

# critic@arte



www.criticarte.com

## Desnudando Apariencias; KOONS no es DUCHAMP

“Duchamp” fue el nombre de mi perro Labrador de hace varios años. Lo nombré después de mi tiempo con otra mascota, un gato, que respondía al nombre “Picasso”. La asignación de tales nombres implicaba una reafirmación artística, al tiempo que instructiva; quizás nadie preguntaba quién era Picasso, pero fue consistente la interrogación sobre el nombre Duchamp, que era desconocido en el ámbito común de la gente. Hoy, en la ciudad de México, con la atracción de la obra espectáculo expuesta de Jeff Koons, multitudes se acercan a conocer la obra de Duchamp en una operación museística que, al tiempo que acrecienta la cotización, legitimación y fama popular de la obra de Koons, difunde el nombre de Marcel Duchamp, unas de las figuras más emblemáticas en el desarrollo del arte contemporáneo surgida a comienzos del siglo XX arropado en la actitud DADA, y cuyas ideas impregnarían con intensidad las corrientes artísticas hacia las últimas décadas del siglo con los movimientos de arte conceptual, happening, Fluxus, y la Internacional Situacionista.

El museo Jumex del CDMX prosigue una orquestada atención a la obra de Koons que los importantes museos de arte contemporáneo ofrecieron en un periodo de 3 años: en el Whitney, Guggenheim, y Centro Pompidou. En México se presenta hasta Septiembre 2019 una exposición que reúne obras de Marcel Duchamp en diálogo con las obras de Jeff Koons, bajo el título “*Apariencia Desnuda: el deseo y el objeto en la obra de Marcel Duchamp y Jeff Koons*” que toma prestado el título del libro de Octavio Paz sobre Duchamp ¡A lo que el escritor mexicano se hubiera opuesto! Hay que proceder a desnudar esas apariencias que engañan pretendiendo identificar a este Jeff Koons con el Marcel Duchamp de comienzos del siglo XX. Aunque la curaduría encuentra similitudes, están enraizadas en la influencia ejercida sobre las realizaciones de este empresario actual del arte (artista) que se sirvió de una agencia publicitaria para promocionar su imagen; no hay que sucumbir aturcidos por las analogías entre Duchamp y Koons pues las posturas eran contrapuestas. Duchamp rechazaba la producción artesanal de los objetos y se desligó de la elaboración figurativa -la pintura retiniana que denominó- y Koons se presenta con la apabullante manufactura de las piezas escudándose en la apropiación del objeto, y la mirada del deseo para sostener su idea. Al mismo tiempo, cuando Jeff Koons busca difundir su marca y fábrica de objetos para alimentar un mercado voraz, la fascinación de Duchamp, al

contrario, se entregó con sus estrategias a mostrar cómo el valor en la sociedad, tanto artístico como financiero, es generado arbitrariamente a través del intercambio social simbólico.

NO. Jeff Koons no es el Duchamp del siglo XXI, por más que esta operación especulativa intente establecer paralelismos, equiparlo, afianzado con el respaldo curatorial del reconocido Massimiliano Gioni. La exposición ofrece una experiencia contrapuesta de seducción y repulsión. Aunque desde las ideas curatoriales se encuentran aproximaciones defendibles de formalización y concepto con una perspectiva del deseo y el objeto en relación con la moral, la autoría y el trabajo, las coincidencias se hallan por el sustrato que Koons extrae de Duchamp, como asimismo hace de Dali o Warhol. Por otro lado, encuentro que la museografía de la muestra está realizada para transitarla de modo casual no para situar correctamente las obras respecto a los ejes curatoriales planteados. Las cédulas informativas resultan un desastre en la ardua lectura por el tamaño de la tipografía y por la excesiva cantidad de texto, al tiempo que de confusa atribución por la amplitud espacial.

Esta operación museística responde a la lógica del capitalismo financiero del mundo del arte coincidiendo con la reciente venta de “Rabbit”: la casa de subasta y el propio Koons se reponen de los tropiezos atravesados por ambos, Christie’s con la venta de un Leonardo da Vinci “Salvator Mundi” puesta en entredicho su autoría, y Koons con la polémica de las múltiples demandas legales contra sus plagios. El 15 de mayo de 2019, Christie’s subastó uno de cuatro ejemplares de la obra “Rabbit” de 1986 proveniente de la colección del fallecido billonario Samuel Irving Newhouse adquirida en 1992 por 1 millón de dólares. El comprador de esta obra fue el galerista Robert Mnuchin, padre del actual Secretario del Tesoro del gobierno de Trump, que representaba al multimillonario Steve Cohen, gestor de fondos de especulación financiera, quien es acusado actualmente por actuar con información privilegiada en el comercio de la bolsa. El propio Koons trabajó como corredor de bolsa en Wall Street especulando sobre materias primas y bienes raíces antes de enfocarse en su carrera artística. La obra “Rabbit” superó el precio de 91 millones de dólares, convirtiendo a Koons en el artista actual vivo más cotizado.

Ante la espectacularización de la obra de arte, hay que ahondar en los mecanismos especulativos para desnudar las apariencias revelando el fundamento que las sostiene cuando se transforma en exaltación del fetiche-mercancía, sujeta al culto capitalista de los multimillonarios anhelando poseer las obras-trofeo de artistas renombrados, y donde el acaparamiento de capital se invierte asegurando el rendimiento de esa acumulación monetaria. Y estos artistas, o empresarios de arte, se doblan a los requerimientos del objeto-mercancía con desdén ético, obnubilados por la legitimación de su obra, solidificada como prestigio de marca. Se entiende el comportamiento de la élite financiera empoderada por la razón de la fuerza del dólar explotando los mecanismos de comunicación y las redes de galerías, casas de subastas, museos, y publicaciones, esquivando impuestos con estos pagos que las grandes corporaciones realizan. Hay una minoría, cada vez más minoritaria que lo tiene todo, y estos productores de arte siguen jugando a alimentar esa situación: El capital como inversión financiera busca incrementar su valor con cínico engaño, que ninguna crítica cultural llega a afectar o disminuir. Hay que, con decidido arrojo,

DESNUDAR LA APARIENCIA con la que tratan de ofuscar la percepción del espectador común ignorante de los mecanismos del arte contemporáneo que solidifica la creencia que fue en lo que, precisamente, se empeñó Duchamp en revelar, sobre la que se construye la valoración estética de una empresa como la de “Jeff Koons”, que no es más que un entretenimiento cultural e inversión financiera de productos arropados bajo el concepto de arte. NO. Jeff Koons no es Duchamp.

¿De qué se habla al referirse a la obra de Koons? Se habla del valor monetario, estigma mercantil y publicitario en el mismo sentido que prevalece en la conversación sobre la obra de otro señalado exponente del arte contemporáneo: Damien Hirst. La colusión del arte contemporáneo con los productos de lujo resulta sintomático y aberrante como en esa colaboración planteada entre las lujosas bolsas de Louis Vuitton creadas como evocación plasmada de la serie “Gazing Ball Paintings” de Jeff Koons. Estas bolsas de lujo son vendidas en €2,000 (El museo Louvre colaboró cediendo sus salas para la exclusiva presentación); y, aun así ¡Koons afirma cínicamente en entrevista que no hace esto por dinero! Estos individuos, como muchos más, saben aprovechar los entresijos de la actuación de las prácticas artísticas contemporáneas entrelazadas con la construcción publicitaria, la difusión cultural turística, y la inversión financiero especulativa. No en balde, Jeff Koons trabajó como corredor de bolsa en Wall Street de New York asimilando los mecanismos de la manipulación del valor y la mediación de la publicidad para legitimar el precio que aplicó en la especulación financiera de su obra impulsando el crecimiento de sus propuestas visuales, cuya producción es réplica de la “The Factory” de Andy Warhol, como cualquier fábrica de producto mercantil empleando unos 160 trabajadores para la realización de sus piezas pictóricas y escultóricas.

No hay que confundir la estrategia “Ready-made” (algo ya hecho), que Marcel Duchamp estableció con gran transcendencia la cual operaba, además de la descontextualización del objeto industrial implicando una “belleza de la indiferencia”, la elección significativa del título que une lo visual a un argumento literario, con lo que desmitificaría la figura del artista, eliminando la idea de gusto y la del arte como objeto. Aquí se halla la paradoja radical en la que Koons se envuelve al ser equiparado a Duchamp: Su actuación al tomar un objeto de consumo de gusto popular, y rehacerlo (“Remade ready-made”) para convertirlo en un objeto de apreciación, espectáculo y admiración, ensalzando la belleza de los materiales en su engaño visual, o en la búsqueda de provocación que alienta las obras de Koons, cuando el desafío de Duchamp radicaba en el mismo quehacer de su obra y no en meros gestos antiartísticos, como se ha ido desvelando por el movimiento temático general de su obra. Incluso las coincidencias en la importancia del erotismo y la sexualidad en ambos artistas es una mera convergencia extendida, pues constituye la substancia de muchas obras de arte, solo que en Koons se convierte en motivo concreto para la provocación como la serie “Made in Heaven”, imágenes fotográfico-pictóricas impresas de tinta de óleo en lienzo, de posturas pornográficas en relación sexual con su esposa, actriz porno, exposición que visité en 1991 en la galería Sonnabend de New York, en la que se prohibió la entrada a menores de 18 años. El crítico Michael Kimmelman del New York Times afirmó entonces sobre Koons: *“un oportunista, un traficante de publicidad que fusiona su vida y su obra...”*

Jeff Koons arrastra una creciente lista de demandas legales por violación a los derechos de autor. Koons es un reconocido plagiador para quien la ecuación entre el pago de la sanción y sus ganancias siempre le beneficia. La escultura en madera “String of Puppies” de 1988 es imitación de la foto en blanco y negro “Puppies” de Art Rogers de 1980. Recientemente tuvo que pagar por la demanda sobre la escultura en porcelana “Naked” que reproduce una fotografía de Jean-François Bauret €20.000 a los herederos del fotógrafo, además de €4.000 adicionales por reproducir la obra en su página web. El año pasado fue condenado a pagar €135.000 a Franck Davidovici por reproducir con la escultura “Fait D'Hiver” la imagen de una campaña publicitaria. Además, la escultura “Seated Ballerina” que enmarca la entrada a la exposición del Museo Jumex, es copia de la “Ballerina Lenchka” de la artista ucraniana Oksana Zhniykrup. Y en pleno contrasentido, Jeff Koons recurrió con sus abogados a sembrar demandas judiciales en todo el mundo por supuestos delitos de robo de propiedad intelectual contra los fabricantes y comerciantes de figuras de perritos basados en la figura de globofexia que sus obras imitan; esas figuras creadas con globos alargados de las que él tomó sus figuras espectaculares, cuyo su origen es de autor desconocido.

Duchamp, al contrario que Koons quien enfatiza la cuestión del valor y el arte como dispositivo de generación económica, explora la relación entre el arte y la economía en varias de sus piezas, interviniendo cupones de ruleta de juego en casino, o el cheque como pago monetario y como arte, y donde sus iniciativas comerciales figuran más como un performance que como un proyecto comercial. Según John Cage, Duchamp nunca usó su arte para hacer dinero.

Se advierte en los planteamientos estéticos de Jeff Koons la declarada influencia de la obra de Duchamp, y cómo lo utiliza como principio de su operación visual, así que no sorprenden las coincidencias bajo la luz del objeto y el deseo como el curador plantea. Así como la semejanza con Andy Warhol, de quien utiliza las estrategias pop y de reproducción, junto la descarada fastuosidad de Salvador Dali, que siempre admiró. Koons se apropia con descaro y cinismo de lo que le interesa. Comenzó a trabajar en obras conceptuales a partir de fines de la década de los 70 incorporando objetos de consumo presentados en escaparates con piezas que no rebasaron el precio de 1,000 dólares. En 1983 presentó su serie “Equilibrium” compuesta por balones de baloncesto flotando en agua salada y dulce que fue vendida en 3,000 dólares, y hoy es valorada en 240,000 dólares. Objetos, mercancías y la relación del artista con la sociedad muestran la perversa relación con la economía de lo suntuoso, las celebridades y el espectáculo, el lujo y la opulencia, así como la elevación del mal gusto, el kitsch, a la esfera meritória de arte a la que se opuso y criticó Duchamp; una broma sarcástica que tiene riendo a ignorantes de la depravación mercantil del arte actual. La inquietud irónica sobre el comercio que Duchamp emprende en varias de sus obras se asoma distorsionada, como muchos otros temas que se despliegan codo a codo entre las piezas en la exposición del Museo Jumex.

La imagen de la inquietud artística de Duchamp se utiliza para acercarse a las contribuciones de Jeff Koons en forma simplista, objetual, acomodada bajo la perspectiva mercantil de visión kitsch que reafirma el fenómeno del embellecimiento del producto comercial popular que Koons realiza. La obra de Duchamp está cargada de una crítica a la

mercancía, los objetos, y la relación del artista con la sociedad con mordaces asaltos perpetrados desde una formada percepción y conocimiento de la representación. El desapego y alejamiento que Duchamp propicia con su afirmación “la belleza de la indiferencia”, que emerge a través de sus piezas entrelazadas con la fuerza del lenguaje y la reflexión conceptual, se transforma con Koons en el mero anonimato del producto industrial. Sin embargo, hay que valorar en la obra de Koons la contribución a la disciplina de la escultura acoplando el Pop, el Minimalismo y el ready-made en un modo refrescante reelaborando la disciplina con diferentes materiales y técnicas.

Si Duchamp abate la operación del arte como contemplación y experiencia estética cuando la Modernidad ensalzaba la nueva economía del deseo, y desentraña con su obra los pilares y estrategias que construye esta actitud, Koons, al contrario, se nutre y alimenta de esta actitud social de adoración y contemplación. Las resonancias evidentes que emergen yuxtaponiendo muchas de las piezas de los dos artistas son resultado de los esfuerzos imitativos que prevalecen en Koons. Mientras Duchamp ejerce una provocación como resultado de su actuación reflexiva, Koons busca en la provocación la razón de su actuación.

Duchamp rechaza con su obra la autoría y la noción de artista vigente en su tiempo impulsando la producción impersonal; explora los varios mecanismos de la producción de la imagen de la época mientras se adentra a través de la ciencia, la mecánica y la óptica como medio de expandir sus ideas siempre en continuo replanteamiento, alejándose del embellecimiento del producto. Todo ello resulta en completa oposición a la inclinación de Jeff Koons que propicia el valor de la mercancía, el producto y la belleza ingenua acoplable al gusto común del espectador iluso.

Duchamp ahonda desde el inicio de su práctica artística desarrollando en forma evolutiva la apariencia y la presencia con una articulada construcción de piezas que abarcan propuestas en continuo proceso; su evolución le conduce a una introspección apartándose de la producción concreta de piezas envuelto en la esencia de la idea detrás del ajedrez, elaborando un extenso discurso codificado de su obra y el empaquetado de sus propias obras como imágenes en cajas. En cambio, en Jeff Koons se encuentra la figura de un apropiacionista, un banal imitador que juega a ser un artista neo-Pop que buscó la comercialización a ultranza en el encanto de la mercancía, escalando a través del efecto provocador publicitario y espectacular la difusión de su marca como empresario visual, y continúa apretando las tuercas del mercado al que la élite exclusiva del poder responde, junto a las masas que deslumbrados por el brillo de su espectáculo se acercan a dejar constancia de su reflejo en las esculturas. No. Koons no es el nuevo Duchamp.

**Comentarios: “[arte@criticarte.com](mailto:arte@criticarte.com)”. Este artículo, con imágenes, así como los anteriormente publicados, puede encontrarse en la dirección de [critic@rte](mailto:critic@rte) en internet: [www.criticarte.com](http://www.criticarte.com) [Sígueme en](#) facebook: [criticarte](https://www.facebook.com/criticarte), twitter: [@arte\\_criticarte](https://twitter.com/arte_criticarte)**

Ramón Almela  
Doctor en Artes Visuales  
Julio de 2019