

# DE LA MEMORIA AL EVENTO

## *El museo va al mercado*

por Horst Kurnitsky\*

“En este momento estamos en condiciones de tener un total acceso al patrimonio cultural de la humanidad. Con ello no sólo me refiero a catálogos, libros o al inventario de archivos y museos —lo cual también sería posible—, sino al acceso a los objetos mismos —en su completa reproducción virtual”, afirmó David Bearman, del Getty Art History Information Program, en mayo de 1995, durante un congreso en el Science Museum de Londres.<sup>1</sup> “Participamos en la omniabarcante catedral de la sabiduría humana y de la memoria”, es la opinión de eufóricos museólogos que esperan de los medios electrónicos la realización de un antiguo sueño. “Cuando en este repositorio de la cultura internacional de la humanidad encontremos una canción, la escucharemos. Cuando busquemos un cuadro, lo veremos. Cuando queramos estudiar un edificio, podremos caminar a través de él. Todas estas experiencias se pueden ampliar como se quiera con las experiencias de la vida de otros tiempos, de otros lugares y de otras culturas. El acceso digital a la sabiduría de los museos verdaderamente nos va a enriquecer.” Nos va a enriquecer, en inglés “Make us RICHer”,

es un juego de palabras que contiene las siglas de este Repository of the International Culture of Humanity. R-I-C-H.

Todo lo anterior lo delata la propaganda que hacen los hábiles intermediarios que comercian con este tipo de entretenimiento: “Bienvenidos a la página Web del ComPart dedicada a Roma 2000. Aquí usted puede ver Roma en realidad virtual desde su computadora.” O bien, puede “visitar los museos virtuales y ver el Smithsonian Museum y el Vaticano en un mismo día”. ¿Será esto una amplificación, una revisión, una orientación totalmente nueva del museo? ¿O tan sólo significa que el museo se va al mercado?

Cuando echamos una mirada al Internet aparece un inmenso depósito de documentos, de imágenes, sonidos y texto que nos abre el completo acceso al mundo de las curiosidades visuales y auditivas. Solamente la Virtual Art Gallery<sup>2</sup> —abierta las 24 horas, los siete días en la semana,— con entrada libre, nos ofrece el acceso a museos como el Louvre (Leonardo Da Vinci, Marc Chagall, Jean Renoir, Henry Matisse, Vincent Van Gogh), el Andy Warhol Museum (Campbell Soup, Marilyn, el Velvet

---

\* Universidad Libre de Berlín

<sup>1</sup> David Bearman, Museum Strategies for Success on the Internet, <http://www.nmsi.ac.uk/infosh/bearman.htm>, 9.5.1995

<sup>2</sup> Virtual Art Gallery, <http://www.ftp.clark.net/pub/borg/art/home/html>

---



Museum für Gegenwartskunst, Berlín, Alemania.

Underground of Pop Culture) —o el Russian Fine Art Gallery (“Tour Russia’s Contemporary Art Museums, lots of great pictures”). También podemos bajar los “Celebrity Rubbings from the Grave” (Jimi Hendrix, Marilyn Monroe y Bruce Lee): el mundo en la caja de la computadora, textos e imágenes en miniatura, como los conocemos en los acordeones de minifotos del recuerdo que se venden frente a los monumentos y lugares de interés para los turistas en todo el mundo.<sup>3</sup>

---

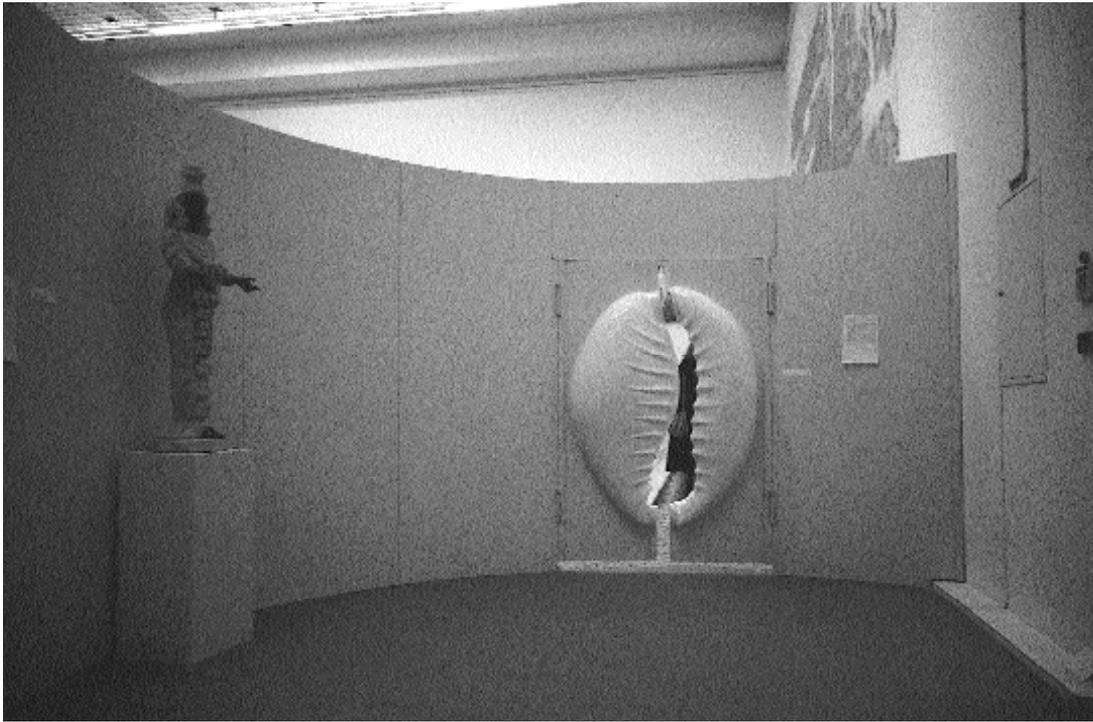
<sup>3</sup> En este tono se puso también el periódico *La Jornada*: “Para millones de personas, Internet ha sustituido los viajes nacionales e internacionales, la investigación en bibliotecas y hemerotecas, el intercambio comercial y la degustación del café vespertino al lado de una buena compañía. Así, las visitas virtuales a museos, instituciones y dependencias, las charlas a través de los servicios chat y la investigación social y científica a través del ciberespacio se han convertido en las nuevas formas de interacción humana.” 27 de octubre de 1998.

En 1996, el Ministerio de Cultura francés publicó en su página Web la *Découverte d’une Grotte ornée Paléolithique*,<sup>4</sup> una gruta cerca de Vallon-Pont-d’Arc, Ardèche, en los Alpes mediterráneos. Esta gruta había sido recientemente descubierta en el invierno 1994-1995. Por razones de conservación, el acceso público no estaba permitido, como tampoco a la gruta de Lascaux, cuya réplica en resina sintética ha viajado por el mundo desde hace 25 años. La de Vallon podría ser comparable a la de Lascaux e incluso ser más impresionante.

En un corto texto ilustrado con imágenes se describe el complejo de cuevas de Vallon de cientos de metros de largo: grandes galerías que llegan a abrirse 4 por 5 metros conectan

---

<sup>4</sup> Ministère de la Culture-Direction Patrimoine, <http://www.culture.fr/culture/gypda.htm>



Jürgen Harten, Horst Kurnitzky: Museo del Dinero, 1978, Entrada, Kunsthalle Düsseldorf, Alemania.

con salas enormes de hasta 30 por 20 metros. Estas están decoradas con pinturas e incisiones que representan animales, solos o en grupos de hasta más de 50, cuyo tamaño va del medio metro hasta los 2 metros. En total se han descubierto más de 200 pinturas, dibujos y/o incisiones en negro o rojo ocre. Después el texto hace una más o menos completa enumeración de las especies de animales que están representadas: caballos, rinocerontes, leones, bisontes, toros salvajes, osos, panteras, mamuts, cabras montesas, etcétera, y que, junto con símbolos, decoran una galería de cientos de metros. En el texto se hacen unas anotaciones técnicas y otra vez descripciones de las figuras, de cuáles animales están en qué posturas. Muchas veces se puede reconocer el sexo, o bien un rinoceronte con un cuerno desproporcionado, signos abstractos, medios círculos, impresiones de manos. Lugares de fogata, restos de

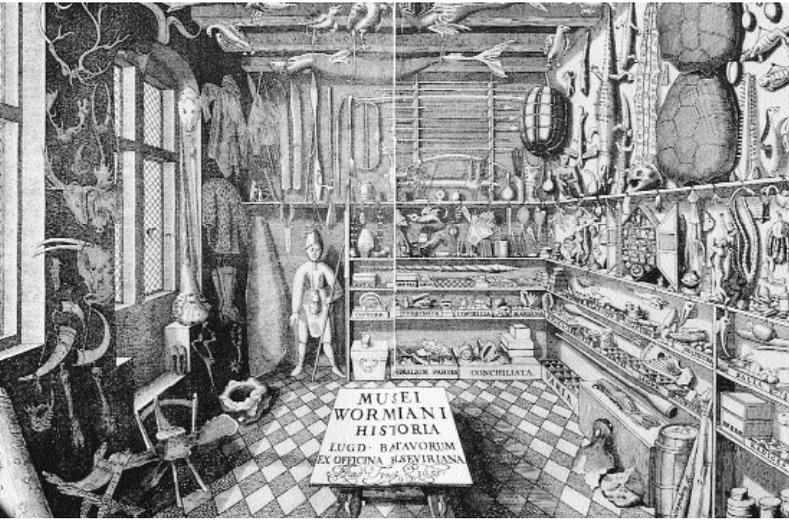
antorchas, sílex para hacer fuego, arreglos de piedras, y restos de animales, bolas de barro, óxido de hierro y magnesio para colorear nos hacen pensar en la presencia de seres humanos. Carlo Ginzburg<sup>5</sup> habría detectado las huellas de cazadores y rituales de caza; el psicoanálisis la habría interpretado como una cueva-útero con representaciones del nacimiento de una civilización.

Obviamente ese era un lugar de culto, pero los asesores del Ministerio de Cultura sólo vieron escenas de caza del sur de Francia, quizá un lugar de campamento. Por supuesto es arte: los dibujos negros parecen familiares. En el texto se dice que la composición de los espacios y, sobre todo, el arte magistral relacionado con las técnicas usadas en

---

<sup>5</sup> Carlo Ginzburg, *Spurensicherung*, DTV, Munich, 1988.

representaciones de animales indican una sola factura y que podría ser la gran obra de un maestro de dibujo a rayas.<sup>6</sup> Esta opinión de los museólogos del Ministerio sigue el mismo espíritu de los años veinte, cuando, sin tomar en cuenta su función como lugares de culto, se creía ver una correspondencia entre el arte de



Museo Wormianum 1655, Leiden, Holanda

la modernidad contemporánea y las imágenes de las cuevas del paleolítico. Lo cierto es que fue el arte de la modernidad, fascinado por los descubrimientos arqueológicos, el que estilizó las imágenes del paleolítico *ex post facto* en antecesoras y las explotó como proveedoras de ideas formales. Se puede sólo pensar en Miró, para poner otro ejemplo, en los cubistas como Braque y Picasso y su relación con la plástica africana,<sup>7</sup> la cual, a principios de este siglo, llegó de las colonias a las galerías europeas y a las salas de las casas.

En realidad, los aparentemente magistrales

<sup>6</sup> Ministère de la Culture- Direction du Patrimoine, *op. cit.*

<sup>7</sup> Carl Einstein, “Negerplastik”, en *Obras*, tomo I, Medusa, Berlín, 1980, pp. 245-263.

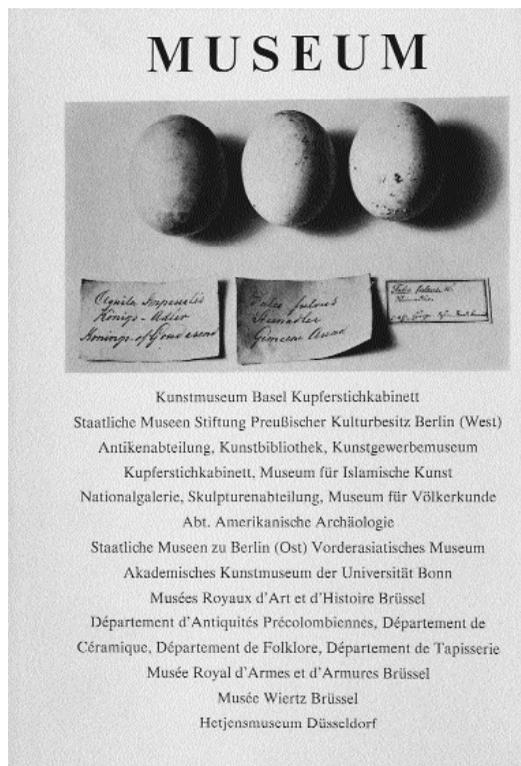
dibujos de la cueva de Vallon-Pont-d’Arc nos deben llevar a pensar en ceremonias de culto que durante un largo tiempo fueron celebradas de la misma manera usando los mismos dibujos y símbolos para la representación de los contenidos de ese culto. La abstracción no sólo resulta de repeticiones infinitas sino también de un paulatino acercamiento a lo esencial: al centro del culto, donde la más elevada abstracción se relaciona directamente con el fundamento emocional, con el conflicto pulsional. Por eso, hoy en día, una simple cruz se puede relacionar con un complejo culto de sacrificio y con el intento de superación. Tres cruces traza quien no sabe escribir pero jura frente al sacrificio cumplir con un contrato o solamente declarar su acuerdo con un hecho.

La fuerza de atracción que la imagen en la pantalla le genera al espectador produce una relación psíquica entre el Museo de la Red y un lugar paleolítico de culto. Eso no se refiere al interés que siempre provoca una imagen poco nítida —ahí donde no se ve nada, se tiene que fijar bien la vista—, sino a la atracción de las imágenes del video que realmente absorben al espectador de la pantalla. Quizá sea el incuestionable analfabetismo óptico y la ausencia de pretensiones estéticas de lo dispuesto para el consumo lo que produce, justamente, la atracción de las imágenes de video. ¿Acaso se trata de un lugar de culto moderno, una hoguera paleolítica del siglo XX y XXI, como sospechó McLuhan? El éxito de los medios electrónicos, que están en proceso de tomar el mercado de la *Global Village* bajo su custodia, así como el ingreso de muchos museos a la red universal nos hacen sospechar que no se trata sólo de un desarrollo al servicio de la economía y la sociedad que permite la amplificación del espacio y el tiempo y el rápido acceso a cualquier lugar del mundo, es decir, un nuevo medio de transporte y

comunicación, sino que visiblemente se trata de un cambio de relaciones y estructuras económicas y sociales que están conduciendo a la sociedad por nuevos rumbos. Este desarrollo merece nuestra atención.

Museo es una palabra tornasolada. Si pensamos en los grandes museos que han instalado las naciones para su autocomposición —Louvre, Museo Británico, Museo Pergamon, Galerías Nacionales, Smithsonian, etcétera— entonces reconocemos los templos del tesoro como sus antepasados, situados en la antigüedad en los grandes lugares de culto, y las cámaras de arte o de las maravillas, que desde el Renacimiento instalaron coleccionistas europeos por razones de afición o patológicas; pero también reconocemos el gesto imperial que habla por la planta arquitectónica y la colección de los grandes museos del siglo XIX que delatan cómo su visión del mundo quería apropiarse también de él. Napoleón ordenó el transporte de los tesoros egipcios al Louvre y el imperio británico al Museo Británico, donde actualmente cuerpos expedicionarios buscan en las bodegas objetos desconocidos que por la prisa recolectora quedaron sin registrar, mientras que Berlín llenó los museos mediante el recurso del dinero y las palabras insistentes, quizá también mediante fuerza diplomática, al tiempo que intentó elevar la nación cultural al nivel de una nación cultural mundial. Común a todos estos museos es la incorporación material del mundo, que sólo así apropiado contribuyó a proporcionar un fundamento seguro al concepto del mundo de los imperios.

La función de los grandes museos, ser templos de tesoros para reunir el botín del pillaje —el pleito permanente con los países de origen sobre los derechos de propiedad, no deja ninguna duda sobre el asunto—, pone a los museos en relación con el mito y muestra que con estas instituciones fueron



Marcel Broodthaers, *Der Adler vom Oligozän bis heute*, Musée d'Art Moderne Département des Aigles, 1972, Kunsthalle Düsseldorf, Alemania.

legados a la posteridad no solamente los bienes históricos de la cultura sino también un conflicto pulsional formador de toda cultura. Según el mito, Hermes, el patrono del mercado, empezó su carrera como ladrón y llevó los objetos robados a la cueva de su madre.<sup>8</sup> El papel que juegan las cuevas en la vida de los héroes míticos no necesita mencionarse particularmente. Los héroes desaparecen en ellas, vuelven al lugar de donde provienen y renacen ahí. La cueva mítica es el punto de origen y fin. No es tan difícil adivinar lo que simboliza: ella es el vientre y, al mismo tiempo, una fosa, el prototipo de todos los templos del tesoro y de los museos, y por supuesto, de los

<sup>8</sup> Horst Kurnitzky, *Der heilige Markt (El santo mercado)*, Suhrkamp, Frankfurt, Main 1994, I, pp. 9-33.

<sup>9</sup> Horst Kurnitzky, *Estructura libidinal del dinero*, Siglo XXI, México, 1992, II, pp. 32-57.



Jürgen Harten, Horst Kurnitzky: Museo del Dinero, 1978, campo arqueológico, 1978, Kunsthalle Düsseldorf, Alemania.

lugares sagrados de culto, donde se celebraban los rituales de sacrificio constituyentes de la cohesión social.

No hay duda de que la cueva de Vallon-Pont-d'Arc era un lugar de culto paleolítico como la mayoría de estas cuevas. Es poco probable que le haya servido a los seres humanos para vivir. Los rituales de caza y funerales, cuyos testimonios se han encontrado en la cueva, garantizaban la cohesión social y formaban parte de las ceremonias que garantizaban la reproducción física de la comunidad arcaica —todo lo demás era solamente su consumación. Los rituales, permanentemente reproducidos en el culto, son lo que cohesionan al grupo como una comunidad de sacrificio; los rituales sepulcrales eran su punto de origen. Si nos remitimos a la investigación psicoanalítica veremos que, si bien el sacrificio no civiliza verdaderamente a la horda —esto se conseguiría primero con su abolición—, es un paso a la civilización, pues permite reunir a la comunidad, la cual, a través del culto y del ritual permanentes, recuerda el punto de origen de su formación social. La repetición misma de los rituales todavía no tiene

una conciencia del trauma —esto lo sabemos por la psiquiatría—, pero es un ensayo inconsciente y posiblemente impotente de liberarse del sacrificio, es un reflejo que aspira a algo que no conoce. Finalmente las expresiones de formas, figuras rituales y bailes muestran el conflicto que constituye a la sociedad y simultáneamente el ensayo de solucionarlo. Las relaciones de sacrificio así como las formas de trabajo<sup>10</sup> y, a través del sacrificio, intercambiadas formas de la reproducción social entran en la conciencia cuando se articulan en el baile, en la épica y en la métrica, la plástica y el arte. El primer paso hacia la liberación del sacrificio fue, al parecer, un paso de baile.<sup>11</sup>

Procediendo de las necrópolis, el lugar del culto fue el sitio donde en la antigüedad se realizó realmente la vida social. Como en el ágora de Atenas, en este lugar se llevaba a cabo el mercado y se celebraban las reuniones y manifestaciones más importantes de la vida social.<sup>12</sup> En la periferia estaban colocados los templos de los dioses y de los tesoros en los cuales se coleccionaban los tesoros acumulados por el sacrificio y, un poco más lejos, se encontraba el teatro; inicialmente sólo un cráter, una plaza para la danza al lado de un despeñadero con una puerta de piedra de entrada a un palacio o a una cueva a través de la cual los actores podían entrar y salir. Erika Simon<sup>13</sup> escribe que Wilhelm Dîrpfeld, con sus excavaciones, descubrió, dentro del teatro de Dionisio en Atenas, una *orchestra* (plaza de baile) del siglo VI antes de Cristo: un círculo

<sup>10</sup> Karl Bächer, *Arbeit und Rhythmus*, Emmanuel Reinicke, Leipzig, 1994.

<sup>11</sup> Horst Kurnitzky, "Seulement une danse", en *Catálogo Musée des Sacrifices, Musée de l'argent*, Centre Georges Pompidou, París, 1979.

<sup>12</sup> Horst Kurnitzky, *Der heilige Markt (El santo mercado)*, op. cit. II, pp.34—51.

<sup>13</sup> Erika Simon, *Das Antike Theater*, Ploetz, Freiburg/Würzburg, 1981.

con un diámetro de 20 metros en cuyo centro habría estado un altar. El coro (*choros* quiere decir baile) que en el *ditirambos* —un baile circular— bailaba alrededor del altar, expresaba el ritmo de la tragedia, mientras un actor informaba acerca de una catástrofe e interpretaba su enredo con el destino. Esta era la forma básica del teatro. El baile constituía —como escribe Erika Simon—, desde el principio, una de las artes más importantes del culto a Dionisio; el baile era mimesis, imitación, evocación, expresión creativa. El éxtasis del actor, quien con su máscara —en griego persona— se sale de la unión tribal y toma conciencia de culpa como persona, al igual que Edipo, transmite el conocimiento de las tensiones sociales que se expresan en el mito. En el teatro griego se pone en escena el desgarramiento del individuo entre el deseo pulsional y la ley, éste es el mito que se representa.

Una puerta en la *skene*, una puerta de piedra o una entrada a una cueva, quizá la entrada a una tumba, simbolizan el paso al inframundo, al Tártaro,<sup>14</sup> en el cual Prometeo, por ejemplo, se hundió tocado por el rayo de Zeus. Proyectado a partir de las propias experiencias y fantasías de los hombres, el infierno corresponde a una imagen de la sociedad terrestre y el mundo de los dioses reflejada en un espejo; presenta las mismas jerarquías, formas de organización y dependencias. También el castigo responde a una obligación terrenal. En el mito griego y en el cristiano fue el castigo por la violación de los tabúes sexuales; el castigo por la insubordinación. “Eva conoció a Adán y dio

<sup>14</sup> Tártaro quiere decir cárcel. Es la cárcel en la cual los condenados dioses y los ángeles caídos han sido secuestrados. Antes de que Lucifer fuera el jefe de los bajos mundos, Lucifer (el que da a luz) era el nombre del Dios cristiano. Vid. Franz Hinkelammert, *Sacrificios humanos y sociedad occidental: Lucifer y la bestia*. Departamento Ecueménico de Investigaciones, Costa Rica,



Charles Moore, Plaza d'Italia, 1976-1979, New Orleans, USA.

a luz”, razón por la cual fueron expulsados del paraíso. Este es el modelo por el cual la tabuización llega incluso a prohibir el conocimiento. El castigo es el sacrificio sobre el cual la sociedad se constituye. Trabajar, ganar el pan con el sudor de la frente o realizar un trabajo que nunca acaba, un trabajo en vano,<sup>15</sup> como el castigo impuesto a las Danaides que, después de ser forzadas a casarse bajo el consejo y con la ayuda de su padre —*pater potestas*—, apuñalaron a sus pretendientes y, como castigo, en el inframundo tuvieron que sacar agua usando un barril perforado. Castigo para todos aquellos que resisten el orden dominante o también cuando

1991.

<sup>15</sup> Horst Kurnitzky, “Zur Archeologie der Arbeit”, en *Notizbuch 1, Psychoanalyse und Theorie der Gesellschaft*,



David Teniers, el joven, *Archiduque Leopoldo Guillermo en su Galería en Bruselas*, cerca 1651, Gemäldegalerie, Kunsthistorisches Museum, Viena, Austria.

solamente siguen otras leyes. En las figuras de la fuente que está frente al nuevo teatro de Basilea, Jean Tinguely ha interpretado el trabajo de castigo de las Danaides como un juego y nos ha transmitido la idea de que el castigo puede perder su carácter de castigo e incluso cambiarse en placer. Un juego peligroso. ¿Marchar no podrá nunca más dañar?

Robert Graves vio en este mito un mito de sustitución del matriarcado por el patriarcado. Según él, las Danaides eran sacerdotisas que cuidaron el agua. Primero, la sociedad patriarcal las estilizó como asesinas y después —como siempre en estos casos— fueron acusadas de peligrosas hechiceras por su diferente cosmovisión y su diferente conocimiento del mundo.<sup>16</sup> Kerényi asocia a las Danaides

con Lete, la fuente del olvido— una diosa del inframundo que pretende apagar la sed insaciable de los muertos con agua. Un río torrencial que corre como la vida, “que se bebe con sed insaciable y con el miedo de que en la muerte solamente permanezca el martirio de la sed por la misma agua. Una penosa experiencia; lo que se bebe corre irrefrenablemente. Pero se bebe con placer y por ese placer se olvidan los pequeños y los grandes dolores de la vida; es simultáneamente, una bebida y un río con un rumbo característico: hacia la desaparición y el olvido”.<sup>17</sup> El mito de los martirios de los muertos en el inframundo cuya sed nunca se puede apagar verdaderamente se puede leer como una alegoría sobre el destino del deseo

*griegos*, Alianza, Madrid, 1985, v. I, pp. 246-252.

<sup>17</sup> Karl Kerényi, “Mnemosyne-Lesmosyne, Über die Quelle der Erinnerung und die Vergessenheit”, en *Humanistische Seelenforschung*, Langen, Müller, Munich/

Medusa, Berlín, 1979.

<sup>16</sup> Robert Graves, Bello y las Danaides, en *Los mitos*

al consumo en el mundo real. Sed es en esta imagen, una metáfora de la pulsión y el río, el flujo de las mercancías en el mercado. Sabemos que la sed por nuevas mercancías siempre permanece insaciable porque cualquier nueva mercancía no es sino un nuevo sustituto.<sup>18</sup>

Frente a la inmediata pero perdurable satisfacción del placer por Lete (la hacedora del olvido), Kerényi pone a la memoria personificada. Mnemósine pertenece a las más antiguas diosas de los griegos, ella es la hija de Urano y Gea y la madre de las musas.<sup>19</sup> También ella apaga la sed, pero de una manera duradera. Mientras que Lete hace olvidar temporalmente el dolor, así como el consumo satisface por un tiempo la necesidad de consumir, Mnemósine, por el contrario, aplaca la sed con la memoria. El rapsoda que llama a las musas, a las hijas de Mnemósine, antes de iniciar su recitación, se remite a la elaboración y reconstrucción de la memoria encarnada en las musas. Sucede en el *museion*, el templo de las musas. Como museo, este es el lugar para la sabia ocupación con los objetos de la memoria, como una biblioteca o academia. Memoria sólo es memoria como memoria elaborada: una obra de arte, la organización de una colección, la interpretación y reflexión. A eso responde el museo.

Un museo puede ser, como lo era en el siglo XVI, un cuarto de estudio o también el despacho de Sigmund Freud en el siglo XX, una colección como los gabinetes de arte, o cámaras de las maravillas de los siglos XVII y XVIII,<sup>20</sup> pero también una de las grandes galerías y

Viena, 1966, pp. 316-317.

<sup>18</sup> Horst Kurnitzky, *Estructura libidinal del dinero*, op. cit. y *Der heilige Markt (El santo mercado)*, op. cit.

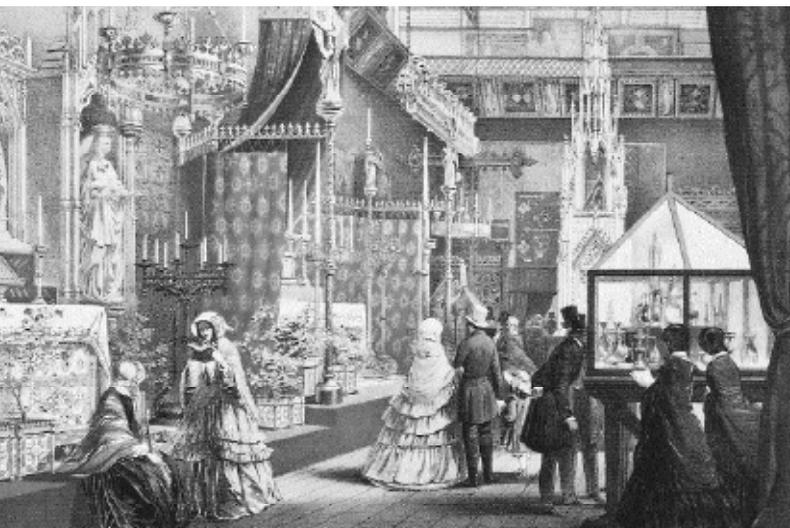
<sup>19</sup> Véase "Mnemósine", en *Der Kleine Pauly*, DTV, Munich, 1979, V.3, col. 1370-1371.

<sup>20</sup> Julius Schlosser, *Die Kunst-und Wunderkammern der Spätrenaissance, Ein Beitrag zur Geschichte des Sammelwesens*, Klinhardt & Biermann, Braunschweig,

museos de los siglos XIX y XX. Lo que distingue a los museos de los grandes acontecimientos, exposiciones mundiales y grandes almacenes es su memorativa ocupación de espacios y su dedicación a testimonios de la historia y obras de arte con el fin de elaborar una imagen del mundo, de reconstruir el mundo. Este es un trabajo que hay que empezar de nuevo frente a cualquier nueva comprensión, ninguna repetición, sino la revisión y la reinterpretación para reconstruir una nueva imagen del mundo, como la *fausse reconnaissance* se debe a un recuerdo encubierto, mas no por ello es menos memoria real. Por el trabajo con la memoria los museos resisten el flujo del río inconsciente, fuera de tiempo y lugar, para el cual la satisfacción inmediata de una necesidad lo es todo. Memoria es resistencia, no es la inmediata satisfacción de un deseo pulsional por atracciones y eventos, sino trabajo, reconocimiento del mundo. Esto presupone sentidos desarrollados, vivencias, y experiencias. La curiosidad que guía al conocimiento y lleva a la exploración del mundo une los museos con las academias y universidades.

Como taller de la memoria, el museo se opone al mercado como Mnemósine a Lete. Mientras el consumo borra cualquier memoria por el olvido y, como Lete, promete satisfacer la sed con un flujo infinito de mercancías, la reconstrucción del mundo por el trabajo de la memoria —ciencia y arte— ofrece la liberación de la tormentosa sed por la sublimación de la satisfacción inmediata de los deseos pulsionales.

¿Pero cómo? El concepto, sometido a la discusión por Freud como una transformación civilizadora de la pulsión, nunca ha sido esclarecido satisfactoriamente. Sabemos muy poco sobre el proceso de la sublimación. La sociedad es capaz de regresar en cualquier momento de esta refinación a cualquiera de las barbaridades imaginables. Tampoco



Feria Mundial, 1851, La corte medieval, Londres, Inglaterra.

conocemos el papel que juega la represión en estos procesos de sublimación. Sólo la fuerza por la cual la civilización finalmente es retribuida nos indica el gran papel que la represión tiene que desempeñar en esos procesos. La fragilidad, relacionada con la alta cuota de reincidencia sólo en este siglo, pone en duda la posibilidad de una verdaderamente exitosa y sobre todo duradera sublimación; dudas que Freud siempre manifestó en sus escritos de crítica a la cultura. Pero esto no afecta el hecho de que el conocimiento, al igual que la ocupación artística y científica, pueda conectarse con el placer y ser satisfactorio. Estar interesado en un objeto, descubrir algo o reconstruir algo es un trabajo liberador de presión. Los prisioneros y condenados al trabajo solamente buscan una salida para huir. En cambio, contra esto, el trabajo que proporciona conocimiento podría liberar la tortuosa sed de su inmediatez y abrir múltiples formas de satisfacción en el proceso de maduración. Esa fue una utopía histórica.

Pero los museos no se encuentran ni en Utopía ni en algún otro lugar fuera de la sociedad. Como producto de la autocomprensión social

reproducen solamente la opinión dominante y se acomodan al poder. Donde el contador es el jefe y el pensamiento de economía de empresa domina las cabezas, también los museos se convierten en empresas comerciales común y corrientes. El sometimiento a intereses económicos particulares, la marcha triunfal de la economía del —por llamarlo así— mercado radical, obliga a los museos a sujetarse a esta tendencia. En vez de calidad, cantidad; el volumen de negocios para hacer sonar la caja registradora vale tanto para los grandes almacenes y *shoppings* como para los museos. Esto conduce a grandes actos que atraen a gigantescas masas de seres humanos y transforma al museo en una empresa vendedora de eventos. Lógicamente, las agencias de viajes conducen al turismo de masas a las megaexposiciones. Llevado a La Haya a través de Vermeer, después de la visita, el turista compra en la tienda del museo una cachucha de beisbol o una camiseta con motivos del pintor para llevarse algo del evento a su casa: un *souvenir*. Y eso se convierte cada vez más en el verdadero negocio. El inmenso mercado de accesorios se revela como el verdadero mercado, mientras películas, conciertos, eventos, y exposiciones solamente fungen como sus portadores de propaganda. No hace falta mencionar que son los souvenirs los que le estorban a la memoria como lo hace un monumento, ni recordar que los monumentos son erigidos para acabar con la memoria. En la medida en que obras de arte se convierten en cualquier pieza intercambiable de grandes eventos, las obras se deprecian y transforman en decoración de escena; las obras particulares se desvanecen como objeto de reconocimiento y recepción. Se vuelven invisibles para los sentidos que buscan experiencias, mientras los actores de la función o las estrellas del espectáculo se encuentran ubicados en plenas candilejas.

En el gran salto al mercado ya encontramos a la Galería del Estado de Stuttgart. Según un proyecto de su director, podría convertirse en una empresa comercial moderna que le ofrecería a los inversionistas la posibilidad de comprar acciones de un fondo del mercado de arte en un banco.<sup>21</sup> Con el dinero, el fondo compra cuadros que expone la galería como parte de su propia colección. Como mercancías en un almacén, el público puede entonces admirar las obras de arte expuesta en las salas de la galería. Pero, como en un almacén, solamente por un tiempo. Si aparece una oferta lucrativa, el fondo va a vender las obras para recibir ganancias. Obras de arte como “acciones de pared”. Nueve por ciento de rendimiento pronostican los especialistas de McKinsey que propusieron el negocio. Un museo a la altura del mercado que va a hacer escuela. Como la práctica de comprar obras dependerá del gusto del público, las obras expuestas serán determinadas por las cambiantes modas y la relación entre oferta y demanda en el mercado. Como la sociedad, las colecciones pierden su contexto. Además, los museos bloquean el acceso sensorial a los objetos expuestos o, al menos, lo limitan, con su arquitectura despreocupada y con la presentación y estructura de la exposición, que se orientan, cada vez más, al modelo de la propaganda comercial y al mercado.

A esto se opone el Museo Internet, donde las masas de visitantes ya no obstaculizan más la vista y los arreglos de los organizadores ya no absorben la atención y la concentración en las obras. Aquí, en el temporal Museo Internet, el aficionado a las artes cree entrar al arte inmortal en una relación inmediata y directa. En esta época de la ficción de un arte

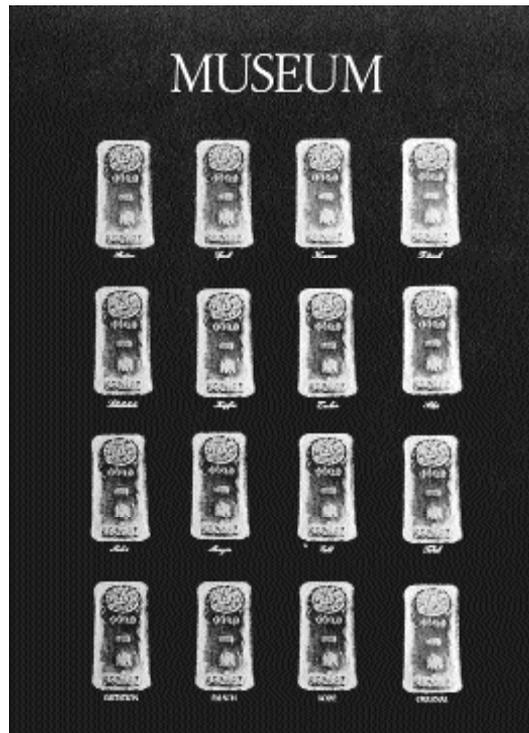
1978, p. 28 ss.

<sup>21</sup> Hanno Rautenberg, en *Die Zeit*, núm. 31, Hamburgo, 23 julio, 1998.

técnicamente reproducido (foto, film y video) la pregunta sobre el original ya no es relevante. Ya nos hemos acostumbrado a estudiar arte en reproducciones cuando la visita a los museos del mundo no solamente se ha vuelto más difícil, sino que a menudo es imposible. Además, el nuevo médium permite algo hasta ahora irrealizable: poner juntos objetos espacialmente alejados, estudiarlos y compararlos. En la revista *Kunst & Museumjournal*, con miras a la *Dokumenta 10*, el holandés Sybrandt van Keulen<sup>22</sup> rompió lanzas por este *arte de nuestro tiempo*, donde el observador finalmente puede estudiar con calma la imagen de una obra en la pantalla y, pronto, también en detalle. ¿Acaso en el museo imaginario de la catedral del arte

<sup>22</sup> Sybrandt van Keulen, “The Arts of our Time”, en *Kunst & Museumjournal*, v. 7, núms. 1/2/3, Amsterdam, 1996, pp. 105-123.

<sup>23</sup> Klaus Heinrich, “Sog”, en *Niemandsländ*, núm. 3,



Cartel de Marcel Broodthaers.

mundial el espectador se encuentra solo con el arte y solamente con arte? En virtud de que Van Keulen usa tópicos románticos como *Gesamtkunstwerk* hasta “Soledad con el arte en el infinito y atemporal espacio del Internet”, nos conduce a suponer que expresa una *Stimmung* (disposición) en la cual el mercado total entra en vínculos con un romántico movimiento de evasión.

El visitante de los museos virtuales requiere vivencias, pero no quiere trabajarlas en experiencias, sino entregarse a la fuerza de atracción de la imagen del video; a una adicción. “La adicción es un querer-tener”, dice el filósofo berlinés Klaus Heinrich, “querer-tener una y otra vez —se es adicto a algo— y también arrojar una y otra vez lo tenido para tenerlo nuevamente. La infinita repetición es siempre un derivado de lo nuevo, de lo que se quiere tener. Y finalmente se es adicto a la totalmente diferente a todas las actividades del querer-tener, es decir, a lo que descarga completamente de todas estas actividades, de modo que el movimiento cambia del querer-tener a un estar-tenido. Esta es la fuerza de atracción, la fuerza de atracción es el fin secreto de los movimientos de la adicción”... “El adicto es adicto a aquello que lo libera de su adicción... Lo que lo libera de su adicción es la fuerza de atracción en la que espera entrar. Aspirado por la fuerza de atracción, no necesita prescribirse más el ininterrumpido y permanentemente multiplicador movimiento de la adicción. Él lo hace con un fin: no es la adicción la que tiene su fin en sí misma, sino la fuerza de atracción de lo que quiere ser succionado —entonces es la gran fuerza de atracción la que finalmente termina en letal, como un fin perseguido en secreto.”<sup>23</sup>

El tiempo de vida que pasa un fanático de

la computación frente a la pantalla no se puede explicar de otra manera que por la fuerza de atracción del aparato. Como un televidente que noche tras noche “surfea” con su control remoto de un canal a otro, o como un visitante de los centros comerciales que se deja llevar divertido por los escaparates y ofertas, el visitante del museo virtual desea un *software* cómodo que lo guíe por el museo: texto de búsqueda, imagen, resumen de explicaciones, época, estilo, quién, cuándo, dónde, y así puede seguir ojeando en el folleto para el turista del Internet. El hecho de que se trate de un museo universal que es accesible para millones de visitantes en todo el mundo —entonces un verdadero objeto del turismo de masas— requiere adaptar la presentación a la comprensión y las necesidades de sus visitantes. Por el Internet, liberado de sus ataduras locales, el patrimonio cultural de la humanidad tiene que ser preparado para los visitantes electrónicos. Esto quiere decir, explicaciones simplificadas y una selección del material: reducir los muchos cuadros de la Torre Eiffel a unos cuantos esenciales; elegir los más importantes cuadros de los impresionistas, evitar repeticiones de temas, juntar a los más distinguidos artistas. Esta es, según David Baerman del Getty Art History Information Program, la tarea de los curadores del museo electrónico.<sup>24</sup> “People want experiences rather than things”, esto quiere decir, en la acepción estadounidense de la palabra *experiences*, que la gente busca vivencias y no experiencias con los objetos.

La adicción que lleva al consumista al mercado para entrar en una borrachera de compras o estar poseído por la fuerza de atracción de la imagen del video es igual a la vivencia de un acontecimiento. También

---

Berlín 1987, pp. 90-91.

<sup>24</sup> David Baerman, “Museum Strategies for Success on

---

the Internet”, *op. cit.*

se puede decir que esta actitud se debe a la desesperación por la incapacidad de la sociedad para reconstruir su propia historia a través del trabajo de la memoria. Quizá han ocurrido demasiadas catástrofes y destrucciones irreparables en la historia para finalmente posibilitar el establecimiento de relaciones humanas entre los sexos, en la sociedad y entre las sociedades. La desesperación lleva evidentemente a perderse en la fuerza de atracción, para, como en el suicidio, con un último esfuerzo supremo, reclamar una vida imposible. Esta es una situación que le permite a Lete triunfar sobre Mnemósime. La adicción, satisfecha por ella, que se dirige a un fin letal, salta a la vista como la tendencia dominante en la sociedad actual. La repetición, que con un reflejo inconsciente busca lo nuevo, tiene que fracasar por su inconsciencia. Porque lo desesperadamente buscado como nuevo no puede ser otra cosa que la final satisfacción de un deseo antiguo —y éste requiere el trabajo de la memoria.

El museo puede hacer del mercado su objeto de reflexión plástica, pero si el museo se transforma en un objeto del mercado, en una mercancía entre otras, o más bien en un almacén, la capacidad desmemorizar se puede dar por perdida. El mercado no reconoce ninguna memoria, Él está dirigido a la satisfacción inmediata de los deseos. El mercado es el lugar de Lete, su omniabarcante presencia es un problema del cual los científicos y artistas tienen que ocuparse para devolverle a Mnemósime su derecho como diosa protectora de los museos.

## Bibliografía

Baerman, David, 1995, *Museum Strategies for Success*

- on the Internet, <http://www.nmsi.ac.uk/infosh/bearman.htm>, 9.5.
- Bücher, Karl, 1994, *Arbeit und Rhythmus*, Emmanuel Reinicke, Leipzig.
- Einstein, Carl, 1980, “Negerplastik”, en *Obras*, tomo I, Medusa, Berlín, pp. 245-263
- Ginzburg, Carlo, 1988, *Spurensicherung*, DTV, Munich.
- Graves, Robert, 1985, “Bello y las Danaides”, en *Los mitos griegos*, Alianza, Madrid, v. I, pp. 246-252.
- Heinrich, Klaus, “Sog”, en: *Niemandsland*, número 3, Berlín, pp.90-91.
- Hinkelammert, Franz, 1991, *Sacrificios humanos y sociedad occidental: Lucifer y la bestia*. Departamento Ecuménico de Investigaciones, Costa Rica.
- Kerényi, Karl, 1966, “Mnemosyne-Lesmosyne, über die Quelle der Erinnerung und die Vergessenheit”, en *Humanistische Seelenforschung*, Langen, Müller, Munich/Viena, pp. 316-317.
- Keulen, Sybrandt van, 1996, “The Arts of our Time”, en *kunst & museumjournaal*, v. 7, n. 1/2/3, Amsterdam, pp. 105-123.
- Kurnitzky, Horst, 1979, “Zur Archäologie der Arbeit”, en *Notizbuch I, Psychoanalyse und Theorie der Gesellschaft*, Medusa, Berlín,
- 1979, “Seulement une danse”, en: catálogo Musée des Sacrifices, Musée de l’argent, Centre Georges Pompidou, París.
- *Estructura libidinal del dinero*, op. cit. y *Der heilige Markt* (El santo mercado). Op. cit.
- 1992, *Estructura libidinal del dinero*, Siglo XXI, México, II, pp. 32-57.
- 1994, *Der heilige Markt* (El santo mercado), Suhrkamp, Frankfurt, Main, I, pp. 9-33.
- La Jornada*: 27 de octubre de 1998.
- Ministère de la Culture-Direction Patrimoine; <http://www.culture.fr/culture/gypda>.
- “Mnemósime”, en: *Der Kleine Pauly*, DTV, Munich, 1979, v.3, col. 1370-1371.
- Rautenberg, Hanno, 1998, *Die Zeit*, núm. 31, Hamburgo, 23 julio.
- Schlosser, Julius, 1978, *Die Kunst-und Wunderkammern der Spätrenaissance, Ein Beitrag zur Geschichte des Sammelwesens*, Klinhardt &