

## **Imagen y autodestrucción de la cultura: El museo ficticio de Marcel Broodthaers**

Sonia Arribas  
IFS-CCHS-CSIC

### I.

Marcel Broodthaers llevó una imparable trayectoria en el mundo del arte hasta su prematura muerte en 1976, aunque antes había pasado por diversos oficios, incluso el de guía de museos, y dudó en muchas ocasiones de a qué dedicarse en la vida, por lo menos hasta su éxito inicial ya cumplidos los 40 años. Una de las obras que le empezaron a dar un nombre en Bélgica y en los círculos surrealistas del momento fue una pieza en la que se anunciaba a sí mismo en el folleto de la exposición confesando lo siguiente: “Me había estado preguntando si yo no podría también vender alguna cosa y así tener algo de éxito en la vida. No era bueno en nada. Ya tengo 40 años... Así que la idea de inventar algo insincero me atravesó de pronto el espíritu y me puso acto seguido a trabajar... Al cabo de tres meses, enseñé mi producción al propietario de la galería Saint Laurent, quien dijo: esto es arte. De acuerdo, le contesté -así que él se queda con el 30% de lo que venda. Son buenas condiciones porque hoy ciertas galerías se quedan con el 75%. ¿De qué va? Son objetos.”

### II.

Según Guy Debord si la cultura, siguiendo las tesis de Marx, representa los intereses de una clase, la burguesa, en una sociedad determinada, es porque por un lado opera como cemento cultural y memorístico de esa sociedad al tiempo que se presenta a sí misma como si estuviera separada con respecto a las demás esferas de la sociedad, en una especie de autonomía ideológica. Esta separación de esferas es lo que la diferencia de la cultura de las sociedades mitológicas (o podríamos decir precapitalistas), indiferenciadas en cuanto a la producción cultural y política o económica.

La cultura como una esfera separada y autónoma, sin embargo, ha seguido un proceso evolutivo por medio del cual esa misma autonomía lograda históricamente se acaba suprimiendo y auto-disolviendo progresivamente. (El término de “industria cultural” en Adorno define esta evolución histórica de disolución de una autonomía lograda históricamente de la cultura). En el momento en que cada vez hay más aspectos de la cultura que empiezan a producirse como una mercancía más, el mismo sistema de producción que posibilitó su autonomización como una esfera independiente con respecto a lo económico y lo político, acaba por engullirla en su constante expansión. La mercantilización de la cultura llevada a sus límites acaba con destruir las condiciones de posibilidad de su autonomía.

Según Debord este proceso evolutivo de progresiva disolución de la autonomía cultural ha de llevarse hasta su límite en el sentido de que la cultura, ella misma, está obligada a autoaniquilarse. Y así también el arte: “el arte se constituyó como arte independiente en sentido moderno, separándose de su primitivo sentido religioso y convirtiéndose en producción individual de obras separadas... Su afirmación independiente es el comienzo de su disolución”.<sup>1</sup>

### III.

La no-identificación por parte de Broodthaers de su condición de artista hay que rastrearla en las reflexiones anteriores según las cuales el arte y lo cultural en general se hallan en la sociedad de producción capitalista en una posición paradójica en la medida en que la afirmación de su autonomía viene siempre y necesariamente de la mano de su progresiva disolución. La pregunta que subyace a esta paradoja y que se plantea Broodthaers en su obra es: en el periodo de la plena hegemonía del espectáculo o de la industria cultural, en el de plena hegemonía de la mercantilización de todas las esferas de la vida, por tanto también de la cultura, la filosofía, el conocimiento, etc. ¿qué es ser artista, filósofo, intelectual, científico, etc.? ¿De qué manera se expresa, en la figura del artista o del creador de imágenes, este doble movimiento de afirmación y autodisolución? No se puede ser sin más artista, ni sin más filósofo, ni sin más científico, operando como si ese arte, esa filosofía o esa ciencia, esas expresiones culturales o ese conocimiento, no partieran de una situación paradójica localizable en las mismas condiciones de su producción.

Así se ha de interpretar el gesto de Broodthaers cuando se presenta a sí mismo como artista: “quiero vender alguna cosa”, escribe, como si vender algo, lo que sea, fuera la única carta de presentación posible para él. Pero el gesto inicial de esta paradoja en el campo de la filosofía lo realizó el propio Marx cuando exclamó que había que dejarse de filosofar, también de criticar, y lo que había que hacer era cambiar el mundo. Es decir, la filosofía tenía que autodestruirse y convertirse en otra cosa si había de ser fiel a su deseo de pensar la realidad. En Marx el gesto se convirtió en un programa político de transformación; hoy tal vez más impensable que nunca.

En literatura del siglo XIX, una figura esencial para entender esta paradoja es Flaubert, alguien que cuanto más afirmó el arte como esfera autónoma, como así se ve en su correspondencia, tanto más se convertía él mismo en un productor de sinsentido y conocimiento absurdo. Sólo conviene recordar que para redactar *Bouvard y Pecouchet* se tuvo que leer y anotar tantos materiales de tantas disciplinas del conocimiento como los protagonistas de su novela. Es decir, cuanto más se afirmaba en su creencia de la autonomía del arte, tanto más se acababa él identificando con ese saber idiota que él tanto criticaba, ese saber minucioso en detalles, pedante, falto de orientación y contenido, rimbombante y vacío. En otras palabras, tanto más autodestruía su posición de artista y sabio por medio del trabajo de su investigación y escritura. En Flaubert, sabio e idiota acababan siendo prácticamente lo mismo. ¿Cómo entender esta autodestrucción? ¿Es el creador de imágenes simplemente un vendedor? ¿Puede ser el sabio un idiota?

---

<sup>1</sup> Guy Debord, *La sociedad del espectáculo*, Valencia, Pre-textos, p. 154.

Quisiera a continuación examinar una pieza muy célebre de la obra artística de Broodthaers para exponer este doble movimiento de afirmación y autodestrucción que lleva a cabo en su trabajo por medio de la imagen. La interrogación central de su obra gira una y otra vez en torno a la problemática de la industria cultural, la incesante mercantilización de las producciones culturales y de conocimiento.

En 1968 Marcel Broodthaers inauguró un museo ficticio en Bélgica, nada mejor para reflexionar sobre la industria cultural en un tiempo en el que la cultura-espectáculo se mide por el número de museos diseñados por arquitectos estrella. Colocó diversos y sencillos objetos en una sala, dibujó la palabra “museo” en el cristal que daba a la calle, y escribió unas cartas de invitación en las que hablaba de su inauguración y puesta en marcha. Él mismo, como todo buen curator, pronunció un solemne discurso de apertura, al que después siguió una discusión en la que “asistieron 60 personalidades del mundo civil y militares” –así escribió él mismo al hacer de reportero falso ante los medios de comunicación. Para difundir la información sobre el museo escribió cartas a los clientes en las que hablaba de los objetos del museo con sustantivos tales como aura y brillo, desinterés y admiración, apuntando a la experiencia estética tal y como ésta fue definida por la tradición filosófica. En una pared de la exposición había tarjetas postales, pegadas con celo, con reproducciones de pinturas y dibujos del siglo XX; en otra había cajas de embalaje estampadas con las palabras “Picture”, “Handle with Care”, “Painting”, “Fragile”, y en la calle había aparcado un camión de mudanzas. En el catálogo de la exposición figuraban varias cartas, una de ellas un inventario de objetos, otra un borrador de la idea de una exposición futura, otras reflexiones entrecortadas, dirigidas al visitante y a los amigos, sobre el arte, así como propuestas teóricas para pensar sobre las postales y las imágenes que aparecían en el museo: “este museo es una reflexión específica sobre el arte –que se expresa a través de un espacio abierto en la calle y cerrado por un jardín”.

Entre 1968 y 1969 asistieron al museo músicos que interpretaron conciertos de Vivaldi y Paganini entre las cajas de embalaje y junto a diapositivas de imágenes de arte del XIX y de caricaturas de Grandville. El museo se trasladó a Dusseldorf, y allí prosiguió Broodthaers con más cartas dirigidas a ministros, personalidades célebres del momento, etc. en las que escribía sobre arte y con mucho sentido del humor apuntaba cosas como: “tengo tanta necesidad de dinero como lo reconoce el ministerio oficial de la cultura de mi país”, etc. Las cartas abiertas llevaban el sello de su “departamento de águilas. Sección siglo XIX” que era el nombre que le puso al museo. La imagen y el símbolo del águila (con todos los adjetivos que se nos puedan ocurrir para describirla)<sup>2</sup> la empleó para definir las representaciones habituales la cultura y el mito, así como la conversión de la cultura en pura mercancía.

Pero la cosa no quedó aquí, pues luego colgó carteles para anunciar la puesta en venta del museo, e hizo un nuevo traslado en autobús de todos los objetos e incluso de los invitados del museo a Amberes. El traslado quedó documentado en fotos y en documentos escritos por Broodthaers de forma siempre medio burocrática, medio surrealista, medio filosófica. En Amberes organizó una carrera ciclista por las inmediaciones de su museo ficticio. El museo llegó después hasta la playa, y hay fotos en los que se ve a Broodthaers y a sus amigos cavando en la arena y poniendo carteles indicando que ahí mismo había un museo. Siguió otras secciones del museo, y ahora había también bordados e inscripciones hechas a mano en las que figuraban las palabras

---

<sup>2</sup> Las asociaciones de la imagen del águila van desde lo militar hasta lo sublime, desde la fortaleza hasta la solemnidad, desde la independencia hasta la pureza..

“museo las águilas”. En cada nuevo desplazamiento ejercía Broodthaers una función administrativa distinta. Hubo asimismo una sección de cine, y poco a poco fue abriendo nuevas salas con objetos diversos (maletas, relojes, espejos) bajo los que figuraba siempre la inscripción “Fig.” junto a un número o una letra de clasificación.

La sección financiera del museo se inaugura en 1971, y Broodthaers escribe en distintos medios y con distintas técnicas que el museo se tiene que vender debido a su fracaso. El mismo escribe el contrato de compraventa e incluso diseña unos lingotes de oro, cuyo precio se fija al doble del precio del oro para ese día, y los cuales se ponen a la venta para subvencionar la exposición. La venta del museo y el oro está destinada a “financiar por medio de recursos inéditos, el funcionamiento del museo”. Broodthaers mismo hace las veces de entrevistador y entrevistado en los medios de comunicación para explicar sus motivaciones. Se publicita a sí mismo en las revistas femeninas. En la banda sonora de una película realizada durante la exposición dice sobre su empeño y en referencia a las águilas: “Es poner el arte en tela de juicio pasando por el objeto de arte que es el águila. Águila y arte están aquí confundidos. Mi sistema de inscripción y la atmósfera general debidos a la repetición del objeto y a la confrontación con las proyecciones publicitarias, invitan, creo yo, a mirar un objeto de arte, es decir, un águila, a mirar un águila, es decir, un objeto de arte, según una visión verdaderamente analítica: es decir, separar en un objeto lo que es arte y lo que es ideológico. Quiero mostrar que la ideología tal y como es e impedir justamente que el arte sirva para hacer esta ideología no aparente, es decir, eficaz.”

En la exposición había un sinnúmero de objetos e imágenes de águilas, piezas antigua, recortes de periódico, imágenes publicitarias, fotos, etc. Debajo de cada águila de la exposición había una placa con un número que decía. “Esto no es una obra de arte”. (Duchamp & Magritte). Así elevaba un objeto cualquiera, producido en masa, a la condición de la obra de arte, al tiempo que destruía esa misma elevación por medio del cartel. Pero enmarcado el conjunto en la institución del museo ficticio, el cartel sólo se ofrecía como un sinsentido. La reflexión sobre el objeto de arte en la industria cultural giraba en torno a la autonomía del objeto artístico como un sinsentido, pero no por ello menos autónomo.

La exposición llega a los Documenta de Kassel en 1972, ahora también con el nombre de “Sección publicidad”: los tabiques de las salas están pintados en negro y en ellas hay emblemas de águilas y paneles con innumerables representaciones del águila, desde usos políticos, geográficos, hasta turísticos y comerciales. Sobre su labor, escribe: “aún es importante la cultura. A mi entender, sí, y más aún si incorpora el pensamiento en un marco de referencia que pueda ayudar a defenderse de las imágenes y de los textos transmitidos por los medios y por la publicidad que determinan nuestras reglas de comportamiento y nuestra ideología”.

#### IV.

Broodthaers consideraba que la única definición seria del arte tenía que vérselas inevitablemente con la creciente conversión del arte en una mercancía, con la problemática de la industria cultural. ¿Cómo entender las constantes transformaciones de este museo ficticio y sus diversos roles ficticios en la industria cultural? En 1968, año en el que se inaugura la exposición, Broodthaers había tenido una experiencia determinante en relación a algunos artistas colegas suyos. Varios de ellos habían ocupado el Palais des Beaux-Arts de Bruselas para protestar contra las instituciones artísticas. Sin embargo, algunos de ellos se quedaron en el museo para confiscar el

espacio y aprovecharlo así para exponer su arte. (Buena metáfora de lo que significó 1968). Así es como Broodthaers decidió abrir su museo particular en otro lugar. El gesto de Broodthaers fue doble: por un lado, quiso reducir la imagen del arte (esto es, el águila) a la forma industrial seriada y repetitiva; por otro, quiso asumir todos los roles institucionales asociados a la industria cultural del museo. Como un Bouvard y Pecouchet absurdo (como un hombre-orquesta), se hizo director de museo, curator, coleccionista, periodista, transportista, publicista, inversor, archivista, abogado; llegó incluso a firmar una nota del médico dispensándole de cualquier otro trabajo no relacionado con el arte. Cuanto más se afirmaba el arte y la cultura como esfera independiente, tanto más convertía su empresa en una más de las actividades comerciales de la industria cultural, destruyendo de un solo golpe toda posibilidad de excepcionalidad de lo cultural.

Ahora bien, cuando por ejemplo situaba la placa “esto no es una obra de arte” bajo el objeto del águila: ¿no se manifestaba ese sinsentido, esa negación, como la más ineludible afirmación de la cultura (así habla Freud de la negación)? “Aún es importante la cultura”, decía Broodthaers, el gran destructor de la cultura. Es decir, cuanto más trataba Broodthaers de reducirse a todos los oficios y cargos no artísticos de la industria cultural, tanto más brillaba su existencia como artista...¿quién sino a un artista se le iba a ocurrir tanto jaleo? (Lo mismo se podría decir de Flaubert)

En sus producciones tardías (1969-75) Broodthaers escribía su firma 10, 25, 75 veces, y a cada firma le daba un precio arbitrario en moneda internacional (125DM, 98\$) etc. También identificaba la estrategia del arte con la de la estrategia militar que constantemente se pone a la zaga de los movimientos del capital para aprovecharse de ellos... (Como Debord que nunca se consideró filósofo, sino estratega)...etc.

Si Broodthaers empezó su carrera artística de una forma peculiar, vendiendo cualquier cosa, doce años después, poco antes de su prematura muerte, llegó a la misma conclusión a la que había llegado Marx. En el modo de producción capitalista, ni el arte ni la cultura en general pueden sobreponerse, superar, las condiciones de producción a las que están sometidos. Lo que sí puede y debe hacer la cultura, en su constante autodestrucción, es mostrar esas condiciones de producción: “El artista, como el trabajador, es simplemente un productor. Pero incluso cuando no tiene un duro, sabe muy bien a lo que aspira. Cuando se convierte en un productor reconocido es entonces un trabajador que vive con lujo. Un artista vive más cómodamente que un trabajador de cualquier país, ¿verdad?”