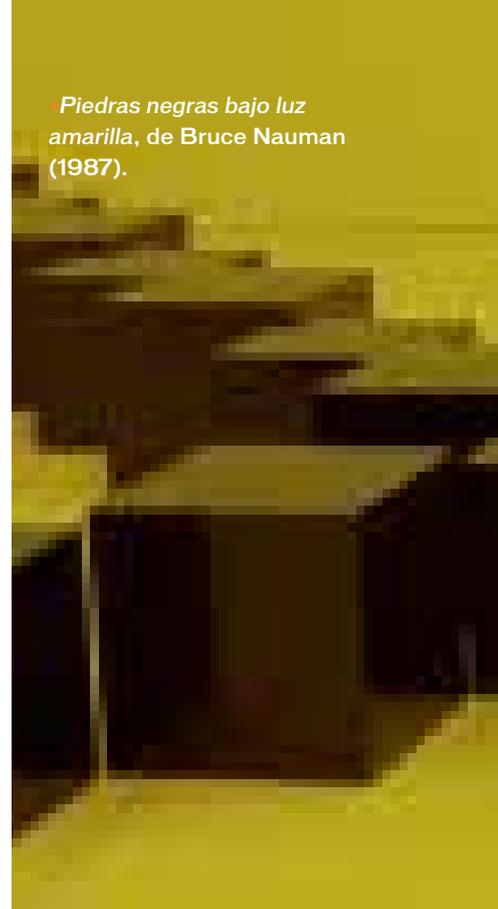
la tecnología en tercera dimensión, su virtud extraordinaria es el manejo del punto de vista: algo cien por ciento atribuible a Cuarón. La cámara entendida como llave con que el espectador puede abrir diferentes puertas fue clave en la narrativa de *Y tu mamá también* y volvió a serlo en *El prisionero de Azkaban*, la única entrega de la saga de *Harry Potter* aplaudida por su dirección. En *Gravedad*, el paso imperceptible de perspectiva omnisciente a una segunda persona y, hacia el final de la cinta, al punto de vista del espectador hacen que se eleve por encima de la categoría de “espectáculo”. Solo por definición, nadie es testigo de lo que experimenta. A diferencia de otros *blockbusters*, *Gravedad* exige a su público experimentar junto con sus personajes su sentimiento de desconexión.

La película menos discursiva de Cuarón es también la más poderosa. *Niños del hombre* muestra un planeta devastado por el hombre (y todos los alegatos que podían desprenderse de ello), *Gravedad*, en cambio, se contenta con mostrar a una mujer que antes de salir al espacio ya ha cortado vínculos con el mundo y con quienes viven en él. Ni esto es un *spoiler* ni seré la primera en ver la lucha de la astronauta Stone por regresar al planeta como una metáfora de nacimiento —incluida la salida del útero, tan traumática como cabe esperar.

Muchos dirán que atribuir el impacto de tantas películas a la reelaboración de motivos freudianos es simplista y arcaico. El asunto les resultará más moderno (y, sin duda, más complicado) si encuentran las equivalencias en la obra de Slavoj Žižek: el exégeta superestrella de la cultura popular que, como buen laciano, debe su obra a Freud.

El cine lleva al individuo a mirar su lado oscuro tras un velo de ficción: unas veces para descubrirlo, otras para tomar distancia y otras para reconciliarse con él. Lo decía Nietzsche sobre la tragedia, Aristóteles antes que él y, al último, Freud y Žižek. De vuelta a esa conversación incompleta, eso es lo que da sentido a entrar durante dos horas a la vida de un caníbal. No hace falta comer carne humana para estremecerse con una fábula sobre tabú y trasgresión. —

Piedras negras bajo luz amarilla, de Bruce Nauman (1987).



ARTES PLÁSTICAS

LAIA JUFRESA

La persistencia de la geometría, exposición puesta en el MUAC, que finaliza en enero de 2014, se presenta así: “La geometría halló un nuevo desarrollo en las formas elementales y simples de la escultura minimalista, y en las prácticas performativas de los años sesenta. Sus artífices purgaron las formas geométricas de contenidos simbólicos bajando del pedestal idealista donde las había colocado la abstracción geométrica de la Modernidad.”

Esta formulación me resulta oscura, alienante. ¿Por qué asumir que el espectador promedio que entra al MUAC debe saber de qué contenidos simbólicos e idealistas se trata? ¿Por qué no contarle la historia mínima del pedestal en cuestión? Aquí voy a intentarlo.

Con la invención de la perspectiva lineal, en el Renacimiento, la geometría se volvió un pilar fundamental

FUERA DEL MARCO, UN CUADRO ES UN CUBO

para las artes plásticas. Fundamental, pero aún así tramoya: la señora geometría era andamio, herramienta. Tenía una función específica: ayudar a representar, en un plano bidimensional, una realidad tridimensional. Debía usarse, pero no debía notarse. (Da Vinci escribió: “Nadie que no sea matemático debe leer los principios de mi trabajo.”) Además, porque el arte estaba patrocinado por la Iglesia, se exigía que los elementos geométricos tuvieran significado sacro. ¿El triángulo? La santa trinidad. ¿Cristo? Colócalo en el punto focal de la composición. ¿Ese rectángulo detrás de las madonas? Es un jardín amurallado, significa virginidad. Etcétera.

El uso obsesivo de la perspectiva tuvo detractores desde el principio. Los manieristas empezaron a contradecirla antes de que terminara el siglo xvi. Pero aguantó todas las embestidas hasta las vanguardias de principios del siglo xx. La perspectiva no es más que una convención visual, pero una que encajó en el ojo occidental como la única “correcta”. Y quizá por eso, por su aura moralina, fue que se ensañaron contra ella los vanguardistas.

Con la fotografía y las grandes guerras termina la obsesión por representar en la pintura lo real tridimensional. Surge su opuesto: una reivindicación casi militante de lo bidimensional. La señora geometría deja entonces su rol tras bambalinas, pasa al frente del —irremediamente plano— cuadro: nace el arte abstracto.

En la usual gran generalización, diremos que la abstracción tiene dos ramas: una más orgánica y lírica (expresionismo abstracto), y otra más racional y fría (abstracción geométrica). Es frente a estas que reaccionan los artistas de los sesenta y setenta. Frente a la excesiva subjetividad de la primera, frente a los ideales simbólicos (la asociación geometría-pureza tiene peso en las vanguardias) de la segunda. Frente al yugo bidimensional. Proponen ir a lo más básico: un cubo es cubo solo en el espacio. Mírelo usted por todos sus ángulos posibles: esto es todo lo que necesitamos. Salgámonos del cuadro. Nace entonces el minimalismo, que suele resumirse con la legendaria frase de Frank Stella: “Lo que ves es lo que ves.”

Así cae pues la geometría del pedestal. Lo que el título de esta ex-

posición quiere decirnos es que no por eso deja de usarse en arte, al contrario: la geometría persiste. Se expande. Cobra, en la segunda mitad del siglo xx, una libertad antes impensable. Conquista terrenos fuera del marco, fuera del museo. Quizás el indicio más claro de esto es la absoluta ausencia de pintura en esta muestra. Imperan otros medios: escultura, instalación, audiovisuales, performance.

Cuando la señora geometría sale del marco, se teatraliza. Toma el escenario que antes estaba obligada a representar. Queda libre para bailar por el espacio y con quien le venga en gana. Se alía con el cuerpo (Bruce Nauman bota una pelota dentro de un rectángulo remitiéndonos al origen de todo juego: un set de reglas, un cuerpo dispuesto a seguirlas); se enfrenta a los elementos naturales (Josep Ponsatí monta sus hinchables alucinados en Cap de Creus: la punta más oriental y ventosa de la península ibérica); se lía con la luz natural (en el montaje de Àngels Ribé) y con la artificial (en el *Afrum red* de James Turrell y en los cubos bajo el neón de Nauman); coquetea con el regodeo autoreferencial: las estanterías donde Rodney Graham coloca las obras de Freud son un remix de las famosísimas de Donald Judd, también visibles en la muestra. La pieza de Jordi Colomer es una reinterpretación del arquitectón de Malevich. La cita compleja que realiza Damián Ortega de *El arte de la guerra*, en su pieza *Nueve tipos de terreno*, hace que esta sea una exposición imperdible.

A partir de los sesenta, la geometría entra en relación, sobre todo y ante todo, con el espectador. Se espera de nosotros ya no que observemos las obras, sino que las recorramos. Que notemos, en cuerpo y mente, lo que nos producen. Una manera de pensarlo es que la geometría se salió del marco. Otra: imaginar que nosotros nos metimos en el cuadro.

Cabe destacar las dos piezas de León Ferrari. A manera de homenaje (porque Ferrari murió hace tres meses, después de una fructífera carrera), pero también porque algo muy sencillo las distingue de todas las otras: el uso de la curva, para empezar (un



agradable guiño a la abstracción más lírica), y el sentido del humor: último peldaño de la caída del pedestal. Aquí la geometría es de orden imposible: de tan liberada ya no respeta ni las leyes de la física. Ferrari apodó esta serie (*Heliografías*) como “arquitecturas de locura”. En ella erige ciudades imaginarias—mas no utópicas—en una reflexión sobre el absurdo de la vida urbana contemporánea: gente sobre gente sobre puentes sobre gente, gente bajo el yugo de ese ojo zenit del poder ilegítimo, contra el cual Ferrari construyó toda su obra.

León Ferrari empezó su carrera como ceramista. Quizá de allí le viniera la disposición a ensuciarse las manos. Su obra fue mayoritariamente de denuncia y, como tal, sistemáticamente censurada. Empezando por su pieza más famosa (*Civilización occidental y cristiana*): un Cristo crucificado en un avión militar americano de los usados en Vietnam, que fue rechazada en 1965, pero en 2007 le valió el León de Oro de la Bienal de Venecia) y culminando con la reacción del ahora papa Francisco que (¡en 2004!) llamó herejía y clausuró una exposición suya en Buenos Aires. Las *Heliografías* datan de su exilio (durante la dictadura militar argentina) en São Paulo. Me gusta pensar que los habitantes de la ciudad de México vemos en ellas algo familiar. Quizá los que vivimos en ciudades de puentes-sobre-gente tenemos dentro un pedestal, o por lo menos la posibilidad de

una mirada más atenta, más sorprendida, hacia la tanta geometría inmaculada de esta exposición.

Mundialmente reconocido por el carácter comprometido y crítico de su trabajo, parece natural que sea en la obra de Ferrari donde encontramos el contraejemplo al grosor de esta muestra: un sutil recordatorio de que se hacían otras cosas en los setenta y también el único dejo figurativo de la muestra: coches, ¡gente! O tal vez sea coincidencia.

¡Gente!, por cierto: parece lo menos importante en el MUAC. De arquitectura intachable pero con carencias museográficas elementales, nuestro joven museo tiene mucho que aprender. Suena irrelevante pero no lo es: la exposición no está señalizada. Es factible visitarla sin verla toda ni enterarse porque, entre el sistema de salas separadas y puertas automáticas, ni un letrero indica por dónde seguir. Esto sumado a la complejidad de los textos aliena al visitante y habla de una actitud si no elitista, ni mucho menos exclusiva del MUAC, sí pretenciosa y, más grave, descuidada. Habla de una postura pedante, donde la obra importaría más que el espectador: otro pedestal obsoleto y particularmente reprochable, creo, en un museo de la UNAM. —

Esta exposición se encontrará en el MUAC hasta el 26 de enero de 2014.

LA FE COMPRA MONTAÑAS

ARTES
PLÁSTICAS

AVELINA
LÉSPER

Tirar el dinero en objetos sin valor es parte de la sociedad de consumo, pero gastar cientos de miles en nada, eso sí es un lujo del capitalismo. En las ferias de arte exponen cables eléctricos conectados, ramas secas apiladas y el coleccionista ni siquiera se lleva eso, le entregan un certificado de la obra que asegura su autenticidad y que le permite ir él mismo a adquirir los objetos en una tienda y colocarlos en donde le parezca mejor. Este sistema de comercio que vende algo ficticio, que no entrega la mercancía y que además obliga al coleccionista a que él rehaga lo que compró, es el sueño del marketing.

Harvey Leibenstein define el *efecto snob* como el deseo de comprar algo únicamente porque es extremadamente caro o es extremadamente raro. La tendencia de demanda incrementa el precio cuando el objeto, el que este sea, se percibe como una forma de aumentar el estatus social del consumidor. Lo que ahora sucede rompe las leyes de oferta y demanda: el objeto es simple y común, o ni siquiera existe, es una enunciación de algo y como tal lo puede tener cualquiera.

La Tate Britain acaba de adquirir para su colección permanente *Work 227* de Martin Creed, con el que obtuvo el Turner Prize en 2001, que consiste en una habitación vacía en la que se prenden y se apagan las luces cada cinco segundos. El patronato y un donador privado sacaron de sus cuentas ciento diez mil libras para adquirir nada. Esto no lo imaginaron ni los *gangsters* de las finanzas que inventaron formas de inversión que se convertían en deudas. Lo que ya es una rareza es que el mercado del lujo no imite este

gran negocio y hagan unos certificados elegantísimos con un texto curatorial escrito por Arthur Danto que diga: “Esto vale por un bolso Prada” y que le entreguen nada a la fascinada clienta y le pidan que imagine que lleva su bolso colgado del brazo.

El discurso académico-filosófico se ha revelado como el mejor sistema de ventas capaz de lograr lo imposible, lo que nunca un equipo de ventas de cualquier empresa imaginó. Es tiempo de revolucionar el sistema de cómo convertirse en el mejor vendedor del mundo y los *couch managers* deben inscribirse en los cursos de conceptualización de obras que imparten en las escuelas de arte y en los seminarios de los institutos de estética, porque si alguien puede vender nada, entonces puede vender lo que sea.

LO IMAGINO, LUEGO EXISTE

En este fenómeno de comprar irrealidades participa la mente primitiva o pensamiento mágico que le atribuye poderes sobrenaturales a los objetos. Sin recurrir a la experiencia, sin atender a la lógica de causa y efecto, los objetos adquieren un valor ficticio que no puede ser demostrado. Las personas adoran idolitos de San Judas Tadeo para que les solucionen sus problemas, hacen imágenes tipo vudú que cumplirán venganzas, veneran reliquias religiosas (cabellos, huesos, trozos de telas) y les atribuyen milagros. Las probabilidades de que se materialice lo solicitado son nulas, pero eso no merma la fe de los devotos. Con esta irracionalidad, compran medicinas mágicas, remedios para adelgazar, superalimentos, productos de “ciencias alternativas” que les prometen “sanación”.

Para que surtan efecto los milagros es preciso que el usuario aporte “buena vibra” y pensamientos positivos, es decir, que se entregue voluntariamente a la nulificación de su raciocinio. Es el mismo mecanismo de pensamiento que aplicaron en la Tate Britain para comprar el *Work 227* de Creed y que sostiene el entramado discursivo del arte contemporáneo o VIP, video-instalación-performance.

Las obras tienen propiedades extrarracionales e invisibles, que no podemos comprobar con nuestra experiencia estética o cotidiana pero que son enunciadas, como los milagros de un santo o las propiedades de un brebaje cura todo. El curador como nuevo brujo de la tribu, describe las virtudes de la obra y la academia lo avala con su poder para convertir a las piedras en panes y a estos en arte. Para presenciar el prodigio de la transformación o transustanciación, y ver la obra de arte, hay que creer en lo que dice el curador y asumir que el museo y la galería ejercen de templos de una secta y dentro de sus muros no manda la experiencia, manda la fe.

El fervor de creer que una caja de cartón, unas tablas con agujeros, una mesa cubierta de hamburguesas son arte se expande como el mesmerismo en el siglo XVIII, que reunía en salones a nobles e intelectuales que compartían las experiencias extrasensoriales de los experimentos de Mesmer. Los crédulos y elegantes seguidores sufrían convulsiones, tenían alucinaciones y atestiguaban la verdad de los hechos como los curadores atestiguan que comerse un caramelo expuesto como arte en la galería constituye “un antídoto que permite trasladarse al yo interior”.

Como en todos los actos de fanatismo, los miembros de la secta son los más feroces defensores de sus creencias, y establecen que el enemigo es el escéptico, el infiel que acaba con la ilusión. La duda, el cuestionamiento rompe el círculo mágico y lo peor: frustra el negocio, ya no se vende el ídolo, la “morenita”, el ungüento, la tela con sangre de cadáver, el boleto de avión rayado. Este enemigo, el ateo de los altares del estilo VIP, debe ser exorcizado y expulsado de las salas del museo. Su nefasta duda impide que el curador o hacedor de lluvia no logre realizar el milagro de que el video de la toma fija de una montaña sea valorado como arte. La doctrinaria literatura académica, los textos que escriben curadores y artistas sobre las obras son el evangelio estético, copian el estilo argumental del pensamiento mágico, son superlativos e inverosímiles, no conocen la proporción porque

saben que sus acólitos nunca van a comparar el verbo o el texto contra los hechos o la realidad.

El poder de la plegaria está en la saturación de adjetivos y jerga académica. Se trata de aceptar que lo manifestado es verdad absoluta. La fe de los académicos de la Tate Britain, los críticos y los galeristas se consagró con el pago de la obra: si tiene precio y la compran, es real. La contradicción es que un grupo de personas que se jactan de sus conocimientos, que menosprecian al público y lo lla-



man ignorante, apliquen su pensamiento más primitivo y afirmen que apagar y encender unas luces es una obra de arte, con la certeza de que el resto de la sociedad debe comulgar con esta irracionalidad. Se comportan como los “doctores de la Iglesia” que resguardan la perpetuidad del dogma. Por eso le compran a Tino Sehgal performances que no suceden, y venden en una feria de arte un pollo muerto y desplumado de Sarah Lucas como una “obra feminista que denuncia al machismo”. Es la veneración ciega, la superstición que solo es explicable cuando la ignorancia rige en una sociedad y asume que la verbalización convierte lo invisible en real. Lo que esto reporta, finalmente, son ventas, es la ganancia de las sectas con sus miles de fieles, la venta fraudulenta de remedios falsos, la compra de obras que no son arte. —