

LA LÍNEA DE TIEMPO. UN CIRCUITO POR EL ARTE CONTEMPORÁNEO LATINOAMERICANO.

Sánchez Llorens, Mara ¹

1: Departamento de Proyectos y Representación de la Arquitectura
Escuela de Arquitectura
Universidad Europea de Madrid

Mercados Emergentes: América Latina
Máster Universitario en Mercado del Arte y Gestión de Empresas Relacionadas
Fundación Claves de Arte

E-mail: MARIADELMAR.SANCHEZ@uem.es, web: <http://www.uem.es>

Resumen.

El programa del curso trata de transformar el concepto tradicional de clase magistral de máster en una experiencia participativa en la cual la investigación iniciada por el docente es justificada por el estudiante y localizada en una Línea de Tiempo que "cartografía" el Panorama Contemporáneo del Mercado del Arte Latinoamericano. Esta investigación, inédita, facilita la comprensión de un cuadro complejo y desconocido como es el del Mercado del Arte anotado; permite visualizar la complejidad de las imbricaciones existentes y razona - a través de la praxis y como colectivo crítico- que esta herramienta de investigación es adecuada para el aprendizaje y la comunicación visual, frente al repetido concepto de texto ilustrado. Con el propósito de reforzar el aprendizaje de los estudiantes, se recurre a una metodología mixta que suma sistemáticas: comunicaciones, investigación, participación en la red y elaboración de un documento nuevo que se difundirá a través de circuitos académicos internacionales.

Palabras clave: línea de tiempo, praxis, co-creación, colectivo-crítico

1. INTRODUCCIÓN

La propuesta se sitúa en el apartado de "Otras experiencias innovadoras". Se trata de una experiencia participativa entre docente y estudiantes que, de manera conjunta, procesan una extensa documentación dispersa y comunican el resultado a través de una herramienta gráfica: *línea de tiempo*.

Su idoneidad se justifica en la convicción de que el aprendizaje se realiza desde la colaboración y la participación en la co-creación de un documento inédito que tratará de viajar por los circuitos internacionales académicos y los de la industria cultural.

La *línea de tiempo* es una herramienta adecuada para el aprendizaje y la comunicación visual que se traslada de los campos habituales de aplicación (historia) y se convierte en un método de pesquisa novedoso que facilita la comprensión de un panorama complejo como es el del Mercado del Arte en general y Latinoamericano en particular.

Esta herramienta participativa y su comunicación visual son, además, aplicables a contextos diferentes al del trabajo específico realizado.

2. DESCRIPCIÓN

La experiencia propone un proceso de aprendizaje alternativo al modelo académico y heredado, el cual identifica y expone el Mercado del Arte Latinoamericano como un Mercado de Arte tradicional- producido en Latino América- sumatorio de apartados estancos como son: los artistas y sus obras; la gestión de galerías de arte, museos, ferias internacionales y subastas; y las leyes que lo afectan.

Mercado del Arte Tradicional= 1+2+3+4	Mercados del Arte Latinoamericano= 1+2+3+4
① Tendencias del Mercado <i>Occidental</i> ⁱ = Artistas y Obras producidas en Europa y USA.	① Tendencias del Mercado <i>Occidental</i> ⁱⁱ = Artistas y Obras producidas en Latinoamérica.
② Gestión= Funcionamiento interno externo de Galerías de Arte, Museos y Ferias.	② Gestión= Funcionamiento interno externo de Galerías de Arte, Museos y Ferias.
③ Modelos= Público Privado	③ Modelos= Público Privado
④ Leyes= Reglamentación jurídica.	④ Leyes= Reglamentación jurídica.

Tabla 1. Modelo tradicional de entendimiento del Mercado del Arte Latinoamericano.

Es importante destacar que la experiencia elabora un modelo diferente en el que la propuesta docente de investigación es reinterpretada por los estudiantes en clave contemporánea y fabrica un documento que le permite visualizar la complejidad de las imbricaciones creadas en el modelo real -que es el Mercado Emergente del Arte Latinoamericano- entendiendo el Mercado del Arte como una realidad plagada de particularidades, simultaneidades e imbricaciones y no como una suma de campos impermeables.

2.1. La Línea de Tiempo (aplicable a otros campos):

“From the most ancient images to the most modern, the line serves as a central figure in the representation of time.”

— Daniel Rosenberg and Anthony Grafton, 2010ⁱⁱⁱ

El propósito principal de la experiencia es fijar de manera gráfica el entendimiento contemporáneo del Mercado del Arte producido en Latinoamérica. Para ello se recurre a una *línea de tiempo* con entradas por países (vertical), conceptos (horizontal) y acuerdos (diagonal); permitiéndole al estudiante deducir sus propias conclusiones sobre: la panorámica histórica del Mercado del Arte Contemporáneo en Latinoamérica, las relaciones y paralelismos existentes; comprobando- de manera práctica- la compleja y peculiar panorama, así como la importancia de la propia herramienta de investigación.

Con el objetivo de mostrar gráficamente y textualmente el paisaje contemporáneo Latinoamericano- creado por: artistas | obras; objetivos pedagógicos de museos, instituciones privadas, subastas y galerías; colectivos generadores de cambios sociales; colectivos en red; modelos expositivos, crítica y legislaciones vigentes- se parte del contexto artístico del siglo XX (alternativa al eje París | New York) y se estructura el proceso de trabajo original con los siguientes apartados:

- Propuesta docente de investigación:
 - Elaboración de una base de datos del estado de la cuestión -digital y cibernética.
 - Deducción y contraste entre las relaciones transversales de los diferentes agentes.
- Reinterpretación contemporánea de los estudiantes:
 - Debate sobre la inclusión de nuevos agentes que participan en el Mercado del Arte Latinoamericano.
- Docente y estudiantes:
 - Diseño y co-creación de la herramienta gráfica que permite comunicar la investigación realizada.
 - Divulgación.

El trabajo es un proceso de aprendizaje intenso que analiza el contexto contemporáneo de más de 9 países latinoamericanos, con más de 500 entradas y 400 fuentes. Se trata de una investigación abierta que incluye datos objetivos pero también lanza hipótesis e interpretaciones de los propios protagonistas artísticos junto con las de los estudiantes: la investigación recoge investigaciones realizadas por críticos y curadores de reconocido prestigio y las devuelve en clave contemporánea.

2.1.1. Estado de la cuestión: conferencias intensas.

Las primeras tres sesiones concentran el material en estudio recogido en el programa oficial del máster. El docente expone la investigación iniciada por él mismo y explica el funcionamiento de la herramienta gráfica (propuesta por el docente) a desarrollar en grupo, que demanda una dedicación presencial en el aula y una dedicación on-line.



Figura 1. Tres sesiones: Industria Cultural Latinoamericana, Mercado del Arte, Diagramas

La limitación del tiempo – 8 sesiones- precisa de un esfuerzo extra: trabajar en *red*, esto compensa el trabajo de máster que pasa a ser el trabajo de grupo anotado.

El estudiante acepta el reto al entender -a priori- el alcance y la novedad de la propuesta.

2.1.2. Base de Datos:

El docente sugiere los protagonistas de la *línea de tiempo* apuntada, argumentando el papel de dichos protagonistas en el Mercado del Arte Contemporáneo y guía a los estudiantes hacia la elaboración del documento que procesa la extensa documentación. Los protagonistas acotados no son los que marcan las “tendencias Occidentales” sino los recogidos en dos exposiciones “visitadas” por los estudiantes: *Heterotopías* y *América Fría* que fueron concebidas como espejo de la realidad Latinoamericana.

PROPUESTA DOCENTE DE INVESTIGACIÓN →	REINTERPRETACIÓN CONTEMPORÁNEA DE LOS ESTUDIANTES →	INNOVACIÓN Y OTROS CAMPOS DE APLICACIÓN.
Artistas y obras		
Protagonistas no son los que marcan las tendencias Occidentales sino los recogidos en las exitosas exposiciones: <i>Heterotopías</i> y <i>América Fría</i> .	Incorporación justificada de países, hasta ahora fuera del Mercado como Colombia, Venezuela o Perú.	Esta novedad reinterpreta el tema y se imbrica con conocimientos del estudiante en otros campos: crítica, comisariado y producción.
Museos, galerías, ferias y subastas		
Contenedores culturales ordenados por países y fechas de creación.	Incorporación justificada del concepto inédito latinoamericano de museo migrante.	Bienal del Fin del Mundo (Ushuaia). Modelo inexistente en Europa.
Fundaciones		
Modelos privados, públicos y mixtos de gestión cultural.	El estudiante deduce el panorama mixto creado en Latinoamérica y su posible aplicación en Europa.	Analizan el caso español de la Fundación Juan March y viabilidad de mixtificarse.
Residencias		
Incorporar modelos autofinanciados.	El estudiante deduce las diferencias en las residencias estudiadas.	Entran en contacto con los responsables para crear nuevos lazos.
Colectivos y colectivos en red		
Campo incorporado a la investigación a propuesta de los estudiantes.	Experiencias creativas contemporáneas que tienen como principal objetivo el cambio social.	Alternativa a los modelos tradicionales.
Crítica		
Argumentar la idoneidad de los distintos campos estudiados.	Incluyen justificadamente el papel de países externos a Latinoamérica por su papel relevante.	Europa y USA.
Leyes		
Compilar -país a país- las leyes que afectan al mercado del arte.	El estudiante comprueba la insuficiente reglamentación jurídica existente.	Recopilación novedosa inexistente.

Tabla 2. Propuesta docente de investigación y reinterpretación de los estudiantes.

Esta selección incorpora una reflexión sobre los circuitos internacionales y sobre lo que ha sido, es y será el Mercado del Arte producido en Latinoamérica.

Añade, además, la concepción abierta y cambiante de un mercado emergente con sus propias claves- todo lo contrario de la teoría expuesta hasta la fecha y que la propia realidad confirma.

2.2 Herramienta Gráfica (aplicable a otros campos):

“There has always been art in cartography. Maps by definition are utilitarian, of course; they bear implicit promises of routes into and out of the unknown.”

— Katharine A. Harmon and Gayle Clemans, 2008^{iv}



Figura 2. Póster resultante: “Circuito Internacional Latinoamericano”

El docente- sesión a sesión- muestra su propuesta gráfica, ésta es debatida en clase, corregida y devuelta a los estudiantes a través de la red. La investigación y el póster se definen en paralelo. Algunos aspectos que ilustran este proceso son:


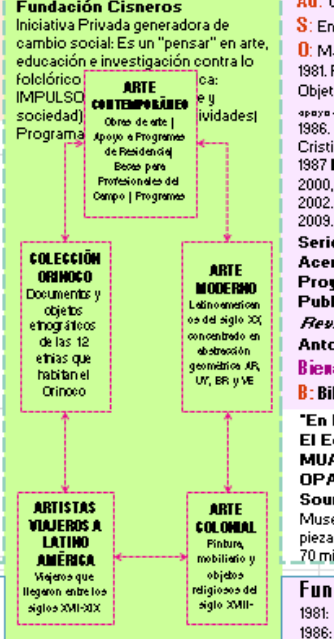
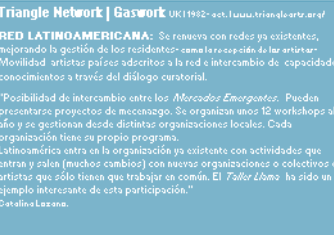
PROPUESTA DOCENTE DE INVESTIGACIÓN.	REINTERPRETACIÓN CONTEMPORÁNEA DE LOS ESTUDIANTES.	RESULTADO GRÁFICO.
Artistas y obras		
<p>Los protagonistas según orden: país, tiempo y alfabeto.</p> <p>Puesto entre los artistas latinoamericanos que ocupa la obra del autor en las de subastas “mundiales” de los últimos 15 años (ejemplo: Diego Rivera ocupa el 4º).</p>	<p>Se añade un icono que indica su participación en exposiciones representativas.</p> <p>Se añade un texto del autor que remite a la reflexión sobre Arte y Mercado: se esboza de esta manera una base de datos de textos inexistente de artistas latinoamericanos.</p>	
Museos, galerías, ferias y subastas		
<p>Contenedores culturales ordenados por países y fechas de creación.</p> <p>Se realiza un diagrama que explique el funcionamiento pedagógico, papel de la colección e innovación museográfica.</p> <p>Se incorpora un criterio gráfico: se añaden colores por paquetes museísticos (ejemplo fundación Cisneros que participa como museo, fundación y colectivo en red</p>	<p>Incorporación justificada del concepto inédito latinoamericano de museo migrante que, además, es fundación, colectivo en red.</p> <p>En el 2013 esta colección será objeto de exposición en el Museo Reina Sofía.</p> <p>Su estudio sitúa al estudiante en experto que puede colaborar en la gestión de la exposición anotada.</p>	
Colectivos en red		
<p>Los agentes externos a Latinoamérica se unifican con color de fondo</p>	<p>Descubren este agente del Mercado del Arte Latinoamericano claramente diferenciador.</p> <p>Estas plataformas se incorporan a su red de contactos.</p>	

Tabla 3. Resultado y ubicación en el póster.

3. RESULTADOS

Los objetivos iniciales del curso se redactaron en la 6ª Edición del Máster “Mercado del Arte y Empresas Relacionadas” de la *Fundación Claves del Arte*, por el docente.

En la 7ª Edición (2010-2011) - experiencia docente descrita- el programa del curso se transforma en la elaboración de una **investigación inédita** que facilita la comprensión de un panorama muy complejo como es el del Mercado del Arte Contemporáneo Latinoamericano.

A través de esta experiencia docente innovadora se trata de incrementar -de manera renovadora- la satisfacción y el aprendizaje del estudiante, tratando de conectar la enseñanza con el mundo profesional del Mercado del Arte en general y destacando las particularidades del caso Latinoamericano, en particular:

- Los **contenidos** “tradicionales” se concentran en tres sesiones en las que se expone una selección de los aspectos **básicos y necesarios** para el estudiante.
- El estudiante inicia un **trabajo inédito en grupo- junto con el docente-** que trata de reinterpretar de manera justificada el concepto de Mercado del Arte en Latinoamérica como un campo particular- en lugar de la concepción tradicional que lo identifica como un Mercado del Arte Occidental, producido en Latinoamérica- y **lo comunica a través de un documento gráfico:** póster de la línea de tiempo resultante.
- El estudiante participa en la elaboración de dicho póster, lo que le permite **visualizar la complejidad de las imbricaciones** creadas.
- El estudiante entiende y comprueba el valor de la herramienta de investigación gráfica **línea de tiempo**, lo que le permite **aplicarla en otros contextos diferentes** al del trabajo elaborado.
- El estudiante obtiene **conexiones profesionales**. Ejemplo: Museos. De la manera novedosa de entender los museos de Latinoamérica, el estudiante deduce un panorama museístico y cultural particular- aplicable a Europa y USA) y, además, encuentra ofertas profesionales reales.
- El estudiante participa activamente en la creación del anotado documento visual, inédito, que tratará de formar parte de los circuitos culturales internacionales, para ello (y tras ser patentado en el Registro de la Propiedad Intelectual) el **resultado es inmediatamente dado a conocer** en Instituciones como el Instituto Cervantes o Art Nexus.

El programa del curso se transforma en la elaboración de un documento inédito que procesa una extensa documentación dispersa y comunica el resultado a través de una herramienta gráfica que se difunde en los circuitos académicos internacionales.

El aprendizaje se realiza desde la **colaboración** y la participación en la co-creación: **praxis como colectivo crítico- comunidad.**

ⁱ Datos marcados por las internacionales Casas de Subasta de obras de arte: Sotheby's y Christie's

ⁱⁱ Ibid ⁱ

ⁱⁱⁱ Daniel Rosenberg and Anthony Grafton (2010). En Princeton Architectural Press (Ed.) *Cartographies of Time*, New York, NY.

^{iv} Katharine A. Harmon and Gayle Clemans (2009). En Princeton Architectural Press (Ed.) *The Map as Art: Contemporary Artists Explore Cartography*, New York, NY.