

■ Los nuevos bárbaros en el museo. Tim Noble & Sue Webster. *The New Barbarians*. CAC Málaga, del 8 de Abril al 5 de Junio de 2005

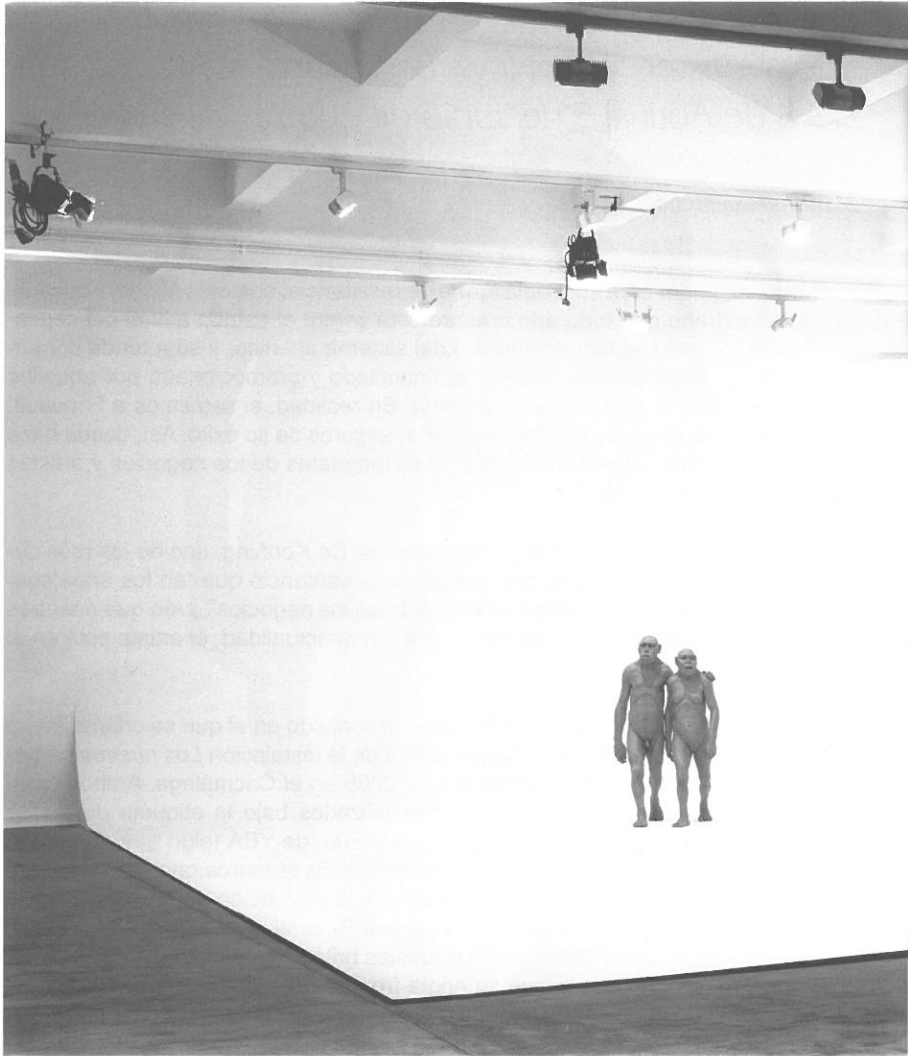
*María Teresa Méndez Baiges**

Toda forma de poder crea su propia forma de resistencia, sostenía Michel Foucault. Por eso, no es extraño que todo arte que protesta contra el estado actual del capitalismo de ficción, o contra el funcionamiento del sistema artístico, y su rotunda comercialización, sea inmediatamente absorbido, financiado y promocionado por aquellos que ostentan el poder dentro de dicho sistema. En realidad, si seguimos a Foucault, son ellos los que han activado esa forma de arte, seguros de su éxito. Así, desde hace unas décadas, son habituales las alianzas entre magnates de los negocios y artistas con aspecto de *enfant terrible*.

Si cuando se puso de moda el Arte Pop, el pintor De Kooning, uno de los más célebres representantes del Expresionismo Abstracto, sentenció que “en los años cuarenta el artista estaba en los infiernos; ahora, está en los negocios”, creo que nosotros podríamos añadir sin temor a equivocarnos que, en la actualidad, el artista está en el *marketing*.

Hay que tener en cuenta esto para entender el contexto en el que se criaron como artistas Tim Noble y Sue Webster, la pareja autora de la instalación *Los nuevos bárbaros* que se pudo visitar durante la primavera de 2005 en el CAC Málaga. Ambos creadores constituyen uno de los productos comercializados bajo la etiqueta de Young British Artists (Jóvenes artistas británicos), o mejor aún, de YBA (algo que suena tan inconfundible, “tan bien”, como una marca comercial). Es la marca que estuvo tan de moda durante los años noventa, bajo la vigilancia y la promoción de Charles Saatchi (con la valiosa colaboración del especialista en arte Rosenthal). La empresa Saatchi, propietaria de las obras que producían estos artistas británicos nacidos en los sesenta, reunió su colección en un museo que se erigía frente al Big Ben, a la otra orilla del Támesis, como deseoso de contagiarse de su fama mundial. Y es que esa colección se hizo famosa en un tiempo récord, como los cantantes de Operación Triunfo. Su éxito se debió, en gran parte, a “operaciones” como *Sensation*, una muestra itinerante de la colección, confeccionada con la calculada voluntad de crear escándalo para no pasar desapercibida, que tuvo la suerte de encontrarse en EE.UU. (¿cómo no?) con la airada reacción de algunos (otros) famosos, como por ejemplo el alcalde de la ciudad de Nueva York, Rudolph Giuliani, que se negó en redondo a ser cómplice y financiar la exposición de un tipo arte que, a su juicio, resultaba demasiado ofensivo para muchas sensibilidades (religiosas, políticas, etc.). Gracias al ruido mediático que hizo su protesta, su contribución a “Operación Sensación” resultó a la postre realmente impagable.

* Universidad de Málaga.



1. Perspectiva de la muestra en el CAC Málaga

En la década de los noventa se publicitó a los YBA como una camada de artistas supuestamente levantiscos, proclives al cultivo de la inmundicia (nuestra segunda naturaleza), de lo obscuro, lo blasfemo, lo antiecológico, etc. Pero, en realidad, no era tan fiero el león como lo pintaban, o quizá es que ya hacía demasiado tiempo, casi un siglo, que los artistas ejercían profesionalmente de impresentables y el público había dejado de asustarse de ello. Y, así, lo que se ponía de manifiesto en sus obras era más bien un mal generacional: la imposibilidad de crear, y de hacerse un sitio en el panorama artístico presente, si no es dentro del malestar que genera una situación en la que ya están perfectamente programadas las acciones del poder, y las de su resistencia. Da la impresión de que ante semejante situación, estos artistas anduvieron más bien dedicados a la tarea de lanzar cañonazos a diestro y siniestro, sin un objetivo definido, sin saber del todo ni a quién iban dirigidos, ni quién se los merecía realmente.

Creo que, desde esta perspectiva, la que configura una generación de artistas ya nacidos sin el más mínimo margen ni de ingenuidad, ni de malditismo (ya está todo más que dicho, y maldicho, y maldito), los *New Barbarians* presentes en la instalación de Noble y Webster podríamos ser nosotros mismos: homúnculos apenas erguidos sobre sus extremidades posteriores sobre un inmenso vacío blanco presidido por la nada; una nada a la que sin embargo, como hacen esos dos personajillos, aún seguimos mirando con una mezcla de curiosidad y extrañeza, la que produce el espectáculo de ese vacío en pleno corazón de la sobreabundancia. Los dos homínidos de esta instalación resultan algo siniestros, porque tienen algo que reconocemos como demasiado familiar. ¿O no recuerdan también sus miradas a las que dirigen a su alrededor los visitantes de museos, nosotros mismos cuando asistimos, por ejemplo, a esta exposición?