



Vamos a hacer como que yo no te he pedido esta entrevista en ningún momento ¿vale? Ahora tú y yo somos dos desconocidos que acabamos de subirnos a un coche compartido, tenemos por delante un trayecto largo y a los cinco minutos te pregunto a qué te dedicas. ¿De sopetón me dirías que eres artista o te reservarías esa palabra?

Me la reservaría porque, además yo, en esencia, me siento crítico de arte, comisaria de exposiciones y dibujante. Sí que es cierto que subterráneamente se puede decir que soy artista también, pero ahora esos tres roles que te he dicho son con los que más me identifico, con esa triple encrucijada. De todas maneras, Pablo, hijo mío, esta pregunta la tengo muy presente, porque cuando voy a buscar a mi hija al colegio y me encuentro con mogollón de padres y madres, y me

preguntan a qué te dedicas, es como “Dios mío, ¿qué coño les digo?” (se ríe).

¿Y qué les dices?

Pues lo mismo que te he dicho a ti, que soy crítica de arte, que ya de por sí la peña se queda como en plan “Hostia, esta tía tiene tela”. Y luego ya, si veo que hay entendimiento, les digo “bueno, y también comisaria de exposiciones y dibujante”, así que solo me hace falta añadir que soy títiritera (se ríe).

La figura del artista se suele asociar a la del bohemio, pero según decías en uno de tus textos esa imagen es un estereotipo casposo, pasado de rosca, porque el estereotipo contemporáneo tiene que ver más con empresarios como Jeff Koons o Alan Faena.

Sí, en efecto. El estereotipo de artista ha ido como cambiando dependiendo de la época ¿no? Y yo creo que sobre todo a partir de los ochenta, que es cuando entra el negocio de la especulación y las grandes cifras de compraventa, cuando se introduce sobre todo el capitalismo en el mercado del arte, a partir de ahí es cuando nace ese estereotipo que sigue dándose hoy. Pero hay una diferencia, y es que ahora a ese rol de artista se le suma la idea de venderse o promocionarse a sí mismo como un producto,

y a esa suma se le añaden también nuevas competencias que el artista contemporáneo debe asumir, como la gestión económica de tu propia obra, la emisión de facturas, el ser tu propio diseñador de imagen, el tener que andar, pues eso, vigilando la imagen pública, los seguidores que tienes, etcétera. Así que bueno, si ya estaban jodidos los artistas o

UNA

CONVERSACIÓN

CON

UNAS MUJERES EN EL ARTE

NO NECESITA

PRELIMINARES

han estado jodidos en alguna época, en la actualidad yo creo que más.

¿Hay mujeres que encajan en ese rol de empresario? Y no menciones, por favor, a Marina Abramovic.



Bueno, has dado en el clavo, porque la primera que se te viene a la cabeza es Marina Abramovic, que es como la Madonna del arte contemporáneo. Y yo creo que sí, que este es un rol más relacionado con lo masculino, pero con mujeres también ocurre. Hay una tía que no es muy conocida y que entra en esta idea que decimos de los artistas como emprendedores, que se llama Vera Kochubey. ¿Te suena?

Si te soy sincero, no.

Bueno, es normal que no te suene, pero yo la veo como el estereotipo de lo que hablamos. Esta chica, además de su trabajo, que hace como pinturas y performance, verás que ella también se promociona un poco como si fuera una modelo ¿sabes? O sea, que toda

TEXTO PABLO GANDÍA.
FOTOGRAFÍA CARLOTA DEL SOL.

su imagen, o la imagen que ella proyecta en Instagram de su trabajo, siempre va vinculada hacia ella misma. Por ejemplo, si está pintando... en el fondo es como un gran espectáculo ¿no? Si está pintando un cuadro, ya no solamente es el cuadro, sino las fotografías de ella monísima pintando el cuadro. Y todo eso ya de por sí da una imagen de ella como artista y como futura celebrity, porque al fin y al cabo es una persona emergente. O sea, que ahí tienes un caso clarísimo. Yo quise escribir un artículo sobre Vera Kochubey, que luego al final no salió, pero venía enfocado por ahí, en plan no tanto por su obra sino por la promoción de su obra, en qué términos la promociona.

Esta figura del empresario indica que el arte se ha mercantilizado hasta el extremo. ¿Crees que todavía se puede explotar más aún o va a llegar una burbuja como la inmobiliaria que diga "basta, hasta aquí hemos llegado"?

En realidad yo creo que la burbuja de la compraventa y todo esto ya llegó, y ahora mismo el arte cada vez es más una subcultura, es decir, es un juego entre unos cuantos. Yo acabo de estar en la Bienal de Venecia, volví el lunes, y ahí lo ves claramente ¿no? O sea, el arte es algo completamente suspendido y bastante apartado de la realidad. Es un circuito súper cerrado, una cosa como muy sectaria. Pero la imagen del artista empresario no tiene tanto que ver con eso, es una imagen propia de la actualidad, de la contemporaneidad; es un paradigma que afecta al comportamiento de muchos artistas actuales, aunque no estén montados en el dólar.

Otra perspectiva que tengo del arte es que se ha estiercoolerizado en algunos sentidos. Me explico: cada vez es más fácil encontrarse en las revistas con chicas y chicos monos que rodean la treintena, con cierto "estilo", que pintan o hacen esculturas. Y como crítica que eres no quiero que entres a juzgar a esos jóvenes, sino a las revistas que hacen que alguien mediocre llegue al reconocimiento en el arte. De esto, si no me equivoco, es de lo que

iba tu primera sátira. ¿Cómo lo ves ahora?

Mira, lo veo desde la perspectiva actual en la que vivimos, que es la cultura digital, en la que los medios son, a veces, lo fundamental, los que parece que calculan la calidad del trabajo de un artista o su impacto, aunque en realidad todo esto es, como tú bien sabes, no estoy descubriendo nada, es una gran cortina de humo. Cuando se habla del tema yo siempre recuerdo las conversaciones que tengo con Aitor Saraiba. ¿Te suena, verdad? Aitor es

de estos, tipo como la (Roberta) Marrero, es de estos artistas ilustradores, que es otro perfil muy de moda en la actualidad, que tiene un mogollón de seguidores en Instagram y en todos los lados ¿no? Entonces, ellos, cada vez que ponen algo, ¡pam!, de repente 12.000 likes. Y Aitor siempre me dice lo mismo, me dice "esto es una cortina de humo, porque yo, cuando voy a vender mis libros, no vendo 12.000, como mucho saco una edición de 800 o 1000 ejemplares". Entonces, todo este mundo es muy engañoso.

Es la vanidad elevada al cubo, casi.

Es decir, hay una serie de agasajos, de vicios y de cuestiones alrededor de las figuras que se cuantifican mediante los medios digitales, que en realidad no dejan de ser una nueva forma de fama. Pero al final todos sabemos, porque yo creo que aquí nadie está engañado, que lo que esconden las redes sociales no es un trabajo ni de reflexión, ni de crítica, ni muchos menos de calidad.

La tercera perspectiva, y no pienses que soy el tío más pesimista del mundo, es que los museos de arte contemporáneo, no todos, están viviendo una paradoja: mientras se convierten en parques de atracciones escogen a artistas con un discurso que no es ni de lejos para el gran público. Lo vi el verano pasado en el Guggenheim, cuando la gente flipaba al ver las confesiones de Louise Bourgeois, y también en el Reina Sofía, sobre todo cuando presenta exposiciones que son ininteligibles para una visita exprés de una tarde.

Sí, es una paradoja, y sobre todo es producto de la confluencia de dos industrias diferentes que son la del turismo y la del arte, o la de las instituciones artísticas mejor dicho.



A mí no me parece mal que las galerías y los museos ofrezcan una programación en dos direcciones: una que sea un poco más atractiva, que es cuando toman, por ejemplo, contenidos propios de la cultura popular, yo que sé, mi exposición de los quinquis sin ir más lejos, y otra que tenga un carácter más conceptual. Claro ¿qué pasa? Que eso confluye, esas programaciones que combinan en líneas generales estas dos direcciones, confluyen con la industria del turismo. Y claro, estoy en una ciudad como Barcelona en la que eso está a la orden del día. El MACBA no entraba en ninguna senda ni en ninguna ruta turística hace diez años, y ahora, de repente, a los turistas que vienen y que mínimamente les interesa el arte contemporáneo, para allá que se los llevan, para el MACBA y para el CCCB y todos los centros de arte, aunque luego entren allí y no se enteren de nada. O sea, que en realidad yo creo que es más una inercia. Aquí lo que nos llama la atención y nos choca es una inercia que proviene más de una transformación en las dinámicas del turismo que del mundo del arte contemporáneo.

Pero digamos que esa paradoja tú la resuelves muy bien: con el cómic, con las viñetas, sintetizas conceptos artísticos que a veces son un tanto complicados, y además lo haces con humor.

Sí, claro. Bueno, ya sabes que estoy aquí a tope con la trinchera que digo yo, con la trinchera del cómic y de la crítica cultural. A mí siempre me han interesado los discursos de carácter, pues eso, intelectual, filosófico, etcétera. Pero siempre he observado ese divorcio total entre en el público y los discursos del arte contemporáneo, que muchas veces ese divorcio precisamente está favorecido por el propio sistema del arte. Desde el momento en que tú te vas a una exposición y te encuentras unas hojas de sala que no hay dios que se las lea ¿sabes? Y a veces no las entiendo ni yo, y no lo digo porque sea muy lista, sino porque estoy acostumbrada a esas retóricas. Y hay veces que entras y te ponen unos tochazos en la pared enormes,

y aquí entra el mundo comisarial; el cómo se muestran las ideas es fundamental, y la verdad es que el comisariado en este sentido entra en momentos muy elitistas en los cuales no tiene ningún interés en ser comprendido. Entonces, este divorcio que decíamos, yo siempre lo había vivido y era una cosa que siempre había denunciado, y por eso desde el principio, desde que empecé a escribir en La Vanguardia en el 2002, yo siempre he intentado meter palabras con argot, siempre estoy intentando darle un punto de humor precisamente para acercar estos contenidos que vienen del arte contemporáneo. Pero

el paso definitivo fue cuando empecé a hacer cómic, y ahí dije "bueno, esta encrucijada ya es el cachondeo puro", o sea, porque tiene ese punto también, por así decirlo, de lo alto y lo bajo, es decir, la historia y el humor gráfico pero combinado con temáticas de alta densidad intelectual.

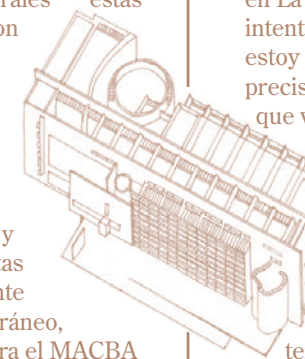
Mezclar eso, un lenguaje con otro, me parecía muy interesante, y ahora mismo es lo que me priva, no sé como decirte ¿sabes?

Lo que veo es que son cómics carismáticos hechos por una vasca con carisma.

Pues hijo, no lo sé (se ríe). Pero sí, el momento vasco lo hay, y bueno, yo empecé a hacer cómic en el TMEO, que precisamente es un fanzine vasco de estos de toda la vida, súper macarra, además medio machista, muy escatológico y tal, y yo creo que esos comienzos en el TMEO marcaron un poco el tono después. Y

aunque ahora haga mis propios libros y publique en otros lugares así como más serios, yo me he quedado un poco ahí con la risa. Últimamente le estoy metiendo más esoterismo, o sea, que ya poco a poco voy evolucionando también en las temáticas. Pero aunque he intentado, y volviendo al tema del arte, aunque he intentado a veces hacer cómics que no fueran sobre el mundo del arte, me he dado cuenta de que no, que no es lo mío. Que en realidad yo no hablo con tono autobiográfico, pero hablo claramente desde mí, y por eso lo decíamos al principio: yo en esencia soy un crítico de arte, entonces, cuando hablo en mis cómics o en intervenciones y tal, pues al final no puedo escaparme del tema.

En una entrevista de 2009 te consideraban



underground porque, literalmente, tocabas la batería, salías de fiesta todos los fines de semana y no te callabas ni una cuando escribías. En resumen, te consideraban *underground* porque hacías lo que no se esperaba de una mujer ¿no?

Pues no lo sé. Primero puede que por eso, y luego porque siempre me han llamado y me siguen llamado *underground*. Pero mírame, estoy comisariando el pabellón catalán en la Bienal de Venecia, o sea que más institucional y más política cultural que eso ya no hay nada. Lo que pasa es que el tema del *underground* siempre me ha acompañado, igual porque, en efecto, sí, toco la batería cuando normalmente la tocan los tíos, y hago cómics, que también es una actividad muy de machote. Pero el *underground*, sobre todo

a día de hoy, principalmente hace referencia a una estética, y es una estética pues de eso, de lo inesperado, de lo fresco, que está en relación también con ciertas expresiones culturales del siglo XX como el cómic o el rock and roll. Y por eso siempre se me ha relacionado, porque recuerdo o porque las actividades que hago recuerdan a los paradigmas del *underground* en el siglo XX. Pero si tú has leído mi último libro, La Rue



del Percebe de la cultura, yo ahí explico que el *underground* en la era digital ha muerto en realidad, porque desde el momento en que tú pones algo en Internet y se puede ver a lo largo del mundo, pierde esa cualidad de estar debajo de la tierra ¿no?

Por cierto, el underground como estética es algo a lo que suele recurrir la moda. Vivienne Westwood o Yves Saint Laurent, por decirte algunos ejemplos, se recrean en lo minoritario a pesar de manejar cifras astronómicas.

Sí, la moda es un gran paradigma de asimilación de las formas del *underground* y de las subculturas. Desde luego Vivienne Westwood lo hizo con el punk; has dado ejemplos que asumen perfectamente esas imágenes. ¿Sabes con qué se nota mucho esa estética? Un proceso de asimilación muy fuerte ha sido el de Alexander McQueen con la calavera, por ejemplo, que aunque tiene un

recorrido larguísimo, en los ochenta era una simbología muy propia de las subculturas, y sin embargo después, diez o veinte años más tarde, de repente lo lleva la pija más recontra pija del mundo. Entonces ahí se ve también esa búsqueda continua de la moda por las imágenes de rebeldía, que ahora se reintroducen dentro de la Alta Costura. La moda es una puta máquina, es una máquina de fagocitar absoluta.

Pero la pregunta es por qué fagocita ¿no?

Desde mi punto de vista porque es un sistema capitalista que carece de contenido, por eso está buscándolo en otros contextos. Y cuando se apropia de cualquier tema, lo explota al máximo y luego lo vomita. Sonia Grande, una diseñadora de vestuario que trabaja para Woody Allen y Almodóvar, decía que la moda necesita del cine para tener significado, y es verdad, es un sistema que roba para constituirse.

Pero reflexiones aparte, volvamos a la imagen que tú transmites. Es curioso ver tus vídeos del 2000 y ver los de ahora, porque pareces mucho más seria. ¿Sientes que has pasado por un proceso de empoderamiento?

Lo de la seriedad no sé, igual es la edad o lo que sea, pero no sé qué decirte, es curioso esto que me comentas. En cuanto al empoderamiento de mí misma, sí, desde luego, pero es un proceso normal, creo, en cualquier persona que no deja de leer, que no deja de ejercitarse intelectualmente y producir cosas, pensar o conocer a gente. Al fin y al cabo, como es lógico, poco a poco vas sabiendo lo que te interesa y allá donde puedes aportar ¿no? Es como por ejemplo este desvío, bueno, esta especialización de los últimos tiempos en la idea del lenguaje del cómic que decíamos antes. No sé, con la experiencia pues al final dices “oye, mira, es que yo quiero hacer esto, no lo está haciendo casi nadie, pero es que me la suda no tener casi referentes. A mí lo que me gusta es la crítica cultural en el cómic”. Y eso es autoempoderamiento total, también porque a estas alturas de mi vida, ahora igual la cago diciendo esto, pero a estas alturas veo muy difícil que me sume a una institución. Es

‘Sitting on a skull’ - El uso de las redes sociales promueve un empleo del tiempo en total oposición a situaciones de concentración e introversión, disposiciones necesarias para la absorción de conocimiento. En este dibujo, la calavera conecta la escena con las vanitas (género que lleva implícito en sí mismo la fugacidad del paso del tiempo) pero es también un símbolo de individualidad: de la necesidad de profundizar en nuestro propio yo, ajenos a distracciones vanas.



difícil que yo me ponga de directora de no sé qué o no sé cuántos, porque llevo ya muchos años currando así por intuición, siguiendo lo que me gusta hacer, investigando las cosas que me interesan y tal. Y ahora soy tan dueña de mi tiempo en realidad (se ríe), que creo que eso es lo que me empodera a mí en el fondo. Soy tan dueña de mi tiempo, que creo que me costaría mucho vendérselo a alguien ¿sabes?

Mira, hay una cosa que llevo ya bastante tiempo en mente, y es que para tener un discurso interesante hay que hacer una renuncia social, y eso implica decir muchas veces que no a relacionarse con los demás para dedicarle cierto tiempo a la lectura o al estudio, pero no estudiar para un examen, sino para uno mismo. Para tener ciertas ideas que aporten algo. Oye, y con esto no quiero parecer Paulo Coelho.

(Se ríe) To-tal-mente. Estoy súper a tope con este tema, y sí, y tanto que hay que hacer renunciaciones sociales. A ver, yo las he hecho personalmente y me costaron mucho, porque fui madre hace tres años casi cuatro, y claro, cuando eres madre, ahí pasan dos cosas: la primera es que ya no puedes salir tanto, con lo cual ya no te nutres del jijijaja nocturno y de las relaciones sociales. Eso se acaba casi de golpe. Pero luego también pasa otra cosa, que parece muy dramática pero que a la larga ha ido muy bien, que es que como tienes tan poco tiempo para trabajar o para ti misma, ese tiempo lo aprovechas a tope. Lo exprimes. O sea, eso que llaman ahora procrastinar, cuando estás tan presionado no procrastinas, porque dices “si tengo que currar de diez a doce del mediodía, en esas dos horas no voy a mirar el Facebook, ni Instagram, ni aprovecho para llamar a no sé quién. Estoy dos horas a piñón fijo”. Y eso es un poco duro, pero para mí ha sido un aprendizaje brutal, y ahora, aunque ya tengo más tiempo, realmente voy a tope. Desde que me siento hasta que me levanto no quiero ser disturbada por nada. Pongo el teléfono en silencio y, por supuesto, no entro en redes sociales. Me despojo de todas esas distracciones, así que, claro, la capa social, deshacerse de ella, sobre todo cuando tienes un objetivo, es fundamental. Es una clave. Y luego, a parte de eso, tengo ciertas convicciones con respecto a las redes sociales, como por ejemplo que despiertan

malos sentimientos (se ríe). Sentimientos de envidia o de “joder, yo también debería estar allí y no puedo ir”. Despiertan ciertos sentimientos que no son necesarios, te llenan de demasiada información que es irrelevante, y además, también, parece que te crea como la obligación de tener que estar informando continuamente al mundo de dónde te encuentras y qué es lo que haces. Volvemos a lo del principio: al fin y al cabo estamos elaborando una imagen, y creo que en la actualidad se puede prescindir de todo eso, es más, se debe prescindir. Y también es un poquito antisistema, y a mí eso me gusta, me pone.

