

González del Pino, Diana

Jeff Koons y Vik Muniz: perspectivas de la globalización desde el Pop Art contemporáneo

**Tesis para la obtención del título de posgrado de
Magister en Filosofía, Religión y Cultura
Contemporáneas**

Directora: Elgue, Cristina Elisa

Documento disponible para su consulta y descarga en Biblioteca Digital - Producción Académica, repositorio institucional de la Universidad Católica de Córdoba, gestionado por el Sistema de Bibliotecas de la UCC.



TRABAJO FINAL

**JEFF KOONS Y VIK MUNIZ:
PERSPECTIVAS DE LA GLOBALIZACIÓN DESDE EL *POP ART*
CONTEMPORÁNEO**

DIANA GONZALEZ DEL PINO

2020

JEFF KOONS Y VIK MUNIZ:
PERSPECTIVAS DE LA GLOBALIZACIÓN DESDE EL *POP ART*
CONTEMPORÁNEO

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CÓRDOBA

FACULTAD DE FILOSOFÍA Y HUMANIDADES

MAESTRÍA EN FILOSOFÍA, RELIGIÓN Y CULTURA

CONTEMPORÁNEAS

JEFF KOONS Y VIK MUNIZ:

PERSPECTIVAS DE LA GLOBALIZACIÓN DESDE EL *POP ART*

CONTEMPORÁNEO

PROF. DIANA GONZALEZ DEL PINO

DIRECTORA: CRISTINA E. ELGUE

2020

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	8
I. JEFF KOONS: LA CELEBRACIÓN DE LA AMERICANIZACIÓN	
I.1. Jeff Koons y la celebración del consumo	14
<i>I.1.1. Globalización, homogeneización y consumo</i>	14
I.1.1.1. Globalización y homogeneización: americanización	14
I.1.1.2. Consumo y cultura	18
I.1.1.3. Globalización y consumo	22
<i>I.1.2. El pop art</i>	24
<i>I.1.3. Andy Warhol y el consumo</i>	28
<i>I.1.4. Jeff Koons y el consumo</i>	33
I.2. Jeff Koons y la celebración de lo norteamericano	40
<i>I.2.1. El terrorismo global</i>	41
<i>I.2.2. La ofrenda de Koons</i>	41
I.3. Conclusiones	51
II. VIK MUNIZ Y LOS CONFLICTOS DE LA GLOBALIZACIÓN	
II.1. Globalización, homogeneización y fracturas	54
<i>II. 1.1. Globalización, homogeneización y fracturas según Francisco</i>	60
II. 2. Vik Muniz y la migración	67
<i>II. 2.1. Vik Muniz, un migrante</i>	67
<i>II. 2.2. Vik Muniz y los derechos de los migrantes: Lampedusa (2015)</i>	70
<i>II. 2.3. Perspectivas de la filosofía sobre los derechos (de los migrantes)</i>	73
<i>II. 2.4. Perspectivas de la religión sobre los migrantes</i>	80
II. 3. Vik Muniz y la pobreza	85
<i>II. 3.1. Vik Muniz y la denuncia de un pobre</i>	85
<i>II. 3.2. Francisco y la cultura del descarte</i>	94
II. 4. Conclusiones	100
CONCLUSIONES	102
REFERENCIAS	106

ÍNDICE DE SIGLAS

LS *Laudato' Si*

MoMA *Museum of Modern Art* (Museo de Arte Moderno),
Nueva York, Estados Unidos.

UNTREF Universidad Nacional de Tres de Febrero, Argentina.

DEDICATORIA

*A mis padres, Diana y Agustín, quienes siempre me inculcaron el gusto por la cultura
y el amor a la religión.*

A Nicolás, en agradecimiento a su apoyo en este proyecto.

INTRODUCCIÓN

La década de 1960 en Estados Unidos trajo consigo un arte nuevo y diferente: el arte *pop*. El *pop* buscó alejarse del expresionismo abstracto anterior y optar por temas fácilmente reconocibles y diversos, como lo eran los productos de consumo de aquella época. Las obras *pop* imitan los coloridos efectos visuales de la televisión e invitan a mirar el mundo con placer, tal como lo hacían la publicidad y los medios en ese tiempo. Las producciones son simples y atractivas, no requieren esfuerzo de interpretación y evocan figuras y objetos, como la estrella de cine Marilyn Monroe o la botella de Coca Cola, formas rápidamente identificables para todos aquellos que disfrutaban de la nueva sociedad de consumo de 1960.

El arte de los objetos comunes se tradujo en numerosos géneros y fue practicado por artistas como Roy Lichtenstein, Claes Oldenburg y Andy Warhol, entre otros. De todos ellos, Andy Warhol es quizás el más renombrado. Warhol, además de reproducir productos y personas que encarnaban el mundo del consumo y los medios durante los años 60, utilizaba una forma de producción similar a la de las fábricas, llegó a declarar: “la razón por la que pinto de esta manera es porque quiero ser una máquina” (Lucie-Smith, 1990, p. 232)¹. Resulta lógico que el estudio en el que trabajaba con un grupo de colaboradores fuera conocido como *The Factory* (La Fábrica). Warhol cuestionó el valor de la originalidad de la obra de arte y convirtió a la temática, *los objetos comunes*, en el eje de sus producciones.

¹ Todas las traducciones del inglés son propias.

Herederero de este estilo, Jeff Koons (1955-) surge en los ochenta con obras pop que se inspiran en las de su predecesor. Retoma de Warhol el uso de los objetos comunes y elige los colores y el efecto multiplicador utilizando, por ejemplo, globos inflables metalizados y espejos. Dirige su temática al arte, al comercio, al tener y al placer. Ícono contemporáneo del arte pop, produce obras -esculturas, fotografías, instalaciones- en cantidad y a pedido de sus clientes, ayudado también por un grupo de colaboradores. Emplea materiales que utilizamos y encontramos a diario: lustra aspiradoras, pelotas y globos, y los entroniza en galerías de arte como la *Tate Modern* en Londres y *The Centre Pompidou* en París. La fama mundial de este artista contemporáneo y la forma en que promociona sus obras a través de internet, entre otras características más que analizaremos en la sección dedicada a Koons, son evidencia de su pertenencia al mundo globalizado. En el capítulo I, el trabajo y la temática de Koons serán puestas en diálogo con la filosofía, la sociología y la crítica para reflexionar principalmente sobre el capitalismo y el consumo en el marco de la globalización.

El artista Vik Muniz (1961-), por otra parte, proviene de una favela de Brasil. Su origen humilde atraviesa su obra y la lleva, en ocasiones, a reproducir imágenes de pobreza, trabajo infantil y desolación. Muy cercano a la publicidad y la fotografía, sus producciones se enmarcan en el arte pop. Al igual que Koons, en muchos aspectos, emula el estilo de Warhol. Toma de él el cuestionamiento a la originalidad y unicidad de la obra de arte y el uso del objeto cotidiano, pero en Muniz la creatividad es llevada a puntos límites y pinta con azúcar y chocolate, filma videos en basurales y reproduce clásicos del arte con la técnica del collage. Como mencionamos anteriormente, su obra plasma, además de retratos de famosos y objetos de uso común, los problemas de pobreza y ecología presentes en Brasil y se atreve inclusive a adentrarse en la cuestión de la migración.

La temática de algunas de las obras de Muniz presenta coincidencias con las preocupaciones del Papa Francisco, máxima autoridad de la Iglesia Católica y uno de los líderes más influyentes del mundo según la revista Forbes. Debido quizás a que ambos comparten un origen latinoamericano, tanto Muniz como Francisco reflexionan sobre la pobreza, la exclusión, la inmigración y la ecología. No sólo en discursos y homilías sino también en una encíclica, *Laudato si'*, Francisco critica con fuerza la pobreza, las estructuras que la promueven y defiende el medioambiente. En el capítulo II, pondremos en diálogo la temática de Muniz, las preocupaciones de la religión de Francisco y la filosofía para echar luz sobre nuevas perspectivas de la globalización.

Como hipótesis sostenemos que tanto Koons como Muniz producen sus obras en el marco de la globalización, fenómeno que pretendemos abordar y caracterizar en este trabajo desde la filosofía, la religión y la cultura. El arte de Jeff Koons es un producto de la sociedad norteamericana, que celebra el consumo y el capitalismo, propio de una globalización entendida como americanización. Por otra parte, las obras de Vik Muniz, reproducen la realidad latinoamericana y global, tomando como temática las fracturas de la globalización: la exclusión, la pobreza y la problemática ambiental. Si bien se enmarcan en el mismo estilo dentro del arte y sus obras se encuadran en un mismo contexto, Koons y Muniz presentan diferentes posturas respecto del mundo actual y Muniz pareciera adoptar una postura más crítica y alejarse de las temáticas tradicionales del pop estadounidense.

Se ha elegido poner en diálogo la filosofía y religión desde algunas obras paradigmáticas del arte de Koons y Muniz debido a la relevancia mundial que ambos han adquirido. Las lecturas propuestas a lo largo de la Maestría en filosofía, religión y cultura contemporáneas han puesto en palabras muchos de los conceptos que parecieran asomarse a través de las

producciones de los artistas visuales y que caracterizan la cultura global contemporánea, como el consumo y la desigualdad. Consideramos pertinente en este tiempo de globalización preguntarse qué relaciones existen entre la globalización y sus facetas, las propuestas de la religión católica, la filosofía de renombrados pensadores como Zigmunt Bauman y Seyla Benhabib y las obras que año a año se exponen en los grandes centros culturales del mundo. Resulta llamativo que ciertas producciones artísticas se encuentran cercanas al consumo, aspecto tan central del capitalismo y que ha sido una de las bases de la globalización, y que otras producciones apunten en la misma dirección que las críticas, al consumo por ejemplo, efectuadas desde la religión y la filosofía. Creemos por ello relevante indagar sobre qué aspectos de la globalización, la filosofía y la religión se puede reflexionar desde el arte contemporáneo y establecer las semejanzas y diferencias que se presentan entre las disciplinas a fin de poder aprehender nuestro mundo contemporáneo globalizado desde múltiples perspectivas. No haremos un análisis exhaustivo del *pop art* como movimiento artístico ni de sus representantes, sino que nos volcaremos a reflexionar sobre los aspectos de la globalización que se dejan entrever desde las producciones artísticas. En la puesta en diálogo entre las distintas disciplinas se pondrá al lector en contacto con las obras artísticas de Koons y Muniz y algunos extractos de los diferentes autores para que éste vaya también estableciendo vinculaciones entre los distintos campos.

Dada la naturaleza de este proyecto que combina el arte, la cultura, la filosofía y la religión, el trabajo se encuadra en la perspectiva transdisciplinaria característica de los Estudios Culturales. Utilizaremos una metodología crítica integrando diferentes campos y vinculando la cultura con la sociedad con el fin de mejorar el entendimiento de nuestra sociedad global contemporánea. Para el análisis de textos pictóricos se utilizará como base el

marco de análisis de obras de arte propuesto por Terry Barrett, profesor emérito de la Universidad de Ohio con cuarenta años de experiencia en área de Arte. Barrett lista una serie de principios para guiar la interpretación de producciones artísticas entre los que se encuentran: “Todo arte es, en parte, acerca del mundo en donde emergió” y “Todo arte es, en parte, acerca de otro arte” (2000, pág. 6). Seguiremos el primer principio dado el interés de que las obras de Koons y Muniz nos den a conocer aspectos del mundo en donde emergieron, nuestro mundo globalizado. El segundo principio, por su parte, será de utilidad para establecer vinculaciones entre la obra de estos artistas y otros, un aspecto muy presente en las obras del arte pop.

I. JEFF KOONS: LA CELEBRACIÓN DE LA AMERICANIZACIÓN

I.1. JEFF KOONS Y LA CELEBRACIÓN DEL CONSUMO

I.1.1. GLOBALIZACIÓN, HOMOGENEIZACIÓN Y CONSUMO

I.1.1.1. GLOBALIZACIÓN Y HOMOGENEIZACIÓN: AMERICANIZACIÓN

Jan Scholte, en su obra *Globalization: A Critical Introduction*, sostiene que en la década del sesenta la combinación del avance tecnológico y de las comunicaciones y la adopción del sistema capitalista en gran parte de la sociedad occidental, junto a la difusión del conocimiento racional y la adopción de marcos regulatorios favorables al libre comercio, dio como resultado la globalización (2000, pág. 90). La globalización, entendida como desterritorialización o supraterritorialidad, conlleva una nueva configuración del espacio social, que ya no se reduce a lo meramente territorial, sino que va por sobre las fronteras; el espacio social no queda reducido a un espacio geográfico en particular. Este es para el especialista en globalización y gobernanza global, el rasgo distintivo de la globalización. Sin embargo, Scholte también distingue otras concepciones del proceso como la *internacionalización*; la interdependencia entre países; la *liberalización*, la apertura de fronteras económicas; la *universalización*, la expansión de objetos y experiencias por todos los rincones del planeta, y la *occidentalización* o *modernización*, especialmente a la manera norteamericana, a la que nos referiremos más adelante dada la relevancia que presenta para este trabajo (Scholte, 2000, págs. 15-16).

Por su parte, el sociólogo brasileño Renato Ortiz al referirse a globalización en *Términos críticos de sociología de la cultura*, complementa la mirada de Scholte al afirmar:

es importante observar, no obstante, que en este proceso el espacio no deja de existir.

La desterritorialización no es una negación del espacio, sino que crea una espacialidad desvinculada de forma inmediata del medio físico, pero la complementa con un movimiento de reterritorialización, tornándose también un lugar de interacción entre los individuos. (Ortiz, 2008a, pág. 108)

La globalización en tanto desterritorialización trae consecuencias en el ámbito cultural, puesto que “el espacio se torna el lugar de materialización de las culturas” (Ortiz, 2008a, pág. 108) y la cultura siempre estuvo en relación a un espacio social que la contenía, por lo tanto, la globalización rompe también la relación entre cultura y espacio físico, “la desterritorialización de los bienes culturales (...) y de los productos (...) constituye un buen ejemplo de ello. Consumidos en el mercado global, estos últimos se alejan de sus raíces anteriores” (Ortiz, 2008a, pág. 108). Y podríamos agregar que son dotados de significados en nuevos espacios físicos. La mirada de Ortiz resulta enriquecedora ya que al concepto de reconfiguración del espacio social de Scholte, que implica que las interacciones sociales en la globalización no están ancladas en un espacio geográfico, en un lugar físico, se le añade el concepto de reterritorialización, de volver a la noción de espacio geográfico al hablar del consumo de individuos concretos, que están en un lugar en particular. La idea de Ortiz es complementada por Pereira González y Villadiego Prins quienes en la introducción al libro *Comunicación, cultura y globalización: memorias/Cátedra Unesco de Comunicación*, que publica los aspectos más relevantes de la novena edición de la Cátedra UNESCO de Comunicación Social en la que Ortiz tuvo un papel muy relevante, explican que “el consumo, de las expresiones simbólicas desterritorializadas, se hace desde las lógicas de las culturas locales” (2003, págs. 16-17). Vemos que la idea de desterritorialización de Scholte, que borra

el espacio geográfico territorial, es completada por Ortiz, que ancla al sujeto en un espacio territorial nuevamente y pone en valor lo local. La globalización como desterritorialización configura un nuevo espacio social donde los individuos interactúan y donde los bienes culturales son consumidos, dejando sus raíces territoriales de lado, o mejor dicho, a pesar de tener raíces territoriales, en un espacio físico concreto.

Por otra parte, mencionamos también que Scholte considera que globalización se puede definir como *occidentalización* o *modernización*, entendiendo ambas como una dinámica que expande las estructuras sociales de la modernidad, como el capitalismo, y que al hacerlo destruye las culturas preexistentes (2000, pág. 16). Esta mirada concuerda con la de autores argentinos como Rolando Costa Picazo y Ezequiel Ander-Egg, para quienes el fenómeno de la globalización ha estado liderado principalmente por Estados Unidos, hasta el punto que, en numerosas oportunidades, los términos globalización, *americanización* o *McDonaldización* son tomados como sinónimos. Costa Picazo, miembro de número de la Academia Argentina de Letras, sostiene:

La globalización es una fuerza nueva y poderosa que está borrando las fronteras entre naciones y relacionando al mundo en una red sin precedentes de comercio, comunicaciones e inversiones. La idea rectora detrás de la globalización es el capitalismo de libre mercado. La globalización tiene sus propias tecnologías que la definen: la computarización, miniaturización y digitalización, las comunicaciones satelitales, la fibra óptica y el Internet. La globalización produce una suerte de homogeneización cultural que, en el fondo, es la propagación de la americanización, una especie de McDonaldización. (2001, pág. 13)

Vemos como el académico argentino concuerda con una de las perspectivas vertidas por Scholte: que la globalización expande las estructuras sociales de la modernidad, como el capitalismo y el racionalismo, y que al hacerlo genera un mundo más homogéneo a la manera norteamericana. Renato Ortiz, por su parte, considera que ya la globalización entendida como *americanización*, y el consecuente imperialismo cultural igualado a la hegemonía norteamericana propio de las décadas de 1960 y 1970, “se halla desafiada por el surgimiento de nuevos centros regionales” (2008b, pág. 144). Como expusimos anteriormente, el sociólogo sostiene que “el proceso de mundialización de la cultura hace que un conjunto de bienes y de expresiones simbólicas se desterritorialicen y dejen de definirse a partir de sus raíces nacionales” (2008b, pág. 145), lo que provoca la aparición de bienes y productos consumidos a nivel global que se reapropian y redefinen en diversos espacios. En este apartado nos referiremos a la globalización como americanización y dejaremos el desarrollo de las fracturas de este modelo para el segundo capítulo.

Ortiz rechaza la idea de homogeneización, ya que afirma “no existe ni existirá una cultura global única, idéntica en todos lados” (2008a, pág. 106). Teniendo en cuenta las distintas aproximaciones al concepto de globalización como *occidentalización/americanización*, podemos concluir que la globalización entendida como *desterritorialización* supera las barreras geográficas entre países y los intereses nacionales y, por lo tanto, genera patrones globalizados de cultura. En esta sección tomaremos una de las estructuras propias de estos patrones, el consumo, como un aspecto del capitalismo, y como indicador de la *modernización*, que entre los sesenta y los setenta tenía una fuerte impronta norteamericana.

I.1.1.2. CONSUMO Y CULTURA

Entre los factores que promovieron la aparición de los patrones mundializados de la cultura Ortiz identifica “la expansión del capitalismo durante el siglo XIX y las industrias culturales en el siglo XX” (2008b, pág. 145). Los filósofos de la Escuela de Frankfurt, Max Horkheimer y Theodor Adorno comenzaron a mediados del siglo XX a advertir cierta masificación en la cultura que era producida por lo que denominaron *la industria cultural*. En su obra *Dialéctica de la Ilustración* expresan: “La cultura marca hoy todo con un rasgo de semejanza” (1994, pág. 165) y el rasgo de semejanza, sostenían, está dado por los automóviles, el cine, la radio y la televisión². Veían cómo los medios de comunicación bajo el mando del capitalismo se imponían en la sociedad y manipulaban a cada tipo de consumidor según su *nivel*, es decir, vinculaban al capitalismo con el consumo, siendo este último un rasgo distintivo del sistema económico. Para la industria cultural no hay individuos, y las personas fascinadas por los modelos impuestos por los medios de comunicación viven “la secreta satisfacción de hallarse finalmente dispensados del esfuerzo de la individuación mediante el esfuerzo -más fatigoso aún- de la imitación” (Horkheimer y Adorno, 1994, pág. 200). En la industria cultural la mercancía es la cultura, una cultura producida para cada tipo de consumidor, pero una mercancía que al marcar todo con un “rasgo de semejanza” produce homogeneización, dictaminando el tipo de modelo a seguir.

² Para una correcta apreciación de lo desarrollado por los autores debemos tener en cuenta que la obra se publicó por primera vez en 1947.

Los autores de la Escuela de Frankfurt denuncian las sutiles imposiciones de los poderosos sobre las personas a través de la publicidad y todos los mecanismos de la industria cultural. Estos mecanismos están sustentados por la tecnología y los filósofos consideran que una vez declinada la razón, “la racionalidad técnica es hoy la racionalidad del dominio mismo” (Horkheimer y Adorno, 1994, pág. 166). La cultura de masas buscaría definir al consumidor y moldearlo según las conveniencias del mercado, manipulando identidades y culturas para servir al mercado de capital. Llevaría paulatinamente, como mencionamos, a una única cultura uniforme de diversos estratos homogéneos, según los diferentes tipos de consumo.

Si bien para Horkheimer y Adorno, la cultura de masas tiende a una homogeneización de consumidores, Ortiz en su obra *Otro territorio. Ensayos sobre el mundo contemporáneo* presenta otra mirada diferente. El sociólogo brasileño establece diferencias entre los conceptos *masa* y *multitud*. Para Ortiz, *multitud* se asocia con un agrupamiento visible de personas, heterogéneo, sin individualidades definidas y con tendencia a un comportamiento irracional. Por otra parte, *masa* está caracterizada por la homogeneidad: “las personas, individualmente, escogen los objetos dispuestos en el mercado, pero colectivamente forman parte de un conjunto homogéneo de consumidores” (2005, pág. 104). Para Ortiz, distinto de para Adorno y Horkheimer, *masa* implica voluntades individuales y su mirada es positiva: la sociedad de masa puede vincularse con la democracia, con la inclusión e integración y con el concepto de espacio ampliado, “La sociedad de “masas” es vista como una ruptura de las fronteras” (Ortiz, 2005, pág. 105).

Para Ortiz, esta sociedad de masas es posible gracias a los medios de comunicación que actúan como uniformadores en la diversidad para contribuir a la homogeneización. En la

actualidad, asevera, existe una uniformidad de productos, los productos globales, y comportamientos. Sin embargo, el autor advierte sobre los cambios actuales, que llevan a una descentralización y diversificación de la cultura para atender nuevas necesidades en el mercado. Estos cambios producidos por las nuevas tecnologías y un capitalismo más flexible significarían el quiebre de la cultura de masa, ya que demandan más diversidad. Con la consideración del capitalismo, señala lo que entiende como central en la discusión sobre la cultura hoy: el mercado y el consumo. Lo que modela la identidad en este tiempo es el consumo, el mercado genera las nuevas formas de cultura. Es este punto el que el autor comparte con Adorno y Horkheimer: que la cultura sigue siendo una mercancía y el consumo sigue siendo un rasgo distintivo del capitalismo.

El capitalismo y el consumo son también característicos de la postmodernidad y el postmodernismo. Conforme al crítico literario británico Terry Eagleton, la postmodernidad es un período histórico caracterizado por “un estilo de pensamiento que sospecha de las nociones clásicas de verdad, razón, identidad y objetividad, de la idea de progreso o emancipación universal, de marcos simples, grandes relatos o explicaciones definitivas” (1996, pág. vii). Esta mirada pone acento en un mundo complejo que desconfía de nociones objetivas y coherentes, y surge de un nuevo capitalismo caracterizado por “el efímero, descentralizado mundo de la tecnología, el consumo y la industria cultural” (1996, pág. vii). Nuevamente vemos aquí la vinculación entre capitalismo y consumo, que se presentan como rasgos del periodo histórico que comenzó hacia fines de 1960. Por otra parte, el postmodernismo es

un estilo de cultura que refleja algo de este cambio de época en un arte poco profundo, desconectado, sin fundamentos, auto-reflexivo, lúdico, derivativo,

ecléctico, plural que torna imprecisos los límites entre la ‘alta’ cultura y la cultura ‘popular’, como así también entre el arte y la experiencia cotidiana. (Eagleton, 1996, pág. vii)

Al reflejar el mundo postmoderno, el postmodernismo está unido al capitalismo, los medios de comunicación, la información y el consumo.

La influencia del consumo es tal que Fredric Jameson, crítico literario norteamericano, afirma: “en la cultura postmoderna, la ‘cultura’ se ha convertido en un producto por sí misma” (1991, pág. x). Jameson propone la idea de un postmodernismo caracterizado por el capitalismo avanzado, cuyas bases -la burocracia y la interpenetración de estado y corporaciones- ya habían sido descritas por Adorno y Horkheimer, pero que hoy se distingue por su escala global, que lo expande más allá de estados e imperios (1991, págs. xviii – xiv). Asimismo, el autor sostiene que nos tenemos que dar cuenta que estamos *dentro* de la cultura del mercado y de su maquinaria infernal, de la que no nos escapamos fácilmente (Jameson, 1991, pág. 206).

Podemos concluir que todos los autores de esta sección, tanto Horkheimer y Adorno desde la perspectiva de las industrias culturales como el sociólogo brasileño desde la cultura y los medios, y los teóricos literarios que analizan la postmodernidad, vinculan al capitalismo con el consumo y establecen que hoy la cultura es un producto, un objeto de consumo.

I. 1.1.3. GLOBALIZACIÓN Y CONSUMO

Scholte explica que la globalización a gran escala comenzó en 1960 debido a la magnitud que adquirieron las relaciones a través de las fronteras y del espacio. Al referirse a la producción, afirma que las relaciones globales tienden a la acumulación de excedentes, por ejemplo, mediante el consumo y las finanzas. Si bien hay quienes entienden que el capitalismo está en el ocaso, la tendencia antes mencionada “deja al capitalismo tan arraigado como siempre, si no más” (Scholte. 2000, pág. 21). Por su parte, el sociólogo y filósofo de origen polaco Zygmunt Bauman, en su libro *La globalización. Consecuencias humanas*, analiza las consecuencias sociales y culturales de la globalización. Allí sostiene: “Nuestra sociedad es una sociedad de consumo. (...) La formación que brinda la sociedad contemporánea a sus miembros está dictada, ante todo, por el deber de cumplir la función de consumidor” (Bauman, 1999, pág. 106). Bauman también se refiere a la acumulación como característica del capitalismo en la globalización y escribe:

La regla del juego consumista no es la avaricia de obtener y poseer, ni la de acumular riqueza en el sentido material y tangible, sino la emoción de una sensación nueva e inédita. Los consumidores son, ante todo, acumuladores de *sensaciones*; son coleccionistas de *cosas* sólo en un sentido secundario, como subproducto de lo anterior. (1999, pág. 110)

Aquí se ve el paradigma de la acumulación trasladado al ámbito cultural y social, que es característico del capitalismo y del consumo, y que busca generar consumidores impulsivos, quienes continuamente intentan llenarse con cosas para *sentirse* bien.

Zygmunt Bauman ha dedicado su obra a examinar el mundo y la cultura de la modernidad *líquida*, metáfora con la que denomina a la fase actual de la modernidad, ya que considera que lo que la caracteriza es la *liquidez* puesto que “ninguna de las etapas consecutivas de la vida social puede mantener su forma durante un tiempo prolongado” (30 de agosto de 2013, párr. 20). Esta *liquidez* a la que se refiere el filósofo se manifiesta también en la cultura.

Hoy la cultura no consiste en prohibiciones sino en ofertas, no consiste en normas sino en propuestas. Tal como señaló antes Bourdieu, la cultura hoy se ocupa de ofrecer tentaciones y establecer atracciones, con seducción y señuelos en lugar de reglamentos, con relaciones públicas en lugar de supervisión policial: produciendo, sembrando y plantando nuevos deseos y necesidades en lugar de imponer el deber. Si hay algo en relación con lo cual la cultura de hoy cumple la función de un homeostato, no es la conservación del estado presente sino la abrumadora demanda de cambio constante (aun cuando, a diferencia de la fase iluminista, se trata de un cambio sin dirección, o bien en una dirección que no se establece de antemano). Podría decirse que sirve no tanto a las estratificaciones y divisiones de la sociedad como al mercado de consumo orientado por la renovación de existencias.

La nuestra es una sociedad de consumo: en ella la cultura, al igual que el resto del mundo experimentado por los consumidores, se manifiesta como un depósito de bienes concebidos para el consumo, todos ellos en competencia por la atención insoportablemente fugaz y distraída de los potenciales clientes, empeñándose en

captar esa atención más allá del pestañeo. (Bauman, 30 de agosto de 2013, párrs. 24-5)

La globalización que se expande en el marco de lo que Bauman llama *modernidad líquida*³, sin certezas sólidas, genera un estilo de cultura que tiende a borrar fronteras y homogeneizar actitudes y comportamientos siguiendo un patrón marcado por el capitalismo y el consumo, “el objeto de adoración es la riqueza misma, la que asegura un tren de vida extravagante y rumboso” (1999, pág. 125). Este ritmo de vida extravagante, de la acumulación, de la riqueza, del poseer para sentirse bien son aspectos que se refractan en las obras del *pop art* norteamericano.

I.1.2. EL POP ART: CULTURA, CONSUMO Y GLOBALIZACIÓN

No es casual que el comienzo de la globalización a gran escala según Scholte (2000) como resultado, entre otras cosas, del impacto de los medios masivos de comunicación y el desarrollo tecnológico, coincida con la irrupción del arte pop. Si bien hemos delineado algunas características del pop desde uno de sus representantes, Andy Warhol, nos gustaría

³ Ya vimos que los críticos literarios como Eagleton y Jameson prefieren el concepto de postmodernidad.

ahora describir este movimiento. Haremos para ello un breve resumen de aquellos aspectos más característicos y relevantes para este trabajo.

Como primer punto, el pop surge tanto en Estados Unidos como en Inglaterra hacia finales de 1950 y comienzos de 1960 tomando su nombre de la inclusión de y/o referencia a objetos cotidianos, populares. Ya Marcel Duchamp a comienzos del siglo XX había tomado objetos comunes y con tan solo escogerlos, sacarlos de su contexto habitual y renombrarlos, había creado obras de arte (Tate, 2020). El trabajar con temáticas fácilmente reconocibles cuestionaba la originalidad y unicidad del objeto artístico. Tal como explica Livingstone, parecía que la invención se reemplazaba por la copia y que la expresividad propia del arte daba lugar a superficies “anónimas y en algunos casos, hasta fabricadas por máquinas” (2001, pág. 63). Estas cualidades del pop nos recuerdan a lo que sostenía Horkheimer y Adorno, “La cultura marca hoy todo con un rasgo de semejanza” (1994, pág. 165). La cultura, en este caso el arte, al igual que los productos de las máquinas, son todos similares y generan igualdad en aquellos que los consumen. También es relevante señalar la vinculación de algunos de los artistas pop, como Warhol y Lichtenstein, con técnicas comerciales que une nuevamente este arte pop y el consumo. La unión de una técnica despersonalizada y anónima con productos e imágenes de la época es una característica esencial del pop americano (Livingstone, 2001, pág. 67).

Un rasgo esencial en este rasgo de semejanza, la igualdad, era muy propio del momento histórico en el que este nuevo movimiento surgía en Estados Unidos. Había en la sociedad una lucha por igualdad, igualdad entre blancos y negros, que se vio manifestada en el Movimiento de Derechos Civiles que resultara en la firma del Acta de Derechos Civiles de 1964 y en la consecución de un acceso más equitativo a la salud, garantizado por las

conquistas la seguridad social a través de *Medicare* y *Medicaid* en 1965, por citar sólo dos ejemplos relevantes. Eran también los sesenta un momento de gran auge económico debido a crecimiento en la producción, la construcción y la infraestructura experimentado desde los cincuenta, una vez terminada la segunda guerra mundial.

La igualdad entre blancos y negros a las que nos referimos anteriormente estaba estrechamente vinculada a una mayor democratización. Durante el sesenta más personas, entre ellos numerosos negros, habían accedido al derecho al voto. Asimismo, la televisión y los diarios distribuían las mismas noticias y las mismas imágenes, que llegaban incansablemente a gran variedad de hogares. Estas circunstancias generaron una recepción positiva de un arte que se percibía como accesible a todos. El arte pop reproducía las imágenes que la población veía en la televisión, en los diarios o en las publicidades. Inclusive, la obra de algunos artistas evidenciaba los aspectos más oscuros de la sociedad. Claes Oldenburg, por ejemplo, incorporaba desechos y Andy Warhol, dedicó una serie – *Desastres*- a fotografías de explosiones atómicas, sillas eléctricas o calaveras. . El pop integraba la vida, lo cotidiano y el arte, contribuía a la igualdad. Era un estilo que todos entendían, del que todos gustaban, no generaba diferencias, por el contrario, generaba unión entre el experto y el amateur, entre el conocedor y el ignorante, el rico y el pobre. Todos apreciaban la imagen de Marilyn Monroe, todos tomaban Coca-Cola, todos comían hamburguesas, todos le tenían miedo a las armas nucleares.

Ya mencionamos entre las características del arte pop el aparente desinterés por la originalidad y la unicidad de la obra de arte. Livingstone señala que en el pop, la invención estaba siendo reemplazada por la copia sin la expresividad propia de la obra hecha a mano, y que en ocasiones hasta parecía el producto de una máquina. (2001, pág. 63). Ya comentamos

en la introducción que el estudio de Andy Warhol era conocido como “The Factory”, la fábrica, donde un grupo de asistentes colaboraban en la producción de obras que muchas veces daban la impresión de no haber sido tocadas por las manos de un artista, aspecto que demuestra el desinterés de Warhol en la originalidad de sus producciones y el distanciamiento del artista de su obra. El nombre de su estudio evoca la producción en masa y la cultura del consumo tan propias de los sesenta en Estados Unidos.

La reproducción de imágenes tomadas de la publicidad, la televisión, los diarios e inclusive de otras obras de arte, lleva a que el pop sea también una reflexión del arte sobre el arte. La incorporación de pinturas famosas como temática, por ejemplo en *Femme au Chapeau* en la que Lichtestein reproduce la obra de Picasso con colores fuertes y líneas claras, contribuye al cuestionamiento sobre la originalidad y la expresión de la propia personalidad en las obras de arte. Warhol hará lo mismo con objetos de consumo, propagandas y fotos de gente famosa, que abundaban en los medios de la sociedad norteamericana del momento.

Respecto del estilo, los artistas pop utilizan colores puros, muchas veces estridentes. Algunos de ellos imitan el aspecto brillante de las revistas donde aparecían las propagandas que les servían de base para sus composiciones, por ejemplo. Hay también entre los artistas pop del sesenta una tendencia a hacer uso de líneas para definir las imágenes, que muchas veces se muestran en tamaños exagerados, como si estuvieran pensadas para los paneles de propagandas de las autopistas. En numerosos artistas pop se utilizan imágenes definidas, reconocibles y de fácil asociación, que no son producto de la imaginación. La utilización de tanto temas como técnicas comerciales, la serigrafía, por ejemplo, establece la fuerte vinculación entre sociedad de consumo y *pop art*. Otros de los aspectos que ponen en

relevancia la sociedad de consumo son los medios de comunicación, de dónde se obtenía muchas de las imágenes que luego se utilizarían.

Se podría llegar a decir que el pop impone un nuevo tipo de temática, que es la del objeto común, de los productos de consumo. Si se piensa que a lo largo de la historia los temas del arte manifestaban los intereses de la sociedad y vemos la fuerza de lo religioso en la pintura en el medioevo, el retrato de reyes en el Renacimiento, la incorporación de la naturaleza con el romanticismo, sorprende y a la vez no tanto, encontrar una escultura de una hamburguesa o un cuadro de una lata de sopa. La irrupción de un producto en el arte es evidencia de la sociedad de consumo.

I.1.3. ANDY WARHOL Y EL CONSUMO

Arthur Marwick, célebre historiador social británico y profesor de historia en la *Open University*, en su obra *The Sixties. Cultural Revolution in Britain, France, Italy, and the United States, c. 1958 –c. 1974* (*Los sesenta. Revolución cultural en Gran Bretaña, Francia, Italia, y los Estados Unidos, c. 1958 –c. 1974*) sostiene que en ese tiempo en dichos países tuvo lugar una revolución cultural que rompió con los paradigmas anteriores: los sesenta tuvieron “un significado histórico notable ya que lo que sucedió en este periodo transformó

los desarrollos culturales y sociales del resto del siglo” (1998, pág. 5). Entre los desarrollos que caracterizan la época y que resultan relevantes para este trabajo, Marwick lista el estallido del emprendedurismo, el individualismo y el *do your own thing* (“hacé la tuya”); los avances de la tecnología, entre los que destaca la presencia ubicua de la televisión, la radio, la expansión de los vuelos y los objetos de consumo como los electrodomésticos; el gran intercambio cultural; las mejoras materiales que permitieron que la sociedad se transformara en una sociedad de consumo y los originales y sorprendentes desarrollos en la cultura como el *pop art* (1998, pág. 17-19).

El historiador detalla: “Estados Unidos continuaba marcando los estándares de la aplicación de la tecnología, la ingeniería, los “mod cons” [comodidades modernas], y los bienes de consumo en general para la vida diaria” (Marwick, 1998, pág. 80). Es en este marco de consumo y de medios masivos de comunicación cuando surge el *pop art* en Estados Unidos y en Gran Bretaña. Los artistas comienzan a reproducir personajes de historietas, como Roy Lichtentein; imágenes de publicidad, como James Rosenquist; productos de supermercados, como Tom Wesselmann y Andy Warhol; y hasta hamburguesas, como Claes Oldenburg.

Luego de ver una muestra de Lichtenstein y a raíz de una sugerencia, Andrew Warhol (1928 – 1987), de origen eslovaco, comienza a pintar objetos conocidos por todos, objetos de consumo, *ready-made*⁴: latas de sopa Campbell, botellas de Coca-Cola, dólares y luego continúa con personas famosas como Marilyn Monroe o Elvis Presley: “el hilo que cose unas con otras las imágenes elegidas por Warhol para sus trabajos es el consumismo, con su

⁴ El *ready-made* es el objeto fabricado, el objeto encontrado, como opuesto al objeto hecho artesalmente. Como término artístico, el *readymade* describe la obra de arte hecha con objetos fabricados. (Tate, 2020, párr.1)

corolario de totalizadora masificación” (Masoero, 2005, pág. 11). La reflexión sobre la obra de Warhol se acerca a la masificación que denunciaban Adorno y Horkheimer, un consumo que iguala, que homogeneiza. En 1960, Warhol criticó el consumismo reinante y lo asoció con su obra:

Amo América y estos son mis comentarios sobre ella. Mi imagen es una declaración sobre los símbolos de los productos duros e impersonales y los objetos impetuosos y materialistas sobre los que América se edifica hoy. Es una proyección de todo lo que puede ser comprado y vendido, los símbolos prácticos pero transitorios que nos sostienen. (En Livingstone, 2001, pág 78).

La reproducción de figuras y objetos que circulaban por los medios y las vidas americanas del sesenta y la repetición de éstos en sus obras tal como vemos en *Green Coca-Cola Bottles* (Botellas verdes de Coca-Cola) (Warhol, 1962)⁵, haciendo quizás eco de la acumulación propia del capitalismo en la globalización, evidencian el objetivo de Warhol: “desmitificar la pintura, la obra de arte, su originalidad de “pieza única”, en la cual la mano del autor tiene un peso por lo menos igual al de la “idea”. (...) Para él el arte es, en cambio, ‘un producto’” (Masoero, 2005, pág. 10). Con estos conceptos, el de refractar el consumismo de la sociedad y comprender que en ella su arte era un producto, Warhol muestra los acuerdos y conflictos de la sociedad de consumo en Estados Unidos, donde “la representación encontró un nuevo lenguaje (...) esta vez como triunfo absoluto del Objeto, el objeto banal, cotidiano, el producto desechable de la sociedad de consumo en la repetición compulsiva del detalle” (Arfuch, 2008, pág. 209). Este nuevo lenguaje que celebra el consumo, lo reconoce como

⁵ La imagen está disponible en <https://whitney.org/collection/works/3253>

una forma de igualar ricos y pobres, de homogeneizar: así lo afirma el artista cuando sostiene: “Lo verdaderamente grande de este país es que América ha puesto en marcha las costumbres de que el consumidor más rico compre esencialmente las mismas cosas que el más pobre” (Masoero, 2005, pág. 10). La satisfacción del deseo a través de una Coca-Cola es igual para el rico como para el pobre, pero esa satisfacción es instantánea, inmediata y pasajera, después sobreviene otro deseo: “el reflejo consumista es melancólico, supone que el malestar toma la forma de una sensación de vacío, frío, hueco, que necesita llenarse con cosas, tibias, sabrosas, vitales” (John Carroll en Bauman, 1999, pág. 110). Respecto de la sociedad de su época, Warhol sentencia: “En los años sesenta todos se interesaban por todo. Los sesenta eran Algo de Abarrotado. Los sesenta están muy vacíos” (en Masoero, 2005, pág. 13). Warhol es consciente de que la sociedad de televisores y supermercados que consumía y acumulaba, que estaba llena de objetos, *abarrotada*, era en realidad una sociedad vacía. De allí que la celebración del consumo, que se interpreta en la repetición de botellas de Coca-Cola y latas de sopa expuestas como en las góndolas de supermercado, y en las imágenes de celebridades, tal como aparecían una y otra vez en la televisión y los diarios, pueda ser también tomada como un cuestionamiento a tener tanto, a consumir tanto y sentirse insatisfechos, infelices, vacíos.

Bauman sostiene que “Para aumentar la capacidad de consumo, jamás se debe dar descanso al consumidor. Hay que mantenerlo despierto y alerta, exponerlo a nuevas tentaciones para que permanezca en un estado de excitación perpetua; y más aún, de constante suspicacia y de insatisfacción permanente” (1999, pág. 111). Warhol era un especialista para generar nuevos productos y nuevas experiencias. Tal como explica Lucie-Smith en su capítulo Pop Art: “la principal actividad del artista Pop, su justificación, no es

tanto producir obras de arte como darle sentido al entorno, aceptar la lógica que lo rodea en todo lo que él hace” (1990, pág. 232). La lógica del Pop Art está íntimamente unida a su ambiente, a su contexto y el artista se tiene que alinear con las fuerzas que gobiernan el mundo en el que vive.

En 1966, pensando en despedirse de la pintura y dedicarse a cine, Warhol expone en Castelli Gallery, *Cow Wallpaper* (Warhol, 1966) y *Silver Clouds* (Warhol, 1966), que por sus características hacen que la misma galería se transforme en una obra de arte (Ravasi, 2005, pág. 92). Sin embargo, mientras *Cow Wallpaper* (Warhol, 1966) reproducía infinitamente en las paredes una única imagen de una vaca, *Silver Clouds* (Warhol, 1966) consistía en almohadones plateados inflados con helio que flotaban en el aire, especie de esculturas móviles que permitían a los visitantes ser parte de la instalación⁶. En esos años Warhol había demostrado una cierta fijación con el plateado. Cuando en 1963 armó su primer estudio, *The Factory* como lo llamaba el artista, le pidió a uno de sus colaboradores que lo recubriera todo de pintura plateada y papel de aluminio. (Andy Warhol, 2020, párr.10). Además, *Silver Cloud* evoca, además, un modelo de la lujosa marca Rolls-Royce producido en aquellos años por lo que el nombre de esta instalación cambiante y en permanente movimiento se puede asociar también con el consumo y los anhelos de consumo de los americanos en ese tiempo.

⁶ *Silver Clouds* (Warhol, 1966) se puede ver en <https://www.castelligallery.com/exhibitions/andy-warhol8?view=slider>

I.1.4. JEFF KOONS Y EL CONSUMO

El consumo y la acumulación característicos del capitalismo de la globalización que estaba presente en los sesenta y setenta se han perpetuado y los globos de helio siguen simbolizando los deseos y el sueño del tener y poseer algo atractivo. Jeff Koons, también estadounidense y cuya carrera comenzó en los setenta utilizando globos inflables mantiene vivo el recuerdo de Warhol, que es para él “algo parecido a una figura paterna” (Battistozzi, 26 de abril de 2016, párr. 6). La relación entre Koons y el consumo no se debe sólo a que es hoy uno de los artistas vivos que más se cotizan sino también porque de su larga trayectoria, las obras que imitan globos inflables brillantes u objetos brillantes se asocian naturalmente con los gustos de las masas.

Nacido en 1955, Jeff Koons creció en una familia de clase media que disfrutaba de los beneficios de la sociedad de consumo, ya que su padre tenía un local de decoración de interiores. “Mi padre trabajaba duro y yo siempre tuve la sensación de que estábamos escalando – disfrutando de la movilidad social” (The Turnaround Artist, 23 de abril de 2007, párr. 18). Desde joven tuvo un espíritu comercial e inquieto, luego de sus estudios, comenzó trabajando con inflables y espejos, *Inflatable Flower and Bunny* (Flor y conejo inflables) (Koons, 1979)⁷ es un fiel reflejo de estas producciones y una de las obras que él considera más relevantes. Pronto se vio atraído por el acero inoxidable “cuyo brillo impersonal y

⁷ La obra está disponible en <http://www.jeffkoons.com/artwork/inflatables/inflatable-flower-and-bunny-tall-white-pink-bunny>

reflexivo encontró ‘embriagador’” (The Turnaround Artist, 23 de abril de 2007, párr. 28) y en 1986, fruto de la experimentación en acero inoxidable, presenta la serie *Sanctuary* (Santuario), y entre las obras se encuentra *Rabbit* (Conejo), un conejo que recuerdo al de *Inflatable Flower and Bunny*, pero que evoca los conejos hechos con globos en las ferias para niños y es todo plateado y brillante.

La serie *Sanctuary* (Santuario) podría considerarse de suma importancia en la carrera de Koons, ya que es en este material en el que el artista ha continuado trabajando y son estas figuras, las de globos inflables, las que constituyen hoy su sello distintivo. Una serie posterior, *Celebration* (Celebración), vuelve a poner al brillo como protagonista y en ella aparecen *Balloon Dog* (Perro Globo) (Koons, 1994-2000) y *Tulips* (Tulipanes) (Koons, 1995-2004), esculturas de acero inoxidable de un perro, una flor y un tulipán respectivamente, que imitan las formas hechas con globos en las kermesse de los niños. Puesto que Koons en su estudio trabaja con una gran cantidad de colaboradores, al estilo de *The Factory* de Warhol, que llamaba a su estudio *The Factory* (La Fábrica), estas obras se han reproducido durante varios años y han recorrido gran cantidad de museos y ciudades del mundo. Se pueden encontrar, por ejemplo, cuando uno camina por la ciudad de Nueva York, en atrios de edificios corporativos y plazas.

Que Koons sea reconocido por sus esculturas metálicas brillantes reproducidas idénticamente nos permite asociarlo con la industria cultural como la planteaban Adorno y Horkheimer en 1944: “Frente a la actual tregua ideológica, el conformismo de los consumidores, como la insolencia de la producción que éstos mantienen en la vida, adquiere una buena conciencia. Ese conformismo se contenta con la eterna repetición de lo mismo” (1994, pág. 178). Pareciera que el arte de Koons fuese realmente el producto de una línea de

ensamble y que si en el pasado, la obra de arte era valorada por su originalidad, a las masas adormecidas por el consumo, pareciera no importarle. Es tal la cercanía de Koons con el concepto de producción artística como industria que en noviembre de 1988 su serie *Banality* (Banalidad) fue presentada simultáneamente en tres lugares diferentes: Nueva York, Chicago y Colonia. Podemos citar nuevamente aquí a Lucie-Smith cuando se refiere al *pop art*: “La Cultura Pop implica un cambio en actitudes hacia el objeto. Los objetos no son más únicos.” (1990, pág. 233). Desde el comienzo de este estilo, que está íntimamente unido a la fabricación, la moda y la cultura de los medios de comunicación, lo que permite un mayor acceso a objetos e información, ideas como la unicidad de la obra de arte y su originalidad han pasado a un segundo lugar porque lo importante es poder tener acceso a algo, aunque sea repetido, aunque otros también lo posean.

Volviendo a los conceptos de Bauman, dado que el reflejo consumista genera una necesidad que debe satisfacerse y que, para fomentar el consumo, dicha necesidad nunca debe satisfacerse, los autores de la Escuela de Frankfurt ya advertían:

el abultado aparato de la industria de la diversión no hace, ni siquiera en la medida de lo existente, más humana la vida de los hombres. (...) La industria cultural defrauda continuamente a sus consumidores respecto de aquello que continuamente les promete. (Horkheimer y Adorno, 1994, pág. 184)

En la serie *Celebration* (Celebración), la escultura *Diamond* (Diamante) (Koons, 1994-2005)⁸ hace eco en grandes dimensiones de la piedra preciosa. Realizada en cinco “colores únicos” al igual que *Balloon Dog* (Perro Globo) (Koons, 1994-2000) y *Tulips* (Tulipanes)

⁸ La imagen de la obra se puede apreciar en <http://www.jeffkoons.com/artwork/celebration/diamond>

(Koons, 1995-2004), la obra seduce al observador con todo su resplandor⁹. “La obra de Koons, dotada de gran sensualidad y seducción, representa de una manera precisa nuestra era de capitalismo posmoderno, lo que le ha proporcionado una exitosa comunicación con las masas” (Cué, 2016, párr. 1). Sin embargo, el alcance del brillo y la fama de Koons no se limita a las esculturas estáticas. Haciendo eco de los almohadones de Warhol, en 2007 diseñó un gran globo plateado con helio de forma de conejo que atravesó las calles de Nueva York en el desfile del día de Acción de Gracias de *Macy’s*¹⁰. *Macy’s* es una de las grandes tiendas de Manhattan donde el consumo se *celebra* a diario por gran cantidad de compradores que buscan encontrar allí, no sólo todo tipo de productos de marcas globales, sino tal vez también, “la felicidad misma”. El proyecto del gran conejo inflable volvió a repetirse (propio de la industria cultural) en Covent Garden, Londres, en 2009 con motivo de la inauguración de la muestra “Pop Life: Art in a Material World” (“Vida *pop*: arte en un mundo material”) en la *Tate Modern Gallery*.

A la última instancia de repetición que haremos referencia en esta sección es a la reproducción de famosas obras de arte que Koons realizó para la firma *Louis Vuitton* en 2017. Las obras fueron tomadas de su serie *Gazing Ball Paintings* de 2014-2015. El nombre de la serie hace referencia a bolas de cristal que se usaban antiguamente para ornamentar jardines y que Koons utilizó para dos series diferentes: *Gazing Ball Sculptures* de 2013 y *Gazing Ball Paintings* de 2014-2015. En ambas el artista retoma obras de arte icónicas y las reproduce agregándoles una bola de cristal de color azul. En el caso de la serie de 2013, las esculturas

⁹ La imagen de *Tulips* (Koons, 1995-2004) está disponible en <http://www.jeffkoons.com/artwork/celebration/tulips-0> y Balloon Dog (Koons, 1994-2000) en <http://www.jeffkoons.com/artwork/celebration/balloon-dog-0>

¹⁰ La imagen de la instalación está disponible en <http://www.jeffkoons.com/artwork/projects/rabbit-%E2%80%93-macys-thanksgiving-day-parade-balloon>

están reproducidas en blanco y sobre ellas se sitúa la esfera. Hay también representaciones de objetos comunes como un muñeco de nieve con una bola sobre su brazo. En las obras de 2014-2015, Koons reproduce pinturas icónicas, como *Almuerzo en la hierba*, sin respetar el tamaño o la perspectiva original y proyecta de ellas una especie de estante que sostiene la bola y en parte refleja la pintura y en parte al observador de la misma, quien experimenta una sensación de intensidad visual y establece un diálogo con la obra (Cué, 2016, párr. 10) En estas series, Koons supera las tensiones entre las grandes obras de arte y los objetos cotidianos, ya que los fusiona en sus obras y crea una nueva experiencia visual, que es lo central de su arte.

La firma *Louis Vuitton* tomo seis pinturas reproducidas por Koons, entre las que se encuentran *Joven recostada*, de François Boucher y *Almuerzo en la hierba*, de Edouard Manet. La pintura recubre la cartera, lleva el nombre del artista y, al monograma de la marca, se le agrega un monograma similar con las iniciales JK. Como sello de Koons, también se le suma una etiqueta con la figura de su famoso *Rabbit*¹¹. El hermanarse de esta manera con una marca tan exclusiva entroniza a Koons, ya que su arte también es consumido como moda y llevado a la calle por mujeres que aspiran a vivir la sensación del lujo. Sobre esta alianza con *Louis Vuitton*, Koons comenta: “Busco elegir colaboraciones donde ambos realmente creamos en el compromiso con el observador – donde puedas comunicar que por lo que realmente te interesas es por ellos” (Tarmy, 3 de noviembre de 2017, Párr.4). Koons siente que su arte y la exclusiva tienda tienen mucho en común, principalmente el interés en el observador, el consumidor, el cliente. Luego agrega:

¹¹ Imágenes que ilustran la obra de Koons y las carteras Louis Vuitton están disponibles en la página del fotógrafo canadiense Lewis Mirrett: <http://www.lewismirrett.com/louis-vuitton-jeff-koons>

Pero su verdadero valor [el del arte] es cómo excita y estimula a la gente y les permite ser conscientes de una vida más amplia. (...) ¡Espero que las obras sean atractivas! El deseo es una sensación muy interesante. Procuero incorporar el deseo en el arte mediante el uso de la reflexión, como un medio para un tipo de excitación. (Tarmy, 3 de noviembre de 2017. Párrs. 6-7)

Con estas declaraciones, Koons personifica al consumo descrito por Bauman: sus producciones tienen que ser atractivas y generar deseo en las personas para que quieran verlas o comprarlas. La excitación que busca despertar es la que el sociólogo detalla como “la emoción de una sensación nueva e inédita” (Bauman, 1999, pág. 110). ¿Qué es lo que Koons entiende como reflexión? Eso no resulta claro. Podríamos citar aquí el artículo de *New Yorker*: “Se puede sostener que no existe una conexión real entre la obra de Koons y lo que él dice sobre ella” (The Turnaround Artist, 23 de abril de 2007, párr. 33). Lo que sabemos que es relevante para el artista es la comunicación de emoción y energía en su obra, su obra tiene que despertar alguna reacción en el espectador, tiene que ser atractiva.

La serie *Celebration* (Celebración) y su alianza con *Louis Vuitton* evidencian la relación que existe entre Koons y el consumo. La pregunta que naturalmente surge al ver sus producciones es si éstas celebran o cuestionan el consumo. Teniendo en cuenta el nombre de la serie, *Celebración*, lo atractivo de sus colores y materiales, y de cómo estos se perpetuaron en creaciones posteriores pareciera que las esculturas son pensadas como objetos de consumo para agradar y atraer a todos, para ser deseadas y crear sensaciones placenteras. Debido a su instinto comercial, Koons aprovecha su creatividad para ponerla al servicio del consumo y proponer así arte que va a ser disfrutado por todos:

Pese al rótulo comercial pegado en su frente, Koons está usando su influencia y recursos para llevar el arte a una mayor audiencia, donde no son necesarios conocimientos previos, educación o interconexión. Al crear obras estéticamente agradables, modeladas impecablemente y conjugadas con emoción, Koons explota una mayor audiencia, expandiendo el alcance del arte. (Lesser, 1 de julio de 2014, párr. 5)

Esta caracterización, que tiene ecos democráticos e inclusivos, lo vuelve a situar en el área del consumo, tal como describe Bauman: “el bien consumido debe causar una satisfacción inmediata, sin requerir la adquisición previa de destrezas ni un trabajo preparatorio prolongado” (1999, pág. 108). El objetivo es producir atracciones. Inclusive, la incorporación de renombradas obras de la historia del arte en el diseño de carteras evidencia el entrecruzamiento en el *high art* y la moda, la cultura popular, algo también característico del *pop art*. El *high art* ya no es propiedad de unos pocos entendidos, se puede usar y comprar en las tiendas.

El llevar arte a todo el planeta, el hacer cosas fácilmente identificables –a la manera de Warhol- pero volverlas más atractivas parte de la concepción de una audiencia más homogénea en la sociedad de consumo global, que se inclina por el tener y por las sensaciones placenteras. Este mundo real de la globalización en la que estamos inmersos y los patrones culturales, como el consumo, que se expanden de manera global son proyecciones de patrones de la vida cultural de Estados Unidos de los sesenta. La búsqueda del tener y del dinero son parte de nuestra sociedad global.

I.2. JEFF KOONS Y LA CELEBRACIÓN DE LO NORTEAMERICANO

En su obra, Jan Scholte se refiere al problema de la (in)seguridad en la globalización y evalúa diversos aspectos de éste, como el militar o el ecológico. Menciona que mientras la expansión del libre comercio y la democracia es considerada por algunos como causa del cese de conflictos armados entre países, la perspectiva pesimista sobre la seguridad en la globalización señala que el fenómeno ha promovido “intolerancia y violencia – manifestadas en el ultranacionalismo, el racismo, el fundamentalismo religioso y el terrorismo” (Scholte, 2000, pág. 26).

Por otra parte, al hablar de una globalización negativa, Bauman describe:

Si en un principio la idea de una “sociedad abierta” representó la autodeterminación de una sociedad libre orgullosa de su apertura, hoy evoca la experiencia aterradora de una población heterónoma, desventurada y vulnerable, abrumada por (y quizás supeditada a) fuerzas que ni controla ni entiende del todo; una población aterrorizada por su misma indefensión y obsesionada con la eficacia de sus fronteras y la seguridad de la población que habita dentro de las mismas. (2008, pág. 16)

Fue casualmente la libre circulación y el libre intercambio de la globalización lo que motivó la “experiencia aterradora” de sentirse que ya no se tiene control sobre el territorio dado que según el autor “es imposible obtener (y menos aún garantizar) la seguridad de un solo país (...) por sus propios medios” (Bauman, 2008, pág. 16). El filósofo polaco explica que, si bien la globalización ha abierto las fronteras, esto ha generado temores en la población

que se siente desprotegida en su territorio, presa del terrorismo, por ejemplo, que ha adquirido nuevas características.

I.2.1. EL TERRORISMO GLOBAL

El 11 de septiembre de 2001 la imagen de dos aviones colisionando contra las Torres Gemelas de Minoru Yamasaki en el corazón de Nueva York llegaba a todos los rincones del planeta. El atentado perpetrado por un grupo talibán puso en evidencia que ya no se necesitaban grandes ejércitos y armamento para atacar al enemigo, se podían utilizar sus propias armas, sus propios recursos y hasta sus propios ciudadanos para combatirlo. El terrorismo puede definirse como “un mecanismo político que usa la violencia para llegar a ciertos fines” y tiene “el objetivo de crear una atmósfera de terror” (Revilla Montoya, 2005, pág. 406). En el caso de los ataques del 11 de septiembre, el uso de la violencia por parte de los terroristas provocó no sólo grandes daños en edificios emblemáticos del país del norte como era el *World Trade Center*, que ostentaba el poder económico, y el Pentágono, el centro neurálgico del poder militar; sino que también generó un gran sentimiento de vulnerabilidad

y desprotección por parte de la población estadounidense¹². El terror había quedado efectivamente sembrado y el entonces presidente, George W. Bush, declaró la “guerra contra el terror” y definió la nueva forma de terrorismo al culpar a los que el gobierno consideraba responsables de los atentados:

un grupo de organizaciones terroristas de afiliación imprecisa conocido como al Qaeda. (...) Este grupo y su líder, una persona llamada Osama bin Laden, están vinculados a muchas otras organizaciones de distintos países, entre ellas la Yihad Islámica egipcia y el Movimiento Islámico de Uzbekistán. (...) Hay miles de estos terroristas repartidos en más de 60 países. Son reclutados en sus propias naciones y vecindarios y se les lleva a campamentos en lugares como Afganistán, donde son entrenados en las tácticas del terror. Luego se les envía de vuelta a sus casas o a ocultarse en países de todo el mundo para urdir el mal y la destrucción. (Discurso íntegro de George W. Bush, 21 de septiembre de 2001, párrs. 15-19)

Con sus palabras, Bush caracteriza al terrorismo de la nueva era: un grupo de organizaciones de diversos países, vinculadas entre sí, que reclutan terroristas y los entrenan, con el objetivo de imponer sus creencias a través de la violencia. Hasta ese momento se hablaba del terrorismo internacional, esto es:

la transnacionalización del terrorismo y su patrocinio estatal para incidir sobre la estabilidad de otros países o sobre el modo en que se ordena regiones enteras del planeta (...) cuando un Estado financia grupos asimétricos para que éstos cometan acciones terroristas en otro Estado. (Revilla Montoya, 2005, pág. 410)

¹² Seguiremos en este trabajo la versión hasta ahora oficial del gobierno estadounidense.

A partir del 2001, desaparece el patrocinio estatal (si bien, naturalmente algunas células se encuentran alojadas en países y evidencian afinidades religiosas fundamentalistas) y los terroristas se vuelven ubicuos. Es más, con el correr del tiempo, asistimos a la desprofesionalización del terrorismo. El geopolitólogo Alexandre del Valle afirma: "Hay un doble fenómeno de autonomización y de globalización del terrorismo, caracterizado por su desprofesionalización y su expansión viral" (en Corradini, 28 de mayo de 2017, párr. 4). En la actualidad, cualquier punto del planeta es susceptible a sufrir un ataque terrorista llevado a cabo por los llamados lobos solitarios que no pertenecen a organizaciones terroristas y existen "diversidad de perfiles y métodos que van desde el militante en misión al enfermo mental que utiliza los argumentos de moda para justificar sus actos. De la célula organizada al desequilibrado que compra un machete y ataca a un militar en plena calle" (Corradini, 28 de mayo de 2017, párr. 14). El terrorismo internacional se ha difundido debido a los avances tecnológicos, a la mayor interconexión e interdependencia propia de la globalización, y a la existencia de actores que en un impulso se unen al culto a la violencia. Estos factores dejan a los ciudadanos del mundo vulnerables a ataques y, poco a poco, acostumbrados a la violenta amenaza terrorista.

Un eslabón más en la cadena de ataques terroristas perpetrados por pequeñas células fue el que tuvo lugar el 13 de noviembre de 2015 en París cuando tres grupos coordinados entre sí atacaron diferentes puntos de la capital francesa dejando un saldo de 130 muertos y 352 heridos. Uno de los objetivos terroristas fue el teatro *Bataclan*, donde murieron 89 personas. El atentado fue reivindicado por el Estado Islámico en un momento en que Francia integraba una coalición junto a Estados Unidos para luchar contra la organización fundamentalista yihadista en Siria e Irak, considerados territorios de influencia de la organización. Al igual

que lo que se dio a conocer en los atentados del 2001, el enemigo pertenecía a una facción fundamentalista musulmana vinculando nuevamente el terrorismo y el fundamentalismo religioso.

I.2.2. LA OFRENDA DE KOONS

El 21 de noviembre de 2016, poco más de un año después de los atentados de París, la Embajada de Estados Unidos en Francia emitió un comunicado de prensa titulado “U.S. Artist Jeff Koons Offers *Bouquet of Tulips* to the City of Paris and the People of France as a Symbol of Friendship” (“El artista estadounidense Jeff Koons ofrece *Bouquet of Tulips* a la ciudad de París y al pueblo de Francia como un símbolo de Amistad”). En dicho comunicado se daba a conocer que al conmemorarse 130 años del regalo de la *Estatua de la Libertad* por parte del pueblo francés a los Estados Unidos, símbolo de amistad entre Francia y Estados Unidos, tanto la embajadora de ese país en Francia, Jane D. Hartley, como el artista Jeff Koons, querían rendir homenaje a la larga alianza entre ambos países y se utilizaba la conmemoración de los atentados como excusa para el presente.

Hartley destacaba que:

Francia y los Estados Unidos comparten una creencia profundamente arraigada en el principio universal de la libertad. A lo largo de la historia cuando uno de nosotros ha enfrentado desafíos, el otro ha sido solidario y lo ha apoyado. El arte es una herramienta poderosa que une a personas de toda edad, color, credo, circunstancia y orígenes. Es una fuente de inspiración y esperanza para el futuro. (U.S. Artist Jeff Koons, 21 de noviembre de 2016, párr. 4)

El país que había sufrido el primer ataque terrorista de las células fundamentalistas del siglo XXI se solidarizaba con su aliado que había sufrido el mismo flagelo. Para ello hacía uso del arte, que une a personas de diversos pueblos, en contraposición al terrorismo, que divide, fragmenta y genera temor. De la misma manera que Francia había plantado en suelo norteamericano la estatua *Libertad iluminando al mundo* en el siglo XIX para simbolizar que la libertad iluminaba la democracia y la justicia y que no era un escudo para imponer ideologías y divisiones, Estados Unidos ofrecía hoy una evocación a dicha idea de libertad, plantando la obra de Koons en la capital francesa.

El ofrecimiento del artista era el de la idea original de la obra *Bouquet of Tulips* (Koons, 2016-2019)¹³: un ramo de tulipanes, imitando globos gigantes al estilo de los que Koons habitualmente produce, pero sin metalizar; sostenidos por una mano que recuerda a la de la *Estatua de la libertad*. El comunicado también cita a Koons haciendo referencia a que el ramo de flores, además de tener relación con la famosa estatua, guarda relación con pintores universales y franceses, como Picasso y Monet (U.S. Artist Jeff Koons, 21 de noviembre de 2016, párr. 3). Recordemos que el diálogo entre icónicas obras de arte y sus producciones es

¹³ La obra se puede ver en <http://www.jeffkoons.com/artwork/bouquet-of-tulips>

algo recurrente entre los artistas *pop*, aunque en ocasiones las relaciones que se establecen entre ellas no resulten tan evidentes. A propósito de la ofrenda floral, Koons explica:

Bouquet of Tulips [(Ramo de Tulipanes)] fue creado como símbolo de rememoración, optimismo y superación de los horribles eventos que ocurrieron en París un año atrás. (...) Las flores se asocian con optimismo, resurgimiento, la vitalidad de la naturaleza y el ciclo de la vida. Ellas son un símbolo de que la vida continúa. (en U.S. Artist Jeff Koons, 21 de noviembre de 2016, párr. 3)

Koons, a través de su arte colorido y que evoca un símbolo de libertad, quiere llevar a los franceses un mensaje positivo de esperanza en el futuro, de fe en la capacidad del pueblo francés de superar las dificultades.

Sin embargo, el ofrecimiento tenía sus condiciones. La idea sería donada por el artista, pero éste determinaría el lugar donde sería colocada la obra final de 33 toneladas: la plaza de Tokio de París, entre el *Musée d'Art Moderne de Paris* y el museo *Palais de Tokyo*¹⁴. Asimismo, se debería procurar recolectar los fondos para financiar la construcción y el traslado, que se llevaría a cabo desde Alemania a cargo de *Noirmontartproduction*, representante de Jeff Koons para este proyecto. Estos requerimientos y el estilo de la obra desataron controversias en la capital francesa. Primero, se sostenía que el sitio elegido era emblemático del arte francés y sería *invadido* por los colores estridentes del norteamericano. Segundo, el lugar del memorial se encontraba lejos de los sitios donde habían ocurrido los ataques; sería más lógico, argumentaban, ubicarlo en alguno de los puntos de los atentados.

¹⁴ Sede del museo de arte moderno de Paris

Tercero, la oferta implicaría un serio gasto (unos \$4,3 millones de dólares) para el bolsillo de los franceses (Cascone, 25 de enero de 2018)

A estos argumentos se sumaban las voces de personas vinculadas al arte del país galo. Stéphane Corréard, director de *Galeristes*, una comunidad que agrupa artistas, coleccionistas y galerías de arte, declaró: “La práctica actual de Koons está más cerca del entretenimiento y la especulación que lo que yo llamo – y creo que la mayoría de los franceses llamarían ‘arte’”, “Instalar una escultura como esa al frente del museo [*Palais of Tokyo*] no tendría sentido, sería como poner una estatua de Ronald McDonald al frente de un restaurante gastronómico” (en Cascone, 25 de enero de 2018, párr. 2). Situar al *pop art* cerca del entretenimiento no es casual, cierto es que desde sus comienzos este estilo incorporó elementos de la cultura de masas, asociados al entretenimiento y distanciados del academicismo. También es cierto que sea por la elección de colores vivos, por incorporar elementos cotidianos en el arte o por la simpleza de la imagen, esta obra del *pop art* parece separarse del concepto de *high art*, al que se apega Cascone y aparentemente también, el pueblo francés. Este comentario se relaciona con las experiencias anteriores del público de ese país con Koons: la exitosa retrospectiva en *The Centre Pompidou* en 2015 y la controvertida muestra en el Palacio de Versalles en 2008, que desató polémica entre los conservadores al ver que el arte contemporáneo norteamericano se entrometía en la identidad y el patrimonio francés.

Aquí podemos volver a citar a Adorno y Horkheimer, que vinculan las industrias culturales con el entretenimiento: “La industria cultural puede vanagloriarse de haber llevado a cabo con energía y de haber erigido en principio la, a menudo, torpe transposición del arte en la esfera del consumo y de haber liberado a la diversión de sus ingenuidades más molestas

y de haber mejorado la confección de las mercancías” (Horkheimer y Adorno, 1994, pág. 179). La mirada de Corréard pareciera reconocer en la obra de Koons un producto de la industria cultural asociado a la esfera del consumo por dos elementos. Primero, al darle a la obra el tinte de entretenimiento: en las industrias culturales arte, cultura y diversión no son irreconciliables. Segundo, al relacionar *Bouquet of Tulips* (Koons, 2016-2019) con Roland McDonald, símbolo de la cadena americana de restaurantes de comida rápida, donde todos los platos son iguales con pequeñas variaciones según el lugar donde se encuentren, muy diferentes a los restaurantes gastronómicos, que prestan cuidadosa atención a cada uno de sus menús y platos. Corréard encarna la desconfianza de la cultura tradicional hacia la cultura industrializada que es explicada también por los filósofos: “Reducidas a mera añadidura, las obras de arte pervertidas son secretamente rechazadas por los que disfrutaban de ellas” (Horkheimer y Adorno, 1994, pág. 206).

Otra voz que rechazaba la donación es la de la celebrada artista francesa Tania Mouraud, quien sostenía que la costumbre después de una tragedia es dejar flores en el piso “humildemente, en un gesto de tristeza y respeto”, pero que en este caso hay “una instalación triunfante con una estética de Disneylandia, sin ningún sentido” (en Cascone, 25 de enero de 2018, párr. 3). Para Mouraud, el gesto de Koons denotaba altanería, estridencia y soberbia, no generaba el sentimiento de hermandad y solidaridad que exponía la embajadora. El hecho que la pose de la mano recuerde a la *Estatua de la Libertad* y que la mano sostenga las flores en alto puede entenderse como un gesto más cercano al triunfo –el triunfo de la libertad y de la vida, a lo que Koons quiere referirse- que al dolido homenaje luego de una tragedia –que es lo que la artista francesa espera. Así mismo, hay nuevamente una asociación entre la obra de Koons y el entretenimiento y lo comercial. De hecho, las habilidades comerciales de Koons

comenzaron a fines de los setenta cuando trabajaba como vendedor de entradas en el *MoMA* donde logró duplicar el número de miembros (*The Turnaround Artist*, 23 de abril de 2007, párr. 25) y se consolidaron durante los ochenta en su trabajo como corredor de bolsa en Nueva York (Olascoaga, 2019, párr.9)

Ante la controversia, la compañía encargada de producir la obra, *Noirmontartproduction*, emitió un comunicado haciendo aclaraciones sobre la cuestión. Puntualiza cómo la obra hace referencia a la pérdida de las personas y la tristeza explicando que las flores del ramo son once, no doce, número que evidencia que está incompleto, que falta algo (Dafoe, 29 de enero de 2018, párr. 7). Este juego con el número ha sido utilizado otras veces en Koons para evocar una pérdida: en la serie “Celebration”, *Bowls of Eggs* (Bol de huevos) muestra once huevos y no doce haciendo referencia a la disputa por la tenencia de su hijo, que vivía con su madre en Italia.

El comunicado también clarifica que la idea del obsequio fue de la embajadora y ella lo propuso a Koons, que el artista modificó las dimensiones de la obra para respetar el diseño del lugar donde sería colocada (aprobado por la alcaldesa de París), que el dinero para la financiación de la misma provino de donaciones de franceses y americanos, y los beneficios del copyright se entregarán a los familiares de las víctimas. El texto concluye con el motivo de la comunicación: el anhelo de que “Concebido como un gesto de amistad y unión, ¡el Bouquet of Tulips de Jeff Koons no puede transformarse en un signo de discordia!” (Dafoe, 29 de enero de 2018, párr. 14). Para poner fin a la controversia, el gobierno de París finalmente aceptó la ofrenda de Koons, *Bouquet of Tulips*, financiandola únicamente con capital privado e instalándola detrás del *Petit-Palais*, el museo de bellas artes de Paris, un emplazamiento de menor relevancia que el pretendido por el artista.

Lo que no resulta sorprendente son las actitudes que la obra ha despertado entre los franceses y su eco en el mundo. Las discusiones no sólo están relacionadas al concepto de arte, como lo planteaba Stéphane Corréard, sino que se hunden en problemáticas propias de la cultura en la globalización.

Vimos a comienzos del capítulo que la desterritorialización lleva a que los productos culturales sean consumidos en un mercado global, dejando sus raíces, y que el posterior proceso de reterritorialización resulta en un consumo desde lógicas locales. El teórico cultural Stuart Hall sostiene que los signos “son usados para simbolizar, estar por o referenciar objetos, personas y acontecimientos en el llamado “mundo real” – así como emociones, imágenes e ideas abstractas que no tienen una forma material” (en Arfuch, 2008, pág. 209). Las palabras de Stuart Hall aclaran el conflicto despertado a raíz del obsequio estadounidense: la obra de arte de Koons que sugiere se instale en el corazón artístico parisino y francés muestra la intromisión del estridente, cotidiano y liviano arte *pop* norteamericano que, al estar instalado lejos de los puntos de los ataques, se va lavando de su tinte de ofrenda ante el dolor y se levanta como gesto triunfal del arte *pop*, un arte que evoca fuertemente lo norteamericano que en ese contexto tiene un tinte más americanista que globalista. Desde esta perspectiva, comentarios como “pertenece a la Torre Trump” o las referencias a *McDonald's* y Disneylandia prueban la identificación del arte de Koons con lo norteamericano. A esta mirada de la obra de Koons como ajena se le suma la aparente disociación de sus cualidades con la tragedia terrorista, que sugiere usar el dolor y temor del pueblo francés y el valor de la libertad como pretextos para invadir un núcleo artístico típicamente francés, como es el *Petit-Palais* con un gesto triunfal y celebrativo.

I.3. CONCLUSIONES

En la era de la globalización, el capitalismo y el consumo se han expandido como patrones mundializados de la cultura y con ellos las industrias culturales han florecido generando consumidores globales de sus productos, como es el caso de las obras de Jeff Koons, que en este marco contribuyen a dotar la globalización de un tinte marcadamente norteamericano, no sólo por las inclinaciones estéticas, sino también por los valores que promulgan. Sin embargo, tal como expresa Ortiz, el conjunto homogéneo de consumidores se encuentra distribuido en diferentes lugares, lo que implica “una multiplicidad de visiones del mundo” (2008a, pág. 106). Esta diversidad de miradas hace que la economía y la tecnología sean globales, pero que la cultura no pueda ser considerada de la misma manera: “la mundialización/globalización es simultáneamente una y diversa” (Ortiz, 2008a, pág. 106) porque el espacio sigue existiendo y los individuos interactúan desde su espacio y su cultura propios. De allí los problemas que se derivaron de *Bouquet of Tulips* (Koons, 2016-2019), cuando una obra de arte que pareciera estar hecha para los consumidores globales todos, víctimas del terrorismo global, fue cuestionada por ser tener un mensaje poco condoliente a ojos de observadores franceses.

No obstante, la controversia de París es un pequeño escollo en la trayectoria de Koons, quien goza de fama internacional gracias a encarnar en sus brillantes esculturas -y en su variedad de productos, que incluyen entre otras cosas, carteras- los ideales de la sociedad de consumo global que Adorno y Horkheimer vislumbraron en sus comienzos, Eagleton y Jameson

caracterizan al hablar de postmodernismo y que Bauman describe con exactitud¹⁵. La fama de Koons evidencia que en nuestro mundo globalizado la cultura es efectivamente una mercancía y que como producto es parte de los procesos de la economía mundial.

¹⁵ Incorporaremos la mirada de la religión sobre la mirada del consumo en el capítulo II.

II. MUNIZ Y LOS CONFLICTOS DE LA GLOBALIZACIÓN

II.1. GLOBALIZACIÓN, HOMOGENEIZACIÓN Y FRACTURAS

Si bien al comenzar el capítulo I ya nos referimos a la globalización, ésta presenta variadas caras por lo que puede ser aproximada desde diferentes perspectivas. En la primera parte nos concentramos en globalización como occidentalización/americanización haciendo referencia a cómo el fenómeno contribuía a expandir un modelo cultural estructurado desde el capitalismo y el consumo a la manera de los Estados Unidos. Allí tomamos el concepto de *McDonaldización* de Rolando Costa Picazo, quien equipara la globalización con una americanización, haciendo eco de la idea de globalización como la imposición del modelo capitalista representado por la ubicua cadena de comida rápida *McDonald's*, que el autor toma como símbolo de esta expansión de un modelo típicamente americano, que no respeta identidades regionales, nacionales ni locales.

Una cultura global se opone a una cultura regional. Busca imponer un denominador común que, inexorablemente, resulta ser estadounidense. Globalización y americanización son, en definitiva, sinónimos. (Costa Picazo, 2001, pág. 25)

Ezequiel Ander-Egg, filósofo argentino con larga trayectoria en trabajo social, también adhiere a la perspectiva anterior y considera que la globalización es “un proceso que se erige sobre la base de relaciones asimétricas”, es decir que hay países que globalizan y otros que son globalizados mediante un proceso realizado dentro de la lógica del sistema capitalista (Ander-Egg, 2010, págs. 29-30). Para el autor, dentro de los principios operativos de la globalización que él denomina neoliberal, se encuentra:

Consumir con opulencia, para dinamizar el mercado y “tener” cosas, símbolo de estatus social o, lo que es lo mismo, de éxito en la vida. Fromm [Erich Fromm] define a los seres humanos con la fórmula siguiente: *yo soy = lo que tengo y lo que consumo*. Esto ha llevado a millones de personas a una especie de obsesión patológica por consumir más para ser feliz. Un aspecto particular de la perversidad de la lógica del capitalismo es el de producir nuestras necesidades no para el desarrollo humano sino para la expansión del mercado. (Ander-Egg, 2010, págs. 37-38)

Es relevante lo mencionado anteriormente ya que refuerza la posición de Bauman sobre la lógica del consumo en la globalización, si bien tanto Costa Picazo como Ander-Egg vinculan el modelo de globalización no sólo con el capitalismo sino con el modelo cultural estadounidense. Ander-Egg coincide con Bauman al precisar que la globalización es “**la realidad en la que estamos metidos**, dentro de un sistema-mundo que engloba a la mayor parte de los países, influyendo en lo económico, lo político, lo cultural y lo social” (Ander-Egg, 2010, pág. 41).

Desde otro lugar de enunciación diferente, Thomas Friedman, el columnista del *New York Times* sobre asuntos exteriores, globalización y tecnología, sostiene que esta *realidad en la que estamos metidos* se entiende mejor desde la metáfora “la Tierra es plana”

hacia el año 2000 entramos en una nueva era, la Globalización 3.0, que está encogiendo la talla del mundo de pequeña a diminuta, y aplanando el terreno de juego al mismo tiempo. (...) la fuerza dinámica de la Globalización 3.0, o sea, el rasgo que le confiere su carácter único, es el recién hallado poder de los *individuos* para colaborar y competir a escala global. Y la palanca que está posibilitando que los individuos y grupos se globalicen con tanta facilidad y homogeneidad no son ni los

caballos de potencia ni los soportes físicos, sino los programas informáticos (toda clase de aplicaciones nuevas) unidos a la creación de una red global de fibra óptica que nos ha puesto a todos puerta con puerta. (Friedman, 2008, pág. 20)

El autor norteamericano caracteriza a la globalización como un proceso actual que ha empequeñecido al mundo, lo ha hecho más interconectado y más semejante, homogéneo, gracias al desarrollo de la tecnología, y ha posibilitado a un mayor número de personas participar activamente en él. Su postura tiene como rasgo particular la empoderación del individuo, quien gracias a “una red global de fibra óptica” puede conectarse y participar de lo que él denomina el terreno de juego *aplanado*, un mundo de igualdad de oportunidades para todos:

porque la Globalización 3.0 aplanar y encoge el mundo, cada vez más estará impulsada no ya por individuos en general, sino por un conjunto mucho más variopinto (no sólo blancos, no sólo occidentales) de individuos de todos los rincones de esta Tierra plana, que ya están dotándose de poder. La Globalización 3.0 hace posible que mucha más gente se conecte y entre en la partida, y vamos a ver todos los colores del arco iris humano participar en ella. (Friedman, 2008. Pág. 21)

Friedman propone un terreno aplanado donde todos compiten por igual y donde cada individuo, ahora de orígenes más diversos que antes, decide cómo utilizar esta realidad para su propio beneficio. Sin embargo, su optimismo presenta grandes desafíos para la comunidad mundial, ya que este *aplanamiento* del campo de juego económico necesita y provoca una *reorganización* de modos de producción, de conocimientos, de organismos, de identidades. En el capítulo “La Gran Reorganización” explica que el origen de este *aplanamiento*, “el

inexorable avance de la tecnología y del capital hacia la eliminación de todas las barreras, fronteras, fricciones y restricciones del comercio global” ya había sido publicado en 1848 por Karl Marx y Friedrich Engels, en el *Manifiesto comunista*, donde hablaban del capitalismo: “el *Manifiesto comunista* describía el capitalismo como una fuerza que disolvería todas las identidades feudales, nacionales y religiosas, para dar lugar a una civilización universal regida por los imperativos del mercado” (Friedman, 2008, pág. 215). En este punto el análisis económico de Friedman establece una vinculación muy estrecha entre la globalización y la expansión del capitalismo: el terreno que ha sido aplanado, las fronteras han sido eliminadas por la fuerza del capital en interacción con los desarrollos tecnológicos y de las comunicaciones. Friedman cita el *Manifiesto comunista* porque se sorprende de la capacidad de Marx y Engels de vislumbrar las fuerzas que ya en la época de la Revolución Industrial comenzaban a *aplanar* la tierra.

La necesidad de encontrar mercados espolea a la burguesía de una punta a otra del planeta. Por todas partes anida, en todas partes construye, por doquier establece relaciones. La burguesía, al explotar el mercado mundial, da a la producción y al consumo de todos los países un sello cosmopolita. (...) Brotan necesidades nuevas que ya no bastan para satisfacer, como en otro tiempo, los frutos del país, sino que reclaman para su satisfacción los productos de tierras remotas. Ya no reina aquel mercado local y nacional que se basta a sí mismo y donde no entraba nada de fuera; ahora la red de comercio es universal y en ella entran, unidas por vínculos de interdependencia, todas las naciones. (...)

La burguesía, con el rápido perfeccionamiento de todos los medios de producción, con las facilidades increíbles de su red de comunicaciones, lleva la civilización hasta a

las naciones más salvajes. (...) Crea un mundo hecho a su imagen y semejanza. (en Friedman, 2008, págs. 215-216)

La claridad con la que este extracto del *Manifiesto* describe la Tierra plana de la globalización caracterizada por Friedman es llamativa. Primero, menciona la expansión del mercado, que con la fuerza del liberalismo en el siglo XIX empezaba a llegar a todos los rincones del planeta. Segundo, menciona la importancia del consumo, de las nuevas necesidades que éste genera para promover la producción y que hemos visto que es tan característico de este fenómeno. Tercero, identifica la interdependencia e interconexión que el mercado y la economía van creando entre los pueblos: la red de comercio universal, global. Cuarto, describe la semejanza que el mercado y el consumo van generando en los diferentes lugares del planeta, donde debido a la irrupción del comercio, lo local va cediendo ante – o en el mejor de los casos, interactuando con - lo universal, lo global. Vemos este doble juego – uno de los muchos de la globalización- entre el sello cosmopolita que dan los nuevos productos y la uniformidad que éstos generan al ser consumidos de igual manera en diversas partes del mundo.

En este mismo apartado Friedman cita una conversación con un teórico político de la Universidad de Harvard, Michael Sandel, quien le marca la relación entre el pensamiento del periodista y el contenido del *Manifiesto comunista*. Pero Sandel le advierte sobre los peligros de este aplanamiento en el que van desapareciendo tradiciones, productos, instituciones, culturas que reflejan valores y que son referentes de culturas y personas. Al respecto le dice: “es posible que por el camino perdamos algo que es importante” (en Friedman, 2008, págs. 215-216). Pareciera que Sandel hace eco del pensamiento de Costa Picazo y Ander-Egg, quienes no ven en la universalización y la internacionalización de la globalización un terreno

nivelado, sino por el contrario, grandes diferencias entre principalmente dos grupos: los que globalizan, los que marcan todo “con un rasgo de semejanza”, y los que son globalizados, cuyas economías e identidades locales y regionales quedarían amenazadas por el impulso globalizador, lo que en ese camino pueden ir perdiendo algo importante.

Sin embargo, no todos los autores afirman esta homogeneidad y este aplanamiento de la globalización que pareciera extenderse de igual manera a lo largo y ancho del planeta. Néstor García Canclini, doctor en filosofía argentino de amplia trayectoria en estudios sobre cultura e identidad, sostiene “las migraciones, las fronteras permeables y los viajes hablan de desgarramientos de lo que en la globalización hay de fracturas y segregaciones” (García Canclini, 2005. Pág. 1). García Canclini adhiere a la propuesta de un mayor intercambio, las fronteras permeables, y comunicación de la tierra plana de Friedman, pero también alerta de las fracturas que esta provoca. Afirma, al igual que Bauman, que la globalización a nivel nacional e internacional, debido a sus conflictos, genera temores y miedos:

Quienes hablan de cómo nuestro tiempo se globaliza narran procesos de intercambios fluidos y homogeneización, naciones que abren sus fronteras y pueblos que se comunican. [...] Entre tanto, los estudios sobre migraciones, transculturación y otras experiencias interculturales están llenos de relatos de desgarramientos y conflictos, fronteras que se renuevan y anhelos de restaurar unidades nacionales, étnicas o familiares perdidas: intensidad y memoria. (García Canclini, 2005, pág. 34)

Aquí vemos lo que alertaban Ander-Egg y Costa Picazo al hablar de la imposición de un modelo y lo que Friedman mencionaba cuando escribía citando a Sandel “es posible que por el camino perdamos algo que es importante” (en Friedman, 2008, pág. 217). Es real que existe un proceso de homogeneización, de mundialización de la cultura, pero también existen

diversas culturas que interactúan y “digieren”, en palabras de García Canclini, la globalización a su manera, por lo tanto, hoy la globalización “no implica necesariamente el aniquilamiento de las otras manifestaciones culturales” (Ortiz, 2008, pág. 106) ya que dentro de la globalización existen fracturas y desgarramientos e inclusive, el terreno aplanado por tecnología y las comunicaciones ha creado espacios donde individuos diversos interactúan en relaciones más horizontales actualizando y diversificando la globalización y proyectando globalmente nuevos mensajes que hasta llegan a denunciar los principios de la globalización, de la realidad hoy. Un ejemplo de la globalización que se actualiza y se diversifica es Vik Muniz, el artista brasileño, quien en su persona y en su trabajo revela las nuevas fronteras, los conflictos y los desgarramientos del mundo globalizado.

II.1.1. GLOBALIZACIÓN, HOMOGENEIZACIÓN Y FRACTURAS SEGÚN FRANCISCO

Desde la religión, en su encíclica *Laudato si'*, el Papa Francisco, el jesuita argentino Jorge Bergoglio, presenta contundentemente sus ideas sobre globalización. Para la máxima autoridad de la Iglesia Católica, la globalización es homogeneización, la adopción por gran parte de la humanidad de un paradigma tecnocrático *unidireccional* que ha llevado, entre

otros factores, a la explotación de los recursos del planeta, incluyendo las personas (LS, 106).

En el apartado que dedica a la globalización, el Papa sostiene que:

en el origen de muchas dificultades del mundo actual, está ante todo la tendencia, no siempre consciente, a constituir la metodología y los objetivos de la tecnociencia en un paradigma de comprensión que condiciona la vida de las personas y el funcionamiento de la sociedad. (LS, 107)

En este sentido, la globalización es la generalización de una forma de pensamiento asociada a una racionalidad occidental, decir, una *occidentalización*, que hemos visto con anterioridad que puede estar identificada con una *americanización*. Hay en la globalización tecnocrática una ambición de dominio y de imposición de una forma de percibir y entender la realidad que se toma como certera y al volverse dominante, tiende a controlar a las personas y a la sociedad.

Francisco sostiene que la ubicuidad de este paradigma es tal que:

No puede pensarse que sea posible sostener otro paradigma cultural y servirse de la técnica como de un mero instrumento, porque hoy el paradigma tecnocrático se ha vuelto tan dominante que es muy difícil prescindir de sus recursos, y más difícil todavía es utilizarlos sin ser dominados por su lógica. (LS, 108)

Según escribe Francisco, la expansión del modelo tecnocrático es un hecho y es parte de todas las culturas hoy y su poderío se extiende también sobre la política y la economía (LS, 109). Sin embargo, el pontífice sostiene que “la política no debe someterse a la economía y ésta no debe someterse a los dictámenes y al paradigma eficientista de la tecnocracia” (LS, 189). Es decir, el Papa alerta sobre la necesidad de resistir el embate globalizador

homogenizante que gobierna y somete los diferentes aspectos de la vida del hombre. El modelo tecnocrático se desarrolla acompañado de un fuerte antropocentrismo (*LS*, 115) y una economía globalizada, que se centra en la persona como consumidor.

Francisco, al igual que Bauman, critica fuertemente la figura de la persona como consumidora propia del paradigma de la globalización vinculada al capitalismo, ya que para el Obispo de Roma, tal persona deja de lado su dignidad. “La visión consumista del ser humano, alentada por los engranajes de la actual economía globalizada, tiende a homogeneizar las culturas y debilitar la inmensa variedad cultural, que es un tesoro de la humanidad” (*LS*, 144). En este punto, Francisco adhiere a la idea de globalización como homogeneización cultural, ya que el modelo globalizador impulsa a lo largo y ancho del planeta “un estilo hegemónico de vida ligado a un modo de producción” (*LS*, 145), esto es, un sistema cultural basado en la economía capitalista. Y, como explicamos anteriormente, la imposición del estilo de vida hegemónico lleva a la desaparición de culturas, que para Francisco “puede ser tanto o más grave que la desaparición de una especie animal o vegetal” (*LS*, 145). De esta forma, Francisco acerca la globalización tecnocrática al consumismo y al capitalismo, y a la homogeneización cultural.

Respecto de la sociedad, Francisco sostiene que el progreso en tecnología, comunicación y ciencia de los dos últimos siglos¹⁶ “no ha significado en todos sus aspectos un verdadero progreso integral y una mejora de calidad de vida” (*LS*, 42). Entre las consecuencias

¹⁶ Autores como Scholte consideran que, si bien la globalización es un fenómeno actual, se ha ido desarrollando desde 1492 y ha atravesado una fase de *despegue* desde mediados del siglo XIX.

negativas del cambio global se incluye principalmente la inequidad y Francisco enumera los males sociales de nuestro tiempo:

la exclusión social, la inequidad en la disponibilidad y consumo de energía y de otros servicios, la fragmentación social, el crecimiento de la violencia y surgimiento de nuevas formas de agresividad social, el narcotráfico y el consumo creciente de drogas entre los más jóvenes, la pérdida de identidad. (LS, 46)

Después de haber recorrido las ideas de Francisco sobre globalización presentes en *Laudato si'* podemos concluir que la definición de globalización que el Papa va creando se aproxima, quizás por su origen argentino, a las de Costa Picazo y Ander-Egg. Con Costa Picazo comparte la idea de homogeneización y occidentalización/modernización, es decir, la imposición del modelo capitalista, tecnocrático, liberal que termina oponiéndose a la identidad regional. Sin embargo, se diferencia de este autor porque no identifica la globalización tecnocrática con ninguna cultura o país en particular, al menos en esta encíclica. Respecto de Ander-Egg, comparte con este autor la mirada de la relación asimétrica en la globalización. Tanto Ander-Egg como Francisco identifican la dominación que se ejerce a través de la globalización. Aunque, también en este caso, Francisco no asevera que esto se trate de una estrategia de los Estados Unidos.

La postura de Friedman está unida a la liberalización. Para Francisco, la globalización está unida al capitalismo y al consumismo. Al respecto, explicita que se debe redefinir el progreso ya que “Un desarrollo tecnológico y económico que no deja un mundo mejor y una calidad de vida íntegramente superior no puede considerarse progreso” (LS, 194.). Aquí pareciera no acordar con Friedman en que el mundo tiende a una horizontalidad en la que cada individuo es emponderado y capaz de competir libremente en el mercado; por lo

expuesto anteriormente, Francisco sostiene que los individuos hoy deben someterse al manejo económico global del que muchas veces son sólo parte, y no protagonistas, debido a los mecanismos de dominación de la tecnocracia. Respecto del trabajo, Francisco considera imperante la necesidad de preservarlo y, por lo tanto, afirma que “es imperioso promover una economía que favorezca la diversidad productiva y la creatividad empresarial” (LS, 129), principalmente en un intento de favorecer las economías locales y su inserción en el mercado global a fin de que no se pierdan ni las economías ni las identidades regionales.

Finalmente, el foco de la mirada de Francisco en *Laudato si'* no está puesto en el nuevo espacio social que Scholte caracteriza y al que nos referimos en el Capítulo I, generado principalmente a causa del desarrollo tecnológico. Adhiere, más bien, a las otras definiciones que el autor menciona como *occidentalización*. No obstante, comparte con Scholte el concepto de supraterritorialidad en cuanto al espacio social compartido ya que considera al planeta como *la casa común de la familia humana*. Scholte sostiene que “en gran parte, las relaciones globales han permitido que la gente escape de las restricciones de la geografía territorial” (Scholte, 2000, pág. 211) y de sus consecuentes intereses fragmentados y/o contrapuestos y por ejemplo, y en el caso de la ecología, se preocupen por los problemas climáticos y ambientales. Aunque, por un lado, la globalización promueve un espíritu común a la hora de enfrentar los problemas ecológicos, es necesario aclarar que Scholte también sostiene que ésta está emparentada con los problemas ecológicos debido a las tecnologías contaminantes, por ejemplo.

Después de recorrer los conceptos vertidos en *Laudato si'* a cerca de la globalización y sus consecuencias, pareciera que la globalización es un mal que nos acecha en nuestra *casa común* hoy. Sin embargo, el pontífice no quiere dejar una mirada desoladora y además de las

propuestas para tratar la globalización desde la política internacional, la economía y la religión que incluye en su carta encíclica, ha complementado las ideas sobre globalización en otras oportunidades. Una de ellas fue durante su viaje apostólico a Cuba y los Estados Unidos de América entre el 19 y el 28 de septiembre de 2015, cuando en el *Independence Mall* de Filadelfia, Estados Unidos, cuna de la independencia de ese país, habló sobre la libertad religiosa. En ese contexto también se refirió al fenómeno que nos ocupa:

Nosotros vivimos en una época sujeta a la «globalización del paradigma tecnocrático» (Laudato si', 106), que conscientemente apunta a la uniformidad unidimensional y busca eliminar todas las diferencias y tradiciones en una búsqueda superficial de la unidad. (...)

La globalización no es mala. Al contrario, la tendencia a globalizarnos es buena, nos une. Lo que puede ser malo es el modo de hacerlo. Si una globalización pretende igualar a todos, como si fuera una esfera, esa globalización destruye la riqueza y la particularidad de cada persona y de cada pueblo. Si una globalización busca unir a todos, pero respetando a cada persona, a su persona, a su riqueza, a su peculiaridad, respetando a cada pueblo, a cada riqueza, a su peculiaridad, esa globalización es buena y nos hace crecer a todos, y lleva a la paz. (Francisco, 26 septiembre 2015, págs. 3-4).

Vuelve en esta ocasión a referirse a la globalización como la expansión del paradigma tecnocrático y a su tendencia homogeneizadora. Sin embargo, hace un llamado claro a promover la diversidad -en este caso religiosa, pero ya anteriormente había defendido la diversidad cultural- para alcanzar la paz en este mundo. Globalizar a través de la imposición unidireccional de un estilo de vida, una forma de producción y una única identidad es un

modo *malo* de globalizar. Pero Francisco plantea que es posible una globalización *buena*, que nos una desde el respeto a la diversidad. Para el Pontífice toda diversidad es riqueza- la diversidad ecológica, la diversidad cultural y la diversidad religiosa- ya que “la preocupación por la naturaleza, la justicia con los pobres, el compromiso con la sociedad y la paz interior” son inseparables (LS, 10).

La globalización no es *mala*, el modo de globalizar es el que puede ser malo o bueno. Francisco sostiene que tanto en el aspecto social y económico, como en el ecológico y religioso, todos debemos comprometernos a trabajar para redefinir las formas en que el progreso y el desarrollo social y económico hoy se globalizan. Este es un reto urgente ya que en la *casa común* “No hay fronteras ni barreras políticas o sociales que nos permitan aislarnos, y por eso mismo tampoco hay espacio para la globalización de la indiferencia” (LS, 52). Retomaremos estas ideas de Francisco a lo largo del capítulo al analizar las obras de Vik Muniz y ponerlas en diálogo con la religión y la filosofía.

II.2. VIK MUNIZ Y LA MIGRACIÓN

II.2.1 VIK MUNIZ, UN MIGRANTE

La primera presentación del artista brasileiro en Argentina tuvo lugar en 2015 en el *Centro de Arte Contemporáneo Sede Hotel de Inmigrantes*. Tal como lo recrea el catálogo de la muestra, el Hotel de Inmigrantes se caracterizó por ser un “espacio bisagra”, de transición, entre un lugar que queda atrás y uno nuevo, al que se llega, en este caso la Argentina. Aún hoy es sede de la oficina de atención a los migrantes y además allí se encuentra el *Museo de la Inmigración* y el *Centro de Arte Contemporáneo*. Diana B. Wechsler, Doctora en Historia del Arte con larga trayectoria en investigación y curaduría, destaca:

Esta peculiar convivencia entre funciones administrativas, que regulan los movimientos de las personas entre territorios, y funciones culturales, que invitan a transitar el mundo a través de lo simbólico, hace que para un artista como Vik, migrante continuo tanto en sus itinerancias tras exposiciones y workshops como en sus exploraciones artísticas, este espacio de exhibición resulte especialmente estimulante. (Wechsler, 2015, pág.1)

Caracterizar a Vik Muniz como migrante continuo es ciertamente acertado. Nacido en el seno de una familia de bajos recursos en Brasil, no pudiendo desenvolverse satisfactoriamente en la universidad de Sao Paulo consiguió una beca parcial para estudiar publicidad en un instituto privado. Un día, al mediar en una pelea callejera, recibió un disparo en la pierna y en compensación, algo de dinero y se trasladó a Nueva York. Fue en el

ambiente de revolución cultural de *East Village* a comienzos de 1980 donde su primer interés por el teatro fue dando lugar al arte. El artista explica:

hay un momento en la historia – y creo que todos necesitamos estar atentos a ello – cuando te das cuenta que los tiempos están cambiando: tu generación ha dejado de ser un simple consumidor de cultura y ha comenzado a producir cultura basada en todo lo que has ido viviendo. (Muniz, 2015, párr. 10)

Fue en *East Village* donde el artista brasilero cayó en la cuenta de que el arte, de Koons, por ejemplo, reflejaba su consumo de los medios y que a través del arte se buscaba explorar el contacto del mundo de la televisión y la experiencia, tal como lo hiciera Warhol unos años antes. Esa exploración fue lo que lo invitó a ser un artista: explorar el “espacio bisagra” entre los medios de comunicación y la experiencia, entre las representaciones y la realidad. Aquí lo vemos al inmigrante sudamericano en los Estados Unidos emprendiendo otro viaje, uno simbólico a través del arte y la fotografía.

Casualmente, es en la fotografía en donde el artista va a sentirse más a gusto. La fotografía es el punto de encuentro, el “espacio bisagra”, entre el artista y el espectador, la audiencia. Para Muniz, el arte “es una colaboración” y las imágenes son el punto donde el artista y la audiencia se encuentran. En el *pop art*, la representación y la repetición consuman la pérdida de esencia de la obra de arte, que pasa a ser un recordar algo que ya se vio, algo que ya existía. Es por ello que el artista se define como *artista norteamericano* porque tal como explica: “desarrollé mi interés en el arte analizando, estudiando y examinando la historia del arte de cuando yo nací. Esto quiere decir que el arte de los sesenta y setenta [de Warhol, por ejemplo] está en el corazón de mi trabajo” (Muniz, 2015, párr. 34). Muniz es el resultado de la impronta *pop*, de ahí su interés en la representación y la experiencia. Para el

pop, la representación significa el triunfo del objeto representado, que se eterniza. La fotografía permite que los objetos y las obras, aún aquellas realizadas con nubes, azúcar o basura, perduren en el tiempo y se trasladen a diversos lugares, migren.

Sin embargo, más allá de la confesión de este artista viajero que se define como artista norteamericano, cuestionaremos su pertenencia a esta tradición. Es real que sus primeros trabajos seguían la impronta del pop estadounidense y él mismo sostiene que su trabajo está influenciado por artistas como Warhol (Muniz, 2015, párr.34) y por la influencia de los medios en el momento en el que Muniz comenzó su carrera en Nueva York. No obstante, veremos que, quizás por su cualidad de migrante, los temas que propone en ocasiones se alejan de la temática de los medios, la fama, el consumo -tan propia del *pop*- y versan sobre desigualdades, conflictos y problemáticas globales.

II.2.2. VIK MUNIZ Y LOS DERECHOS DE LOS MIGRANTES: *LAMPEDUSA* (2015)

En 2008, frente a los desafíos que presentaba la convivencia y el contacto de las múltiples culturas enmarcadas por la Unión Europea, los Ministros del Consejo de Europa publicaron el *Libro Blanco sobre el diálogo intercultural* estableciendo lineamientos para fomentar el diálogo intercultural y gestionar la diversidad cultural. En este documento, comparten con

Muniz la idea del encuentro en el arte, de que el arte es un espacio de diálogo que permite que individuos y culturas se acerquen y conozcan. Los ministros sostienen:

Las artes también son un terreno de contradicción y confrontación simbólica, que deja margen para la expresión individual, la autorreflexión crítica y la mediación. Por lo tanto, atraviesan las fronteras de una forma natural, crean contactos y conectan directamente con las emociones de las personas. Los ciudadanos creativos que participan en actividades culturales crean nuevos espacios y nuevas posibilidades de diálogo. (Consejo de Europa, 7 de mayo de 2008, pág. 39)

Vemos que el arte está considerado como un espacio bisagra, “un nuevo espacio que se caracteriza por atravesar culturas y fronteras”, un espacio de transición, que, en este caso, reúne a personas de diversas culturas. A ese “espacio bisagra” es al que Vik Muniz se refiere cuando se define como *artista norteamericano*: siendo brasilero y habiendo recibido la influencia de los medios de comunicación, su arte evoca las experiencias que lo vincularon a otro espacio, a otro lugar, Norteamérica. El arte lo acercó a Muniz al país del norte y sus producciones lo conectan con la historia pop de Estados Unidos. Sin embargo, en la cita mencionada, los Ministros consideran las artes no sólo como un espacio de encuentro, como una colaboración, sino también como un espacio de confrontación simbólica, de autorreflexión crítica y mediación. Es a este aspecto presente en la obra de Muniz al que nos queremos referir ahora analizando la instalación *Lampedusa* (Muniz, 2015)¹⁷.

Preparada especialmente para la 56° Bienal de Venecia en 2015, *Lampedusa* (Muniz, 2015) explora el mundo de los medios y la experiencia, las representaciones y la realidad.

¹⁷ La obra está disponible en http://vikmuniz.net/wp-content/uploads/2015/04/LAMPEDUSA-photos-by-Vik-Muniz_5.jpg

Haciendo eco de la noticia del naufragio de un barco en aguas libias a 130 millas de la isla italiana de Lampedusa, donde 700 inmigrantes *desaparecieron* (según el diario *El País* en su nota del 19 de abril de 2015) y sólo se salvaron 28, Vik Muniz hace flotar un *barco de papel de diario* frente a las costas de Venecia. Según la noticia publicada, el accidente había ocurrido cuando los inmigrantes, que ocupaban un viejo barco pesquero, vieron acercarse un carguero enviado por el Centro Nacional de Socorro de la Guardia Costera Italiana y se abalanzaron hacia un lado para pedir ayuda, haciendo que el barco volcara llevándolos a la muerte. Para los cientos de inmigrantes que cruzaban el Mediterráneo, el pesquero probó ser tan resistente como el barco de papel de Vik Muniz.

Según el *ABC* de España en su artículo “La tragedia de Lampedusa y los naufragios más graves en el Mediterráneo”, Lampedusa es para muchos indocumentados “la puerta de entrada a Europa” por estar situada “a 205 kilómetros del sur de Sicilia y 113 de las costas africanas, lo que permite que en tres o cuatro días de navegación, los inmigrantes puedan arribar a la tan ansiada Europa” (La tragedia, 19 de abril de 2015, párr. 4). Según el *ABC*, en 2015 a esta isla llegaban diariamente cientos de personas procedentes principalmente del norte de África y la Organización Mundial de Migraciones afirmó en 2013 que entre 1993 y 2013 habían fallecido más de 20.000 personas procedentes de África que intentaban llegar a Europa (La tragedia, 19 de abril de 2015, párrs. 5, 7).

Es más, en esta obra Muniz genera una experiencia compartida entre el artista y el receptor invitando a una reflexión crítica sobre una de las serias fracturas de la globalización: la crisis migratoria. Retomemos aquí la palabra de García Canclini, “los estudios sobre migraciones, transculturación y otras experiencias interculturales están llenos de relatos de desgarramientos y conflictos” (García Canclini, 2005, pág. 34). La inmigración es uno de

esos conflictos, es una de las fracturas que presenta la globalización hoy y que Vik Muniz denuncia con su obra. El artista brasileño pareciera querer alertar sobre las condiciones que todos los migrantes sufren en sus travesías y las consecuencias que esto acarrea. En el barco de Muniz, que pareciera hecho con la portada de un diario italiano anunciando el accidente, se lee: “Migrantes: cientos de muertos”, evidenciando la vinculación de su obra con la tragedia reciente y con lo que frecuentemente ocurre en el Mediterráneo. *Lampedusa* (Muniz, 2015) establece un diálogo, genera un encuentro y una colaboración en la que artista y audiencia reflexionan sobre la globalización que no está definida en este caso por los procesos de intercambios fluidos, las naciones que abren sus fronteras y pueblos que se comunican, como piensan algunos según García Caclini, si no por el contrario, por procesos de reanudación de fronteras y espacios de exclusión.

II. 2.3. PERSPECTIVAS DE LA FILOSOFÍA SOBRE LOS DERECHOS (DE LOS MIGRANTES)

Dado el movilizador mensaje de la obra de Muniz con su barco de papel, resulta relevante en este punto poner en diálogo la filosofía y la religión para estudiar qué perspectivas nos presentan sobre los derechos de las personas, los migrantes, en este caso. Para ello tomaremos el concepto del “derecho a tener derechos” de Seyla Benhabib y las metáforas *viajantes* y *vagabundos* enunciadas por Bauman. En un próximo apartado haremos referencia a la religión analizando la mirada del Papa Francisco.

En su obra *Los derechos de los otros*, la reconocida filósofa turco-americana, Seyla Benhabib, retoma conceptos elaborados por la filósofa de origen judío Hannah Arendt en la década de 1950 acerca de los derechos de los individuos. Citando a Arendt, Benhabib explica:

Tomamos conciencia de la existencia de un derecho a tener derechos (y eso significa vivir en un marco en el que uno es juzgado por sus acciones y opiniones) y un derecho a pertenecer a algún tipo de comunidad organizada, sólo cuando aparecen millones de personas que habían perdido y no podían recuperar estos derechos debido a la nueva situación política global [...].

(...) el derecho a tener derechos o el derecho de todo individuo de pertenecer a la humanidad, debería ser garantizado por la humanidad misma. (en Benhabib, 2004, pág. 49)

Si bien Arendt se refiere a los refugiados, las minorías, las personas sin Estado o desplazadas en el contexto de las crisis posteriores a las Guerras Mundiales, este “derecho a tener derechos” que todo individuo debiera gozar que menciona puede ilustrar también la denuncia de Muniz. En el caso de *Lampedusa* (Muniz, 2015), los africanos que murieron en aguas del Mediterráneo podrían ser parte de aquellos “millones de personas que habían perdido y no podían recuperar estos derechos” ya que, si bien eran ciudadanos de un Estado, dicho Estado no es una “comunidad organizada” que vela por los intereses de quienes la componen y para escapar de ello, sus miembros se lanzan a la mar. Para Arendt, los derechos sugieren:

una relación triangular entre la persona a quien corresponden los derechos, otros para quienes esta obligación crea un deber y la protección de estos derechos y su imposición a través de algún órgano legal establecido, por lo general: el Estado y su aparato. (en Benhabib, 2004, pág. 51)

Para Arendt, el “derecho a tener derechos” concierne a los seres humanos, independiente de su cultura, origen o lengua. Por lo tanto, Benhabib sostiene:

el derecho moral del huésped a no ser tratado con hostilidad al arribar a las tierras del otro y su derecho a la hospitalidad temporaria descansan en este mandato moral contra la violación de los derechos de humanidad en la persona individual. (Benhabib, 2004, pág. 52)

Dada la centralidad del “derecho a tener derechos” y la necesidad de que este derecho sea reconocido por todos, desde la Segunda Guerra Mundial se han ido tomando medidas a nivel global para, por ejemplo, incluir el derecho a asilo como un derecho humano en el artículo 14 de la Declaración Universal de Derechos Humanos. Estos desarrollos van en línea con la

propuesta de Benhabib, que en este punto se diferencia de Arendt. Para Arendt la forma de garantizar el “derecho a tener derechos” era la ciudadanía, pero Benhabib explica que ya no debe estar en manos del estado nación, sino de la comunidad internacional. Vemos, como en el caso de los migrantes africanos, que el estado no es suficiente para garantizar sus derechos. En palabras de Benhabib, “el desafío por delante es desarrollar un régimen internacional que separe el derecho a tener derechos de la condición nacional del individuo” (Benhabib, 2004, pág. 58).

Benhabib retoma estas ideas en un artículo posterior, “Otro universalismo: Sobre la unidad y diversidad de los derechos humanos”. Distanciándose de Arendt, retoma la consideración del mundo en la actualidad y haciendo referencia a la globalización, la critica:

nosotros hoy nos enfrentamos a la galopante expansión a todos los rincones del mundo, de «nuestro» modo de vida occidental. Éste con frecuencia se escuda en la excusa de la razón de occidente y la Ilustración para colocar a otras culturas bajo la influencia de un capitalismo global inigualitario cuyos efectos no son, de modo evidente, ni racionales ni humanos. El legado del racionalismo occidental ha sido usado y abusado, al servicio de instituciones y prácticas que no soportan el escrutinio de la misma razón que declaran expandir. Al tiempo que el planeta se convierte materialmente en un único mundo, se hace cada vez más urgente el comprender cómo se pueden reconciliar las pretensiones de universalidad con la diversidad de formas de vida. (Benhabib, 2008, pág.179)

En esta cita vemos cómo Benhabib concuerda con la idea esbozada por Scholte que la globalización está estrechamente vinculada a la racionalidad occidental, “el racionalismo es la configuración general del conocimiento que ha promovido considerablemente la

expansión del pensamiento global y, mediante éste, una tendencia más amplia de globalización” (Scholte, 2000. Pág. 93). Sin embargo, la filósofa define la contradicción de este modelo: mientras la globalización expande la razón occidental (y se expande a través de ella), no puede ser analizada por la razón porque sus efectos son contrarios a lo que ésta predica, porque la racionalidad técnica y científica, por ejemplo, permite combatir el hambre y la pobreza, pero, sin embargo, lo hace de manera desigual dentro de las mismas sociedades. Este concepto también fue esbozado cuando nos referimos a la doctrina de Francisco. La contradicción de la globalización se ve también a la hora de analizar los derechos porque para la autora, si bien “La expansión de los derechos humanos, así como su defensa e institucionalización, se ha convertido en el lenguaje incontestable” (Benhabib, 2008, pág.179) no es todavía una realidad en la política global.

En otra de sus obras, Benhabib se pregunta sobre la medida en que las personas y las sociedades ricas tienen el deber de ayudar a otros que están peor que ellos. Al respecto escribe citándolo al filósofo alemán Thomas Pogge:

Algunos niegan tal obligación de plano, otros sostienen que las obligaciones en este sentido son bastante exigentes. Ambos lados dan fácilmente por sentado que es por nuestra potencialidad de ayudar que estamos relacionados moralmente con quienes pasan hambre en el extranjero. Esto es cierto, por supuesto. *Pero el debate ignora que estamos también y mucho más significativamente relacionados con ellos como sostenedores y beneficiarios de un orden institucional global que contribuye sustancialmente a su empobrecimiento.* (Benhabib, 2004. Pág. 77-78)

Coincide esta idea de la relación moral entre pobres y ricos con el planteo de Francisco sobre la *casa común*. En relación a esto asevera que “toda pretensión de cuidar y mejorar el

mundo supone cambios profundos en ‘los estilos de vida, los modelos de producción y de consumo, las estructuras consolidadas de poder que rigen hoy la sociedad’” (LS, 5). El Pontífice expresa claramente que su preocupación es *unir a toda la familia humana* que habita la *casa común* “en la búsqueda de un desarrollo sostenible e integral” (LS, 13) desde ejes como:

la íntima relación entre los pobres y la fragilidad del planeta, la convicción de que en el mundo todo está conectado, la crítica al nuevo paradigma y a las formas de poder que derivan de la tecnología, la invitación a buscar otros modos de entender la economía y el progreso, el valor propio de cada criatura, el sentido humano de la ecología, la necesidad de debates sinceros y honestos, la grave responsabilidad de la política internacional y local, la cultura del descarte y la propuesta de un nuevo estilo de vida. (LS 16)

Tanto Francisco como Benhabib concuerdan en señalar la conexión que existe entre pobres y ricos y la necesidad de repensar el orden institucional actual como paso para lograr una mayor equidad. Francisco asevera que:

en las condiciones actuales de la sociedad mundial donde hay tantas inequidades y cada vez son más las personas descartables, privadas de derechos humanos básicos, el principio del bien común se convierte inmediatamente, como lógica e ineludible consecuencia, en un llamado a la solidaridad y en una opción preferencial por los más pobres. (LS, 158)

Con estas palabras propone una línea de acción clara a la reflexión de Benhabib. Para la filósofa, es imperante repensar el orden institucional global que promueve las actuales estructuras y, como consecuencia, las situaciones de desigualdad. Francisco llama

directamente a una acción clara y solidaria hacia los que menos tienen y los que la sociedad considera *descartables* como punto de partida para garantizar los derechos humanos básicos de esas personas.

Por otra parte, Bauman en su obra *La globalización. Consecuencias humanas* establece que en la globalización “todos estamos en movimiento” (Bauman, 1999, pág. 10) aunque este movimiento se manifiesta con desigualdades: “Algunos nos volvemos plena y verdaderamente ‘globales’; otros quedan detenidos en su ‘localidad’” (Bauman, 1999, pág. 9). A los primeros, los denominará *los turistas*, “‘los de arriba’ tienen la satisfacción de andar por la vida a voluntad, de elegir sus destinos de acuerdo con los placeres que ofrecen” (Bauman, 1999. Pág. 115), para ellos “se desmantelan las fronteras nacionales”, “viajan a voluntad y se divierten mucho (...), se les seduce o soborna para que viajen, se les recibe con sonrisas y brazos abiertos” (Bauman, 199, págs. 117-118). No obstante, *los turistas* tienen una contracara, *los vagabundos*, los que quedan atrapados en su localidad. Bauman explica:

La aclamada “globalización” está estructurada para satisfacer los sueños y deseos de los turistas. Su efecto secundario -un efecto *colateral*, pero inevitable- es la transformación de muchos más en vagabundos. Éstos son viajeros a los que se les niega el derecho de transformarse en turistas. (Bauman, 1999. Pág. 122)

Estas palabras de Bauman que evidencian la existencia de dos formas diferentes de movimiento en el mundo globalizado nos hablan de la desigualdad que resulta del fenómeno al que Benhabib ya había hecho referencia. Lo que es particularmente relevante en el análisis de Bauman es la perspectiva de *los vagabundos* cuando, por ejemplo, la crisis migratoria que vive Europa, no existía como tal. El filósofo de origen polaco detalla que *los vagabundos* viajan

subrepticia y a veces ilegalmente; en ocasiones pagan más por la superpoblada tercera clase de un bote pestilente y derrengado que otros por lujos dorados de la *business class*; se les recibe con el entrecejo fruncido, y si tienen mala suerte los detienen y deportan apenas llegan. (Bauman, 1999, pág. 118)

Resulta prácticamente imposible no asociar la descripción del “bote pestilente” al barco que cargaba los inmigrantes que naufragaron frente a las costas de Lampedusa. Vemos en estas metáforas de Bauman la desigualdad del movimiento en la globalización. Bauman coincide con Benhabib, y Arendt, al describir que *los vagabundos* están “en movimiento porque fueron empujados desde atrás, después de haber sido desarraigados de un lugar que no ofrece perspectivas”, *los vagabundos* se desplazan porque “el mundo a su alcance (local) es insoportablemente *inhóspito*” (Bauman., 1999, pág. 122). Benhabib toma la idea de Arendt de los millones de personas que pierden sus derechos debido a cambios en la situación política global, dado que sus comunidades no son lo suficientemente organizadas para garantizar los derechos y que otras organizaciones políticas no quieren o no pueden recibirlos. Como asegura Bauman, los vagabundos “no son bienvenidos en ninguna parte” (Bauman., 1999, pág. 122).

Lampedusa (Muniz, 2015) nos hace reflexionar acerca del “derecho a tener derechos” y de *vagabundos* y *turistas*. El migrante Muniz, un *vagabundo* que tuvo la suerte de volverse *turista*, conjuga en sí las dos percepciones distintas del mundo globalizado y busca a través del arte, ese “terreno de confrontación simbólica”, una forma de curarlo de sus males.

II.2.4. PERSPECTIVAS DE LA RELIGIÓN SOBRE LOS MIGRANTES

En su visita a Lampedusa el 8 de julio de 2013, a cuatro meses de su elección como Obispo de Roma, cuando ya en las cercanías de la isla morían inmigrantes “por esas barcas que, en lugar de haber sido una vía de esperanza, han sido una vía de muerte” (Francisco, 8 de julio de 2013, pág. 1), haciendo eco de la necesidad de curar al mundo globalizado del mal de los *vagabundos* y sus condiciones de vida y transporte, la máxima autoridad de la Iglesia Católica, Francisco, pidió perdón por lo sucedido y rogó que no se repitiera. Con sus palabras Francisco invitaba a todos a reflexionar y cambiar actitudes; a trabajar para que el “derecho a tener derechos” fuese una realidad y no sólo un lenguaje, como sostenía Benhabib.

Francisco explicaba: “Esos hermanos y hermanas nuestras intentaban salir de situaciones difíciles para encontrar un poco de serenidad y de paz; buscaban un puesto mejor para ellos y para sus familias, pero han encontrado la muerte” (Francisco, 8 de julio de 2013, pág. 2). Tanto las “situaciones difíciles” en las que vivían como el hecho de que encontraron la muerte en la peligrosa travesía revelan que hay personas que no tienen derechos. Francisco comenta:

Hoy nadie en el mundo se siente responsable de esto; hemos perdido el sentido de la responsabilidad fraterna. (...) La cultura del bienestar, que nos lleva a pensar en nosotros mismos, nos hace insensibles al grito de los otros, nos hace vivir en pompas de jabón, que son bonitas, pero no son nada, son la ilusión de lo fútil, de lo

provisional, que lleva a la indiferencia hacia los otros, o mejor, lleva a la globalización de la indiferencia. En este mundo de la globalización hemos caído en la globalización de la indiferencia. ¡Nos hemos acostumbrado al sufrimiento del otro, no tiene que ver con nosotros, no nos importa, no nos concierne! (Francisco, 8 de julio de 2013, pág. 3)

Francisco, al igual que Benhabib, se refiere a la globalización como marco en el que la actualidad tiene lugar. Sin embargo, califica con dureza a la globalización dado que para el Sumo Pontífice, lo que se ha tornado universal es una cultura del bienestar que nos hace vivir en ilusiones transitorias, propias de la sociedad de consumo, y nos lleva a alejarnos de los otros y de sus problemas. Para Francisco, lo característico de la globalización como cultura es también la indiferencia, el acostumbramiento frente a los dolores y los sufrimientos de los otros, el adormecimiento frente a los males que no tienen que ver con nosotros, a los males de millones de personas que han perdido y no pueden recuperar sus derechos. Asimismo, en su carta encíclica sobre el cuidado de la casa común, de nuestro planeta globalizado en el que habita una sola familia humana, nos alerta: “No hay fronteras ni barreras políticas y sociales que nos permitan aislarnos, y por eso mismo tampoco hay espacio para la globalización de la indiferencia” (LS, 52). El Pontífice nos advierte que ningún lugar hoy está demasiado lejos como para no preocuparse por lo que pasa en otros rincones del planeta. Al igual que hay una sola Tierra, una sola biósfera, hay una sola familia humana en la que todos, *turistas* y *vagabundos*, debemos preocuparnos y trabajar para curar los males que la aquejan, para sanar sus fracturas.

Francisco manifiesta su preocupación por las consecuencias de la migración en la Exhortación Apostólica Postsinodal sobre el amor en la familia, *Amoris Laetitia*, publicada en

2016. Si bien el eje del documento es la familia, Francisco toma las migraciones como un signo de los tiempos que se debe comprender en profundidad ya que “resultan especialmente dramáticas y desastrosas, tanto para las familias como para las personas, cuando tienen lugar fuera de la legalidad y son sostenidas por los circuitos internacionales de la trata de personas” (*Amoris Laetitia*, 46). Francisco, al igual que los filósofos, se centra en las derivaciones del movimiento de aquellos que son forzados a dejar sus lugares y desintegrados de la sociedad a la que llegan, son amenazados por la pobreza, la prostitución y el tráfico de órganos. Como respuestas a lo manifestado en sus discursos, Francisco creó el nuevo Dicasterio para el Servicio del Desarrollo Humano Integral en 2016. En este nuevo organismo de la Santa Sede, una sección especial dirigida temporariamente por el Papa se vuelca al servicio de los migrantes, los desplazados, los refugiados y las víctimas de la trata.

Continuando con su labor de generar conciencia de la necesidad de afrontar los desafíos de las migraciones, en su Mensaje para la Jornada Mundial del Migrante y del Refugiado 2018, Francisco llamó a “acoger, proteger, promover e integrar a los emigrantes y refugiados” (Francisco, 14 de enero de 2018, pág. 2). Respecto de *acoger*, el Papa defendió “el derecho a tener derechos” de los migrantes y rechazó la deportación de los inmigrantes pidiendo para ellos alojamientos dignos y visados especiales: “Las expulsiones colectivas y arbitrarias de emigrantes y refugiados no son una solución idónea, sobre todo cuando se realizan hacia países que no pueden garantizar el respeto a la dignidad ni a los derechos fundamentales” (Francisco, 14 de enero de 2018, pág. 2). Al hablar de *promover* y *proteger*, Francisco hizo hincapié en la necesidad de reconocer los derechos de los migrantes tanto en sus países de origen como en el de acogida, y de permitir que se desarrollen como personas plenas con derecho a nacionalidad (cuando correspondiera), salud, educación y trabajo. Por

último, Francisco llama a *integrar*, a aceptar la diversidad y generar cultura de encuentro en los países de acogida.

El discurso sobre la integración del inmigrante es constante en Francisco y evidencia su preocupación y su mirada sobre las relaciones interculturales. En las palabras que dirigió a los presentes, años antes en el *Independence Mall* de Filadelfia en Estados Unidos, que citamos al hablar de la globalización, el Obispo de Roma los anima a no dejar atrás sus raíces y enriquecer sus nuevas comunidades:

Les pido que no olviden que, al igual que los que llegaron aquí antes, ustedes traen muchos dones a esta nación. Por favor, no se avergüencen nunca de sus tradiciones. No olviden las lecciones que aprendieron de sus mayores, y que pueden enriquecer la vida de esta tierra americana. Repito, no se avergüencen de aquello que es parte esencial de ustedes. También están llamados a ser ciudadanos responsables y a contribuir –como lo hicieron con tanta fortaleza los que vinieron antes-, a contribuir provechosamente a la vida de las comunidades en que viven. (Francisco, 26 de septiembre de 2015, pág. 4)

Francisco promueve y defiende la diversidad cultural en la sociedad y aboga por el respeto de las diferencias y la convivencia pacífica y tolerante. En ese mismo país, al hablar de la crisis de refugiados ante el Congreso, declaró “En definitiva: queremos seguridad, demos seguridad; queremos vida, demos vida; queremos oportunidades, brindemos oportunidades” (Francisco, 24 de septiembre de 2015, pág. 5). Es tarea de todos forjar una sociedad donde cada persona, independiente de su origen, tenga un lugar.

El mensaje de la Jornada Mundial del Migrante y del Refugiado concluye, en línea con lo manifestado por Benhabib, haciendo un llamado a la comunidad política y la sociedad civil, para trabajar conjuntamente con la Iglesia por los emigrantes y refugiados. Así como Francisco ve al mundo como la *casa común* y sostiene que todos tenemos responsabilidad, en diferentes grados, del bienestar de aquellos con quienes compartimos *la casa común*, hay interés en su discurso de dar una “respuesta común” y así no ser presos de la globalización de la indiferencia.

En su visita a Lampedusa, el Pontífice manifestó que la globalización de la indiferencia nos quita la capacidad de llorar y lamentarnos por los males, por las fracturas, por la crueldad que hay en un mundo que da lugar a hechos lamentables como el permanente naufragio de inmigrantes. Pareciera que Muniz quiere contribuir a la toma de conciencia y a la reflexión sobre los desgarramientos de una globalización que, por un lado, promueve la igualdad de derechos, pero que, por otro, mira hacia un costado cuando los derechos son vulnerados. En *Lampedusa* (Muniz, 2015), pareciera que Muniz promueve el fin de la globalización de la indiferencia.

II. 3. VIK MUNIZ Y LA POBREZA

II. 3.1. VIK MUNIZ, LA DENUNCIA DE UN POBRE

Diferente del origen de Jeff Koons, quien nació en una familia acomodada de Estados Unidos, Vik Muniz creció en un barrio de trabajadores de Brasil, lo que lo situaría en un lugar de enunciación muy diferente al de su colega norteamericano y que impactaría en su forma de hacer arte. Tal como cuenta en repetidas oportunidades, el sueño de Vik Muniz era convertirse en artista y pasó varios años tratando de hacerlo hasta que se dio cuenta de que ya era un artista, que no debía seguirse preocupando por construir su carrera, y sus inquietudes se orientaron hacia otro lado. En una conferencia titulada *The Illusionist* (El Ilusionista) que dio en 2016 como parte de *Penny Stamps Speaker Series* de *School of Arts and Design* de la *University of Michigan*, Estados Unidos, Vik Muniz expresa: “ya sos un artista, y te tenés que convencer de lo que estás haciendo, de para qué sirve, de lo que hace” (Muniz, 2011, min. 1.09). Fue entonces en ese momento que decidió compartir el arte y el hacer arte con personas que no tuvieran relación con el mundo artístico y así desarrolló un proyecto en el basural más grande de Rio de Janeiro en ese momento, *Jardim Gramacho*.

En un artículo titulado “Class dismissed: Art, Creativity and Education”, Vik Muniz explica que por aquel tiempo en Inglaterra le propusieron hacer un documental sobre su obra a lo que él replicó que documentarían una obra desde el comienzo hasta el final.

Quería crear una obra sobre algo que no atrajera miradas. La basura es algo que siempre estamos escondiendo, que no queremos ver. Nos recuerda a la muerte, algo

que nos vuelve invisible. Por esa razón pensé que podía hacer algo interesante con eso. Entonces fui a un vertedero de basura en Brasil. Quería probarme a mí mismo que el arte era importante, y para eso realicé un experimento en el que junté un grupo de personas e hice sus retratos con ellos. Esta gente no tenía nada que ver con el arte. Nunca habían leído un libro de arte, nunca habían ido a un museo y sólo estaban acostumbrados a verse en pequeñas fotos que tomaban con los celulares que encontraban. Su imagen personal era muy diferente de la que tenemos nosotros.

(Muniz, 2015, párr. 59)

Vemos que, para el artista, después de veinte años labrándose un futuro, había una necesidad de darle a su obra un sentido más profundo que la mera representación simbólica de objetos. Muniz quería demostrarse que su trabajo servía para algo, y principalmente, para alguien. En su interés de trabajar con algo que no atrajera, desafía la temática del *pop*, que en general, trabaja con objetos fácilmente reconocibles y atractivos. También en el incluir a personas no relacionadas con el arte vuelve a hacer que el arte atraviese las fronteras de una forma natural, cree contactos y genere nuevas posibilidades de diálogo, tal como explicaba el Consejo de Europa.

La inquietud del artista del vincular a gente que no conoce de arte y a entendidos es parte de su característica de artista migrante, bisagra entre dos mundos, tal como lo cuenta desde su experiencia en una galería en Brasil:

En la galería estaba con los coleccionistas, compradores, gente rica de San Pablo, y entran mi padre y mi madre [que eran muy pobres]. Caminan, se sienten extremadamente incómodos y yo no puedo agrupar estas dos cosas en mi mente. Me tomó otros cinco años comenzar a hacer las paces con el pequeño niño pobre que

había dejado en Brasil antes de venir a Estados Unidos y comenzar a trabajar, y conectarlo con la sociedad en la que ahora vivía. Empecé a sentir enorme placer con esta conexión, con ser parte de una gran familia más grande y poder manejar las dos cosas. (Muniz, 2015, párr. 55)

Este hoy llamado “artista de New York” es en sí mismo la conexión entre *vagabundos* y *turistas*, como vimos anteriormente, y entre pobres y ricos, como veremos ahora. Para él fue un proceso darse cuenta que en él habitaban el niño pobre y el artista exitoso, aspecto que lo ha llevado a comprometerse con los excluidos de la sociedad. Cuando se le presenta la posibilidad de hacer un nuevo documental, busca juntar los dos mundos nuevamente: los desconocedores del arte y que pertenecen al mundo de la pobreza – vinculado a su pasado- y el mundo del arte – unido el éxito y la fama de los que gozaba- y surge la iniciativa de viajar al vertedero de basura más grande del mundo para ofrecer a los recicladores, los pobres y olvidados de la sociedad, ser artífices y protagonistas del arte contemporáneo.

El resultado de la iniciativa fue el documental *Waste Land*¹⁸ (Tierra de residuos) (2010), producido por *Almega Projects*, que en 2010, 2011 y 2012 recibió numerosos premios en festivales de cine internacionales como *Sundance Film Festival*, *Berlin Film Festival* e inclusive fue nominado a mejor película documental de los Premios Oscar de 2011. El documental muestra la gesta del proyecto por parte de Vik Muniz desde su estudio en Brooklyn y la transformación que van viviendo aquellos recolectores de materiales reciclables del vertedero que son elegidos para ser parte del film. El rol de Muniz es

¹⁸ El título del documental evoca en el receptor el poema en lengua inglesa ícono del modernismo, *The Waste Land* de T.S.Eliot. Traducido como *La tierra baldía*, el poema explora, entre otros temas, las dolorosas consecuencias de la Primera Guerra Mundial.

proponerles crear retratos gigantes de ellos con materiales recogidos del basural y el documental revela su forma de vida, su dignidad y los cambios que ser parte del proyecto genera en los recolectores. Como resultado, una de las obras producidas conjuntamente entre los recolectores y Muniz, de la serie *Pictures of Garbage* (Imágenes de basura), fue subastada en Londres y lo recaudado donado para la cooperativa de recolectores.

El proyecto que culmina con el documental había comenzado años antes. Ya en 2006 Muniz había realizado junto a alumnos de arte de una favela una serie con obras hechas con basura, *Pictures of Junk* (Imágenes de desechos). En *Pictures of Garbage* (Imágenes de basura) de 2008 y 2009 vuelve a retomar la idea de usar lo descartado para crear arte ya que hay un juego de percepciones que para el artista es significativo. En un comienzo, al ver la obra, uno ve la totalidad, una imagen que en la obra de Muniz remite a algo ya conocido. Cuando uno se acerca, ve los desechos que la componen. Pero el objetivo es recrear, hacer las cosas nuevas. También en *Pictures of Junk* (Imágenes de desechos) y *Pictures of Garbage* (Imágenes de basura) está el sello del *pop art* y el cuestionamiento sobre la originalidad de la obra de arte.

En la primera serie, *Pictures of Junk*, una de las fotografías del artista hace eco del reconocido *Atlas sosteniendo el globo* (Guercino, 1646)¹⁹, pero que en vez de estar pintado, se va esbozando y formando con desechos -chatarra y trastos viejos-, tal como el nombre de la serie lo indica para dar lugar a la nueva obra, *Atlas, After Giovanni Francesco Barbieri (Il Guercino)*²⁰ (Muniz, s.f). En la fotografía, lo primero que llama la atención es la figura

¹⁹ La obra de Guercino está disponible en [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Atlas_holding_up_the_celestial_globe_-_Guercino_\(1646\).jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Atlas_holding_up_the_celestial_globe_-_Guercino_(1646).jpg)

²⁰ Esta imagen está disponible en el siguiente link <http://vikmuniz.net/pt/gallery/junk>

mitológica claramente reconocible de Atlas, el titán que sostiene la bóveda celeste en sus espaldas. Entonces, el hecho que sea una reproducción de otra obra anterior lejos de quitarle valor a la nueva, relaja al observador porque le permite reconocer fácilmente el motivo que evoca y lo invita a analizar los elementos que la componen. La figura pierde valor en sí, no es lo central, el centro es este arte. Lo innovador es la nueva experiencia: al mirar el globo que Atlas sostiene en detalle, aparecen los elementos desechados que lo forman, al igual que al resto de la obra. Acerca de esta serie el curador Peter Boswell apunta “Muniz cambia los materiales, el medio y los métodos como Picasso cambia estilos: para hacer nuevas las cosas, para verlas con nuevos ojos” (en “Pictures of Junk – Sikkema Jenkins & Co”, 2006, párr. 5).

En la serie *Pictures of Garbage* (Imágenes de basura), producida con motivo de *Waste Land*, Muniz lo vuelve a recrear a Atlas, pero esta vez se aleja de la obra de Guercino para trabajar sobre la fotografía de Carlão, uno de los recolectores de *Jardim Gramacho*, quien carga sobre sus hombros un globo, la bóveda celeste de Atlas. En este caso, hay un elemento lúdico ya que Carlão lleva sobre sí lo que habitualmente acarrea, basura como envases de plástico de Coca-Cola. Sin embargo, el nombre de la fotografía, *Atlas (Carlão)* (Muniz, s.f.), nos aleja de la realidad del basural y nos remite al titán, adentrándonos en la historia de la cultura y el *high art*. Este juego que el artista despliega encierra también un mensaje, sobre todo, dentro del proyecto del que es parte: Carlão está bajo los desechos del mundo, es él, y con él todos los recolectores del vertedero, quienes limpian y reciclan los desperdicios del resto de los habitantes de Río de Janeiro. Son los recolectores los que cargan con las consecuencias del estilo de vida del resto de la ciudad y sobre quienes recae la posibilidad de reciclar elementos que la gente descartó para poder vivir. El nuevo Atlas, si bien tiene

también una tarea ardua, ya no sostiene el cielo, levanta en sus espaldas los desperdicios de la sociedad actual.

Este juego entre el objeto cotidiano, lo que ya existe, y el arte que comenzó con Marcel Duchamp y siguió en el *pop art* con Andy Warhol es tomado por Muniz también. Así como Warhol reproducía lo que veía a diario, latas de sopa y botellas de Coca-Cola, en sus cuadros, Vik Muniz utiliza los desperdicios para efectivamente armar su obra. Haciendo de la basura su materia prima, el artista brasilero compone nuevas imágenes, la inserta en un nuevo contexto donde deja de ser desecho y pasa a ser arte. Si fuera evidente que es basura, tal como dice Muniz, la esconderíamos y no le daríamos atención. Sin embargo, dentro de la obra, se transforma y el diseño nos atrae para mirar en detalle, sorprendernos y transmitirnos un mensaje.

En una entrevista en 2012, el artista explicaba:

Lo que hacemos los artistas contemporáneos nos da una movilidad social y geográfica muy grande. Un día estás en la basura, conversando con las personas que viven allí. Y tres días después en Londres, cenando con un millonario ruso que te encarga una obra. Yo encuentro interesantes las dos charlas. Esa cosa nómada me coloca en una posición muy privilegiada para relatar un mundo complejo, el mundo actual. (Muniz en Fernández Irusta, 2 de diciembre de 2012, párr. 3)

El mundo complejo es el mundo en el que se encontraban las dos cosas que en un principio Muniz no podía abarcar en su mente: el mundo humilde de sus padres y el exuberante mundo de los coleccionistas y compradores de arte. El diálogo que Muniz genera entre ambos no se da sólo en su persona, en conversar con los recolectores del basural y con

los millonarios. El encuentro del mundo complejo también se realizó observando su obra en el *Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro*, que fue visitada tanto por recolectores como coleccionistas, borrando las barreras que los separan y acercando al arte a aquellos que no lo conocen.

El hecho que Vik Muniz encuentre ambas charlas interesantes es porque en él están el niño humilde y el artista exitoso: “Mi background es muy parecido al de la mayoría de los jóvenes que viven en las favelas. Lo cierto es que tuve mucha suerte en mi vida. Trabajé mucho, también. (en Fernández Irusta, 2 de diciembre de 2012, párr. 9).

Aquí volvemos sobre el concepto de lugar de enunciación. Al tener el trasfondo de la pobreza y producir en Nueva York, Muniz se vincula de forma diferente con el arte. Este mundo complejo que en él se entrecruza aflora en sus producciones y proyectos, como *Spectaculu*, una escuela de arte y tecnología que tiene como objetivo acortar la brecha digital:

Tengo la sensación de que me llevo mucho más de lo que doy. No me gusta la idea de la filantropía. Doy mi tiempo, pero también me llevo algo; lo mismo les ocurre a ellos. No me involucro en proyectos sociales porque me sienta una bella persona o porque sea mejor que otros. Lo hago porque me genera placer participar de este modo en la sociedad. Tengo dinero y tiempo extra como para ser parte de estas iniciativas. Te aseguro que es algo que me genera más placer que comprarme un auto nuevo o ropa; eso ya lo hice. (Muniz en Fernández Irusta, 2 de diciembre de 2012, párr. 5)

Y aquí vuelve a aparecer la idea de placer que citamos anteriormente. A Muniz la causa placer pertenecer a los dos mundos y llevar adelante iniciativas que impacten en ambos, aspecto que está íntimamente vinculado con su ser rico y pobre a la vez. Así puede ir

respondiendo a sus inquietudes. ¿Para qué sirve su arte? Para unir el complejo mundo actual. ¿Qué hace su arte? Genera un espacio donde lo diferente se encuentra, atraviesa barreras y cuestiona sin incomodar.

Al usar los residuos como materia prima, la basura deja de ser desecho, algo no querido, pierde su rasgo distintivo y adquiere una nueva función y un nuevo significado. En un nuevo contexto y con una nueva mirada, nuestra percepción de la basura cambia. Esto que nos es cotidiano, de lo que habitualmente queremos deshacernos se transforma, de basura a arte, gracias al talento del artista. Entonces, como obra de arte, la basura que todos descartaban y algunos recogían para venderla y conseguir así una forma de sustento y a su vez, reutilizarla y contribuir con el cuidado del ambiente, pasa a entronizarse en museos y galerías. En sus obras con desechos, Vik Muniz une nuevamente dos mundo. El del descarte y el del tener, el del pobre que recoge los desperdicios para vivir y el del que puede comprarlos, una vez que se han transformado en arte. En un punto del *continuum* está el reciclador, el catador, de situación humilde y precaria, quien selecciona el material. Luego viene la actividad creadora de Muniz, quien ordena esos desechos para diseñar una nueva imagen y, al ponerle su firma y un nuevo nombre, darle nuevos significados. Y hacia el final del *continuum* encontramos a quienes observan la obra en museos y galerías, que pueden disfrutarla, aunque no todos podrán adquirirla. Ese último eslabón, aquel que adquiere la pieza, necesita tener poder económico.

De esta forma, en su serie *Imágenes de basura*, Muniz da a conocer los verdaderos rostros de la pobreza armados con el material con el que ellos trabajan, los descartes, al mundo. Muniz lleva la temática de la basura y del pobre que trabaja para reciclarla a los museos. Es en el museo y en la galería de arte donde visitantes, coleccionistas, funcionarios se

encuentran cara a cara con los rostros de otros, otros con menos recursos, menos oportunidades y más dificultades. Por eso, a quienes se enfrentan con sus producciones se les revela el mundo de la exclusión en América Latina. Hacia el final del documental *Waste Land*, Muniz lo explica:

Podría haber sido yo, podría haberme tocado a mí. (...) Yo nací en una familia de clase media baja de Brasil, de haberles ocurrido algo a mis padres, podría haber acabado en el vertedero. (...) Si te pones en su pellejo, vivir la vida pensando qué hacer para seguir vivo es muy duro. (Walker y Aynsley, 2010, min 1.23 – 1.25)

Hay detrás de la problemática del tratamiento de los residuos y de la baja calidad de vida de los vinculados a esta actividad una denuncia de las fracturas de nuestra compleja sociedad global. Así como Bauman planteaba que los *vagabundos* son la contracara de los *turistas*, la riqueza de muchos de los lugares donde Muniz llega con su obra y su mensaje y aquellos que pueden adquirirla es la contracara de la realidad del basural y la pobreza.

Muniz da a conocer una realidad que evidencia que la globalización no llega a todos de igual manera y que en el mundo aplanado de Friedman, ha habido cosas que han quedado en el camino, como la dignidad de muchas personas que viven hoy por debajo de la línea de la pobreza, como en Brasil. Muniz demuestra para los que sostienen que todos compiten de igual forma en la economía global que el progreso del último tiempo no ha mejorado la calidad de vida de todos los habitantes del planeta, que todavía hay una deuda pendiente.

II.3.2. FRANCISCO Y LA *CULTURA DEL DESCARTE*

En *Laudato si'*, Francisco pone en evidencia la estrecha unión entre pobreza y ecología que Muniz evoca en sus obras con basura. El proyecto del artista que buscaba promover el cambio social con personas de bajos recursos desde el material con el que trabajaban diariamente, y dar a conocer la realidad de los recolectores de material reciclable al resto del mundo que desconoce el destino que tienen los residuos que a diario arrojan en sus hogares, comparte el mensaje de Francisco. Para este último, la pobreza y la contaminación son evidencias de la cultura del descarte que caracteriza nuestro tiempo y la solución a ambos problemas, que parecieran diferentes, es la misma, lo que el Pontífice denomina una *ecología integral*.

El trabajo de Muniz en *Pictures of Garbage* (Imágenes de basura) retratado en el documental *Waste Land* revela a la sociedad global la existencia de una cultura del descarte que tiene dos caras diferentes. Por un lado, presenta la cultura del descarte desde la problemática ecológica, la existencia de grandes vertederos de basura que a diario reciben los residuos de enormes centros urbanos, muchos de ellos sin cultura de reciclado. En la actualidad, la problemática ecológica, y el tratamiento de la basura como parte de esta, es un gran desafío que enfrenta la sociedad global. Francisco explica que debido a la gran cantidad de basura que se produce año a año, “La tierra, nuestra casa, parece convertirse cada vez más en un inmenso depósito de porquería” (LS, 21). Para él, esto es resultado de la llamada *cultura del descarte*, “que afecta tanto a los seres humanos excluidos como a las cosas que

rápidamente se convierten en basura” (LS 22) y tiene su raíz en el sistema industrial actual, que no limita el uso de recursos no renovables, no modera el consumo ni maximiza la eficiencia del aprovechamiento, reutilizando o reciclando. Para Francisco, “la degradación ambiental y la degradación humana y ética están estrechamente vinculadas” (LS, 56). En esta cita el Pontífice nos revela la otra cara de la cultura del descarte, que considera a los seres humanos excluidos -los pobres, los ancianos, los discapacitados, los no-nacidos- como basura, como material desechable, como sujeto no digno de atención y de derecho. La máxima autoridad de la Iglesia Católica manifiesta su preocupación ante esta realidad de poco cuidado de la *casa común* debido a que considera que “el ser humano también es una criatura de este mundo, que tiene derecho a vivir y a ser feliz, y que además tiene una dignidad especialísima” (LS 43) por lo que hace un llamado urgente a revertir los efectos de la degradación ambiental y de los modelos de desarrollo que han llevado al mundo a este estado de contaminación y desigualdad.

Para Francisco, la problemática ecológica es central ya que sostiene que el ambiente humano y el ambiente natural se degradan juntos como consecuencia, entre otros factores, de la degradación ambiental si no ponemos atención a las causas que tienen que ver con la degradación humana y social. Este concepto nos permite entender por qué Francisco pone el eje de su doctrina en la solidaridad y el cuidado del pobre y del excluido. No es sólo porque “los más graves efectos de todas las agresiones ambientales los sufre la gente más pobre” (LS, 48) sino porque desde la mirada de la ecología integral, en la *casa común*, en nuestro mundo globalizado, todo está íntimamente relacionado, lo social, lo económico, lo político y lo ambiental y si se eliminan las causas de disfunciones en la economía mundial y se corrigen los modelos de desarrollo, se podrá garantizar un respeto al medio ambiente.

Para el Papa jesuita es imprescindible cambiar el modelo de desarrollo global, apostar por otro estilo de vida que no responda a un paradigma consumista y en el que la identidad no dependa del tener, del poseer.

Dado que el mercado tiende a crear un mecanismo compulsivo para colocar sus productos, las personas terminan sumergidas en la vorágine de las compras y los gastos innecesarios. El consumismo obsesivo es el reflejo subjetivo del paradigma tecnoeconómico. Ocurre lo que ya señalaba Romano Guardini: el ser humano ‘acepta los objetos y las formas de vida, tal como le son impuestos por la planificación y por los productos fabricados en serie y, después de todo, actúa así con el sentimiento de que eso es lo racional y lo acertado’. Tal paradigma hace creer a todos que son libres mientras tengan una supuesta libertad para consumir, cuando quienes en realidad poseen la libertad son los que integran la minoría que detenta el poder económico y financiero. (LS, 200)

En este punto hay una fuerte crítica de Francisco al consumo de la globalización del paradigma tecnocrático, como el autor la entiende. El modelo de mundo y de economía actual está basado en el consumo, algo que ya mencionamos al hablar de los principios de la globalización según Ander-Egg, en un consumo desmedido que no tiene en cuenta el equilibrio ecológico y las necesidades reales del ser humano. El consumir se ha vuelto un sinónimo de lo racional, de lo humano, lo que lleva a una seria falta de identidad y “Mientras más vacío está el corazón de la persona, más necesita objetos para comprar, poseer y consumir” (LS, 204), palabras que hacen eco de la mirada de Warhol del consumo en el sesenta y de Bauman refiriéndose al consumo en la actualidad. Palabras también que salen de la boca de Vik Muniz en la reflexión al final del documental *Waste Land*: “Cuando era pobre

sólo quería tener cosas materiales, quería tener cosas. Tuve que comprar muchas porquerías para liberarme de ese complejo” (Walker y Aynsley, 2010, min. 1.22-1.23). Es doloroso pensar que hay millones de personas en el mundo que carecen de lo mínimo para vivir y que ansían tener las cosas materiales que tanto necesitan. Pero es más doloroso aún que en el paradigma actual, que Francisco denomina *cultura del descarte*, al no poder acceder al consumo de esos bienes, al no poder consumir, se las excluya y se les niegue el derecho a ser una persona con derechos. Francisco detalló esta idea también en su visita a Sudamérica, en Bolivia en 2015, cuando en su homilía en Santa Cruz dijo:

En un corazón desesperado es muy fácil que gane espacio la lógica que pretende imponerse en el mundo, en todo el mundo, en nuestros días. Una lógica que busca transformar todo en objeto de cambio, todo en objeto de consumo, todo negociable. Una lógica que pretende dejar espacio a muy pocos, descartando a todos aquellos que no «producen», que no se los considera aptos o dignos porque aparentemente «no nos dan los números». (Francisco en Sudamérica, 9 de julio de 2015, pág. 48)

Con sus palabras Francisco hecha luz nuevamente sobre la situación de los pobres como excluidos, como dejados de lado en una sociedad que prioriza el consumir y el dinero. El que no produce y el que no consume, no sirve. El que no es un engranaje más en la cadena económica, es descartado, como la basura que llena los vertederos. Francisco considera que la *cultura del descarte* se origina en una ambición desmedida, en poner al dinero, y no a la persona, en el centro de la vida.

Se está castigando a la tierra, a los pueblos y las personas de un modo casi salvaje. Y detrás de tanto dolor, tanta muerte y destrucción, se huele el tufo de eso que Basilio de Cesarea llamaba «el estiércol del diablo»: la ambición desenfrenada de dinero que

gobierna. *Ese es el estiércol del diablo*. El servicio para el bien común queda relegado. Cuando el capital se convierte en ídolo y dirige las opciones de los seres humanos, cuando la avidez por el dinero tutela todo el sistema socioeconómico, arruina la sociedad, condena al hombre, lo convierte en esclavo, destruye la fraternidad interhumana, enfrenta pueblo contra pueblo y, como vemos, incluso pone en riesgo esta nuestra casa común. (Francisco en Sudamérica, 9 de julio de 2015, pág. 60)

Nuevamente aquí une la pobreza y la ecología: ambas son el resultado de un sistema socioeconómico que pone al dinero en el centro y deja de lado la dignidad de todas las personas y el uso responsable de los recursos ambientales. Si bien sus palabras pueden resultar duras y negativas, en su mensaje hay un claro interés de promover un cambio en las estructuras que permitan revertir esta situación de la cual somos todos responsables.

Quisiera advertir que no suele haber conciencia clara de los problemas que afectan particularmente a los excluidos. Ellos son la mayor parte del planeta, miles de millones de personas. Hoy están presentes en los debates políticos y económicos internacionales, pero frecuentemente parece que sus problemas se plantean como un apéndice, como una cuestión que se añade casi por obligación o de manera periférica, si es que no se los considera un mero daño colateral. (...) Pero hoy no podemos dejar de reconocer que *un verdadero planteo ecológico se convierte siempre en un planteo social*, que debe integrar la justicia en las discusiones sobre ambiente, para escuchar. (LS, 49)

Como línea de orientación y acción, Francisco propone primeramente la erradicación de la miseria y el desarrollo social de los países pobres fundados en una solidaridad de todos los

pueblos. En relación también a lo manifestado por Benhabib de que sea la comunidad internacional la que garantice los derechos y no sólo cada estado, Francisco asevera: “Urgen acuerdos internacionales que se cumplan, dada la fragilidad de las instancias locales para intervenir de modo eficaz” (*LS*, 173). Es propio de la globalización la búsqueda de soluciones globales y transnacionales para hacer frente a desafíos comunes. “La inequidad no afecta sólo a individuos, sino a países enteros, y obliga a pensar en una ética de las relaciones internacionales” (*LS*, 51). En su paso por Bolivia, el Sumo Pontífice volvió a destacar la relevancia de la acción internacional para la solución de los problemas globales, rechazando los nuevos colonialismos y enfatizando que esta acción no debe imponerse a los estados, sino que se debe respetar su soberanía.

Hay que reconocer que ninguno de los graves problemas de la humanidad se puede resolver sin interacción entre los Estados y los pueblos a nivel internacional. Todo acto de envergadura realizado en una parte del planeta repercute en todo en términos económicos, ecológicos, sociales y culturales. Hasta el crimen y la violencia se han globalizado. Por ello ningún gobierno puede actuar al margen de una responsabilidad común.

Si realmente queremos un cambio positivo, tenemos que asumir humildemente nuestra interdependencia, es decir, nuestra sana interdependencia. Pero interacción no es sinónimo de imposición, no es subordinación de unos en función de los intereses de otros. (Francisco en Sudamérica, 9 de julio de 2015, pág. 68)

Sin embargo, Francisco considera que cada persona, independiente del lugar que ocupe, puede ser agente de cambio. Y esta es una idea central en su mensaje a los movimientos sociales.

¿Qué puedo hacer yo, cartonero, catadora, pepenador, recicladora frente a tantos problemas si apenas gano para comer? ¿Qué puedo hacer yo artesano, vendedor ambulante, transportista, trabajador excluido si ni siquiera tengo derechos laborales? (...) *Pueden hacer mucho*. Pueden hacer mucho. Ustedes, los más humildes, los explotados, los pobres y excluidos, pueden y hacen mucho. (Francisco en Sudamérica, 9 de julio de 2015, págs. 60-61)

Propone, así, la tarea de poner la economía al servicio de las personas y no del dinero, para evitar que el dinero reine, excluya y destruya la Madre Tierra. Para Francisco, “El cuidado de la naturaleza es parte de un estilo de vida que implica capacidad de convivencia y comunión. (...) Hace falta volver a sentir que nos necesitamos unos a otros, que tenemos una responsabilidad por los demás y por el mundo” (LS, 228-229). Este último llamado invita a revertir la *cultura del descarte* que atenta contra la dignidad de las personas y el cuidado de la naturaleza, *la casa común*.

II.4. CONCLUSIONES

Comenzamos este capítulo abordando la globalización como homogeneización y revelando las fracturas y conflictos que asomaban al estudiar el proceso. Autores que escriben

desde diversos lugares de enunciación como Costa Picazo, Ander-Egg, Friedman y García Canclini alertaban sobre los desgarramientos que tienen lugar cuando los modelos económicos y culturales entran en el juego de la globalización. Desde el arte de Muniz pudimos conocer las denuncias que, este brasilero de origen humilde produce desde Nueva York, eleva mediante sus obras, dando a conocer a aquellos que visitan los grandes museos y más relevantes galerías las realidades que emergen cuando las fronteras permeables se cierran y cuando las sociedades excluyen. Pusimos en diálogo los conceptos vertidos por Muniz en sus obras con la propuesta filosófica de Benhabib (desde Arendt) del “derecho a tener derechos” y de la necesidad de que sea la comunidad internacional quien se implique en su búsqueda. También estudiamos en reiteradas oportunidades la moral de Francisco quien aboga fuertemente por el fin de la *sociedad del descarte*, marcada por el consumo desmedido, y por el cuidado de la *casa común*, que implica una ecología integral que tiene en cuenta tanto a los excluidos como a la naturaleza. En sus peregrinaciones fuera de Roma, Francisco lleva el mensaje del cuidado del otro, migrante, pobre, excluido, necesitado. En sus exposiciones por el mundo, Muniz recuerda la existencia de fracturas, de dolores, de desgarros en la globalización.

CONCLUSIONES

A lo largo de este trabajo hemos intentado poner en diálogo la cultura desde el arte, la filosofía y la religión para poder echar luz sobre el fenómeno de la globalización. En la conclusión nos gustaría responder la siguiente pregunta: después de lo analizado, ¿qué perspectivas de la globalización nos ofrecen Jeff Koons y Viz Muniz? Lo primero que podemos concluir es que en las obras de ambos artistas la temática del consumo está presente, lo que revela que el consumo, como aspecto del capitalismo, es una característica constitutiva de la globalización. Quienes se globalizan, compran, consumen, y luego, descartan. Sin embargo, esta temática está abordada de manera muy diversa en Koons y Muniz.

Comencemos por Jeff Koons. Este artista *pop* estadounidense, claro exponente de la tradición del Pop de su país, celebra el modelo cultural estadounidense, marcado fuertemente por el consumo. Hay en sus obras hechas *a la manera* Warhol, con un séquito de colaboradores y reproducidas idénticamente, un reflejo de la producción en masa, ya no de alimentos u objetos, sino de cultura. Sus producciones son para él parte de una cultura democrática, fácil de entender y absorber, que no requiere esfuerzo ni preparación, sólo un momentáneo disfrute, típico del reflejo consumista global. Hay también en sus obras un llamativo colorido atractivo muy cercano a la estética de *Disneyland*, tal como lo sostenían sus críticos colegas franceses, que hace eco de los gustos norteamericanos, los que tan bien supo captar Warhol. En esta cercanía con el arte de Warhol, Koons evoca y celebra el modelo de consumo norteamericano, y al hacerlo, lo expande en sus exposiciones e instalaciones por

el mundo. Llega con su celebración colorida y efímera a diversos rincones del planeta y quiere instalarse, como en París, en algunos sitios icónicos de la cultura para recordar a todos su presencia. A través de este modelo, hay una evidencia de una globalización entendida como americanización, es decir, como la expansión del modelo cultural estadounidense que se cristaliza sobre todo en la expansión del capitalismo, y con éste, del consumo. El tinte norteamericano en sus obras no está dado solo por la vinculación histórica que une la sociedad de consumo con el país del norte, sino también porque, tal como lo explicamos en el Capítulo I, dicho país hizo de la democratización del consumo a partir de la década del sesenta, un símbolo de la democracia, de la igualdad entre todos sus habitantes. Koons con sus obras permite que todos disfruten y hace que objetos banales, cotidianos de consumo, como los globos inflables, triunfen en una sociedad de consumo global, criticada fuertemente en la filosofía de Bauman.

Sin embargo, Muniz en muchas de sus series se aleja de la línea anterior tal como lo mencionamos en el capítulo II. Aunque en ocasiones trabaje desde Nueva York y se haya definido a sí mismo como un artista norteamericano, presenta otra perspectiva de la globalización diferente de la de Koons. En algunas de sus obras, como en *Pictures of Garbage* (Imágenes de basura) el artista brasileño pone en evidencia la realidad social latinoamericana, creando obras de arte con basura en colaboración con los trabajadores del basural, haciendo referencia a la exclusión social y alertando sobre sus consecuencias. Muniz da a conocer en esta serie los desgarros de la globalización evidenciando la desigualdad y la necesidad de una mayor concientización del cuidado del medioambiente. En este trabajo hemos analizado también su mirada sobre la migración. Tanto pobres como migrantes son los excluidos de la globalización que promueve el consumo y la prosperidad económica. Pobres

y migrantes, los *vagabundos*, son los que emergen por las fracturas de este proceso de aplanamiento y nivelación de los individuos del globo, quienes luchan por permanecer en la carrera del paradigma tecnoeconómico propulsada por el afán de tener. Sin embargo, como una paradoja, es gracias a que *el campo de juego se nivela*, que individuos diversos logran manejar las herramientas y competir en los mercados de la globalización, que pueden dar a conocer, denunciar, al resto las otras caras de una globalización que, en una avidez de riqueza desmedida, además discrimina contra la naturaleza.

Muniz, distinto de Koons, asume una tarea: la de promover el cambio en esta sociedad global. Hay en sus obras un llamado a la acción, no sólo por la forma en que las realiza sino también por los materiales que utiliza, una invitación a la reflexión, que es parte también de su estudio de la percepción y a la transformación, que lleva adelante con proyectos como el de *Waste Land*. En el uso que hace con los materiales, en sus composiciones hay siempre un desafío, apela a que el espectador cambie de mirada para captar la imagen y lo que compone la imagen, es un juego que obliga a quien la ve, a moverse, a no permanecer como estaba. Esa es la actitud a la que invita también al dar a conocer los lados oscuros de la globalización que excluye, *descarta* a quien no sirve en el engranaje, un mensaje muy similar al de Francisco. El Sumo Pontífice llama al fin de la *globalización de la indiferencia* y propone una ecología integral, que implica tanto el cuidado del pobre, el migrante y el excluido como el del planeta, la *casa común*. Quien dialoga con Muniz a través de su arte, recibe la invitación a ser parte de una nueva globalización, que, a través de sus fracturas, va perdiendo ese tinte marcadamente norteamericano y se va transformando.

Las obras analizadas de los artistas nos presentan dos perspectivas del fenómeno de globalización: la celebración y las fracturas producto de su transformación. A su vez, los

diálogos que éstas entablan con el mundo de la filosofía y la cultura ponen de manifiesto que estas perspectivas están también presentes en las otras disciplinas y, en ocasiones, tienen mensajes similares. Creemos que permitir el intercambio entre tres campos disciplinares es de gran contribución teórica para finalizar una Maestría en Filosofía, Religión y Cultura Contemporánea.

REFERENCIAS

- Ander-Egg, E. (2010). *Globalización, el proceso en el que estamos metidos*. Editorial Brujas.
- Andy Warhol. Exhibition guide. (2020). Tate. <https://www.tate.org.uk/whats-on/tate-modern/exhibition/andy-warhol/exhibition-guide>
- Arfuch, L. (2008). Representación. En Altamirano, C. (Dir), *Términos críticos de sociología de la cultura* (págs. 206-209). Paidós.
- Battistozzi, A. M. (26 de abril de 2016). Koons y su fetiche de acero inoxidable. *Clarín Revista Ñ*.
https://www.clarin.com/rn/arte/Koons-fetiche-acero-inoxidable_0_SJFkznODQe.html
- Bauman, Z. (1999). *La Globalización. Consecuencias humanas*. Fondo de Cultura Económica de Argentina, S.A.
- Bauman, Z. (2008). *Tiempos líquidos. Vivir en una época de incertidumbre*. Tusquets Editores México.
- Bauman, Z. (30 de agosto de 2013). Zygmunt Bauman: la cultura en la era del consumo. *La Nación*.
<https://www.lanacion.com.ar/1615061-zygmunt-bauman-la-cultura-en-la-era-del-consumo>
- Barrett, T. (2000) “About Art Interpretation for Art Education”. En *Studies in Art Education*, Vol. 42, N°1, 5-19.
- Benhabib, S. (2004). *Los derechos de los otros. Extranjeros, residentes y ciudadanos*. Editorial Gedisa, SA.
- Benhabib, S. (2008). Otro universalismo: Sobre la unidad y diversidad de los derechos humanos. *ISEGORÍA. Revista de Filosofía Moral y Política* N.º 39, 175-203.
<http://isegoria.revistas.csic.es/index.php/isegoria/article/view/627/628>

- Cascone, S. (25 de enero de 2018). It Belongs ‘In Front of Trump Tower’: The French Art World Continues to Slam Jeff Koons’s Paris Memorial. *Arnet*. <https://news.artnet.com/art-world/jeff-koons-paris-memorial-backlash-1205750>).
- Consejo de Europa. (7 de mayo de 2008). Libro Blanco sobre el Diálogo Intercultural “Vivir juntos con igual dignidad”. *Consejo de Europa*. https://www.coe.int/t/dg4/intercultural/Source/Pub_White_Paper/WhitePaper_ID_SpanishVersion.pdf
- Corradini, L. (28 de mayo de 2017). Mutación: occidente, ante el desafío de un terrorismo global de tercera generación. *La Nación*, <https://www.lanacion.com.ar/2028037-mutacion-occidente-ante-el-desafio-de-un-terrorismo-global-de-tercera-generacion>
- Costa Picazo, R. (2001). De la globalización, el multiculturalismo y otros enfoques actuales. En Elgue de Martini, C. y M. Carballo (Eds.), *América desde la Contemporaneidad: Norte(s) y Sur(es)* (págs. 13-26). Comunicarte, Asociación Argentina de Literatura Comparada y Facultad de Lenguas.
- Cué, E. (25 de junio de 2016). Jeff Koons: «El arte es una percepción de tus propias posibilidades». *ABC Cultura*. https://www.abc.es/cultura/arte/abci-jeff-koons-arte-percepcion-propias-posibilidades-201606251431_noticia.html?ref=https:%2F%2Fwww.google.com%2F
- Dafoe, T. (29 de enero 2018). Jeff Koons’s Production Company Defends His Controversial Paris Memorial Against Fierce Backlash. *Arnet*. <https://news.artnet.com/art-world/jeff-koons-paris-memorial-backlash-2-1210118>).
- Discurso íntegro de George W. Bush. (21 de septiembre de 2001). *ABC*. https://www.abc.es/hemeroteca/historico-21-09-2001/abc/Internacional/discurso-integro-de-george-bush_48322.html
- Eagleton, T. (1996). Preface. *The Illusions of Postmodernism* (págs. vii-x). Blackwell Publishing.

- Fernández Irusta, D. (2 de diciembre de 2012). De las favelas de Río a los millones de Christie's. *La Nación*. <https://www.lanacion.com.ar/1532465-DE-LAS-FAVELAS-DE-RIO-A-LOS-MILLONES-DE-CHRISTIES>.
- Francisco. (8 de julio de 2013). Visita a Lampedusa. Homilía del Santo Padre Francisco [Homilía]. *La Santa Sede*. https://w2.vatican.va/content/francesco/es/homilies/2013/documents/papa-francesco_20130708_omelia-lampedusa.pdf.
- Francisco. (2015). *Laudato si'*: carta encíclica sobre el cuidado de la casa común. Ágape Libros.
- Francisco en Sudamérica [Discursos]. (9 de julio de 2015). *Aciprensa*.
<https://www.aciprensa.com/ebooks/FranciscoenSudamerica2015.pdf>
- Francisco. (24 de septiembre de 2015). Visita al Congreso de los Estados Unidos de América, Discurso del Santo Padre [Discurso]. *Santa Sede*.
http://w2.vatican.va/content/francesco/es/speeches/2015/september/documents/papa-francesco_20150924_usa-us-congress.pdf
- Francisco. (26 de septiembre de 2015). Encuentro por la libertad religiosa con la comunidad hispana y otros inmigrantes [Discurso]. *Santa Sede*.
http://w2.vatican.va/content/francesco/es/speeches/2015/september/documents/papa-francesco_20150926_usa-liberta-religiosa.pdf
- Francisco. (2016). *Amoris Laetitia: exhortación apostólica postsinodal sobre el amor en la familia*. Conferencia Episcopal Argentina Oficina del Libro.
- Francisco. (14 de enero de 2018) Mensaje del Santo Padre Francisco para la Jornada Mundial del Migrante y del Refugiado 2018 [Discurso]. *La Santa Sede*.
http://w2.vatican.va/content/francesco/es/messages/migration/documents/papa-francesco_20170815_world-migrants-day-2018.pdf
- Friedman, T. (2008). *La Tierra es plana*. Booket.

García Canclini, N. (2005). *La globalización imaginada*. Paidós.

Guercino, G. (1646). *Atlas sosteniendo el globo*. [Pintura]

[https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Atlas_holding_up_the_celestial_globe_-_Guercino_\(1646\).jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Atlas_holding_up_the_celestial_globe_-_Guercino_(1646).jpg)

Horkheimer, M. y Adorno, T. (1994). La industria cultural. Ilustración como engaño de masas.

Dialéctica de la Ilustración. Fragmentos filosóficos (págs. 165-212). Ed. Trotta, S.A.

Jameson, F. (1991). *Postmodernism, Or the Cultural Logic of Late Capitalism*. Duke University Press.

Koons, J. (1979). *Inflatable flower and bunny* [Instalación]. Jeff Koons.

<http://www.jeffkoons.com/artwork/inflatables/inflatable-flower-and-bunny-tall-white-pink-bunny>

Koons, J. (1994-2000). *Balloon Dog* [Instalación]. Jeff Koons.

<http://www.jeffkoons.com/artwork/celebration/balloon-dog-0>

Koons, J. (1995-2004). *Tulips* [Instalación]. Jeff Koons.

<http://www.jeffkoons.com/artwork/celebration/tulips-0>

Koons, J. (1994-2005). *Diamond* [Instalación]. Jeff Koons.

<http://www.jeffkoons.com/artwork/celebration/diamond>

Koons, J. (2007). *Rabbit. Macy's Thanksgiving Day Parade Balloon*. [Instalación]. Jeff Koons.

<http://www.jeffkoons.com/artwork/projects/rabbit-%E2%80%93-macys-thanksgiving-day-parade-balloon>

Koons, J. (2016-2019). *Bouquet of tulips*. [Instalación]. Jeff Koons.

<http://www.jeffkoons.com/artwork/bouquet-of-tulips>

La tragedia de Lampedusa y los naufragios más graves en el Mediterráneo (19 de abril de 2015).

ABC.es. <https://www.abc.es/internacional/20150419/abci-inmigrantes-muertos-201504191054.html>

Livingstone, M. (2001) American Pop. 1960-1962. *Pop Art. A Continuing History* (págs.. 63-91).

Thames & Hudson.

Lesser, C. (1 de julio de 2014). How Jeff Koons Inspires Awe, Outrage, and Ultimately Makes Art

You Will Remember. *Artsy*. <https://www.artsy.net/article/calesser-how-jeff-koons-inspires-awe-outrage-and>

Lucie-Smith, E. (1990). Pop Art. En Stangos, N. (Ed.) *Concepts of Modern Art* (págs. 225-238).

Thames & Hudson Ltd.

Marwick, A. (1998). *The Sixties. Cultural Revolution in Britain, France, Italy, and the United States, c. 1958 –c. 1974*. OUP.

Masoero, A. (2005). Andy Warhol: su vida, sus obras. *Andy Warhol*. En *Exposición antológica de su obra gráfica, documentos y films* [Catálogo] (págs. 7-21). Fondazione Antonio Mazzotta.

Mirrett, L. (n.d). *Louis Vuitton // Jeff Koons*. [Página web] <http://www.lewisirrett.com/louis-vuitton-jeff-koons>

Muniz, V. (s.f.) *Atlas, After Giovanni Francesco Barbieri (Il Guercino)* [Fotografía]. Vik Muniz.

<http://vikmuniz.net/pt/gallery/junk>

Muniz, V. (s.f.) *Atlas (Carlão)* [Fotografía] Vik Muniz. <http://vikmuniz.net/pt/gallery/garbage>

Muniz, V. (2011). *The Illusionist* [Video]. Vik Muniz. <http://vikmuniz.net/library/vik-muniz-the-illusionist-2>

Muniz, V. (2015). Class Dismissed: Art, creativity and education. *Vik Muniz* [Artículo].

<https://vikmuniz.net/library/class-dismissed-art-creativity-and-education>

Muniz, V. (2015). *Lampedusa*. [Instalación]. Vik Muniz. http://vikmuniz.net/wp-content/uploads/2015/04/LAMPEDUSA-photos-by-Vik-Muniz_5.jpg

Olascoaga, A. (31 de enero de 2019). El gran especulador. *Gatopardo*. <https://gatopardo.com/arte-y-cultura/jeff-koons-wall-street/>

- Ortiz, R. (2005). Cultura, comunicación y masa. *Otro territorio. Ensayos sobre el mundo contemporáneo* (págs. 91-125). Universidad Nacional de Quilmes.
- Ortiz, R. (2008a). Globalización/mundialización. En Altamirano, C. (Dir.). *Términos críticos de sociología de la cultura* (págs. 105 – 111). Paidós.
- Ortiz, R. (2008b). Imperialismo Cultural. En Altamirano, C. (Dir.). *Términos críticos de sociología de la cultura* (págs. 140-146). Paidós.
- Pereira Gonzalez, J. M. y Villadiego Prins, M. (Eds.). (2003). Comunicación, cultura y globalización. *Comunicación, cultura y globalización: memorias/Cátedra Unesco de Comunicación* (págs. 11-22). CEJA.
- Pictures of Junk – Sikkema Jenkins & Co. (2006) *Vik Muniz* [Reseña de la exposición].
<http://vikmuniz.net/gallery/junk>.
- Ravasi, L. (2005). Andy Warhol: Obra gráfica y otras cosas. *Andy Warhol. En Exposición antológica de su obra gráfica, documentos y films* [Catálogo]. (págs. 89-98). Fondazione Antonio Mazzotta.
- Rea, N. (11 de octubre de 2018). New Life for Jeff Koons's Tulips? The Artist Will Consider alternative Sites in Paris for His Devisive Sculpture. *Artnet*. <https://news.artnet.com/art-world/jeff-koons-paris-tulips-locations-1369330>
- Revilla Montoya, P. C. (2005) El terrorismo global. Inicio, desafíos y medios político-jurídicos de enfrentamiento. *Anuario Mexicano de Derecho Internacional*, Vol. 5, 405-424.
<https://revistas.juridicas.unam.mx/index.php/derecho-internacional/article/view/125/190>
- Scholte, J. A. (2000). *Globalization: A Critical Introduction*. Palgrave.
- Tarmy, J. (3 de noviembre de 2017). Jeff Koons on the True Price of Being an Artist. *Bloomberg*.
<https://www.bloomberg.com/news/articles/2017-11-03/jeff-koons-on-the-true-price-of-being-an-artist>.

Tate. (2020). Readymade. In *Art Term*. <https://www.tate.org.uk/art/art-terms/r/readymade>

The Turnaround Artist. Jeff Koons, up from banality. (23 de abril de 2007). *New Yorker*.

<https://www.newyorker.com/magazine/2007/04/23/the-turnaround-artist>

U.S. Artist Jeff Koons Offers *Bouquet of Tulips* to the City of Paris and the People of France as a Symbol of Friendship. (21 de noviembre de 2016). *Embajada de los Estados Unidos en Francia* [Comunicado oficial]

<https://fr.usembassy.gov/wpcontent/uploads/sites/50/2017/03/KoonsPressReleaseEnglish.pdf>

Walker, L (Productora) y Angus Aynsley (Dir.) (2010). *Waste Land* [Película]. Almega Projects y O2 Filmes.

Wechsler, D. B. (2015). *Vik Muniz. Buenos Aires* [Catálogo]. UNTREF.

Warhol, A. (1962). *Green Coca-Cola Bottles*. [Pintura]. Whitney Museum of American Art.

<https://whitney.org/collection/works/3253>

Warhol, A. (1966). *Silver Clouds* [Instalación]. Castelli Gallery.

<https://www.castelligallery.com/exhibitions/andy-warhol8?view=slider>