

De lo traumático a lo "cool"

CARLES GUERRA

Cuando Bill Clinton recibió la medalla Carlomagno en el 2000, su discurso de aceptación incluyó una declaración que sorprendió a muchos. El presidente de Estados Unidos alentó a las regiones europeas con viejas aspiraciones nacionalistas a constituirse en Estado. Lo que muchos interpretaron de inmediato fue que el imperio acababa de nacer y que un máximo de democracia a nivel local no estaría reñido con un control a nivel global.

De pronto el 2004 se anuncia como el año en que se debatirá si la Constitución española está verdaderamente agotada. Autonomías como la vasca y la catalana deben convencer al Gobierno de que el marco histórico en el que se forjaron sus respectivos estatutos ha derivado en una situación totalmente nueva.

Los políticos pueden no reconocerlo, pero la cuestión de la identidad ha progresado más de lo que ellos desearían. El caso vasco lo demuestra. La polarización mediática y política a la que se ha sometido esa sociedad hace tiempo que viene siendo contestada por una tercera vía, más flexible y creativa que la estrictamente política.

La política cultural vasca presenta síntomas de mayor optimismo que la política a secas. Las inversiones en este campo lo confirman. En la situación actual las instituciones han entendido que la cultura visual puede tener un papel mediador. En "Crónica de una seducción" (1997) Joseba Zulaika desmenuzó las negociaciones y motivaciones que trajeron el Guggenheim a Bilbao. La primavera próxima será Manifesta 5. Bienal Europea de Arte Contemporáneo la encargada de dinamizar San Sebastián. La entidad organizadora, Fundación Internacional Manifesta, no esconde su deseo de actuar como "espacio intermedio". Manifesta se contempla de lleno en el "plano" institucional, político, artístico y comercial.

La combinación del arte contemporáneo con geografías marcadas por algún aspecto traumático (guerras, terrorismo, inestabilidad social) es una fórmula

que el nuevo capitalismo explota por doquier. El arte contemporáneo se equipara con una intervención humanitaria; al fin y al cabo, una forma más de legitimar la implantación de nuevas inversiones. A esto ayuda el que en los últimos años una nueva generación de artistas visuales en Euskadi ha roto con el tabú de representar el conflicto. Para ellos, la violencia terrorista, las diatribas del nacionalismo y la cuestión de la identidad son aspectos tan propios de la cultura vasca como la cocina y el paisaje.

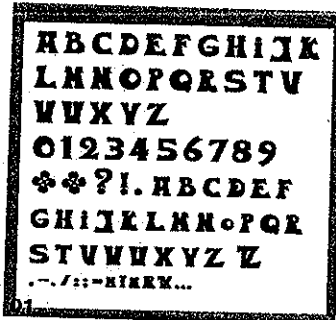
El crítico de arte Peio Aguirre reconoció esta situación en un informe titulado "Basque Report" (2000): "La creciente estandarización de los estereotipos de 'lo vasco', contruidos desde la necesidad de crear al Otro (enemigo, rival o amigo), y la progresiva mediatización de la situación vasca deja entrever que cada vez más artistas van a trabajar a partir del contexto social y político local". A renglón seguido, una observación premonitrice: "El riesgo siempre estará en su recuperación interesada".

Efectivamente, la presentación de Manifesta durante la última edición de Arco, en febrero, no desestimó convertir la violencia en objeto de investigación, tal como dijo Marta Kuzma, una de los comisarios. En la misma mesa estaban sentados representantes políticos de la ciudad, del Gobierno vasco, de la Diputación y del Ministerio de Cultura. Este es el primer paso para mudar lo traumático en algo "cool" y vendible.

Otras formas de entender la internacionalización del conflicto vasco existían con anterioridad. Un olvidado filme de Alfonso Ungria, "La conquista de Albania" (1983), muestra en clave histórica la gesta fallida de una compañía navarra que partió a ocupar aquel país en el siglo XIV. Cuando Juan Luis Moraza utilizó esta película como fondo de una conferencia suya sobre las paradojas de la identidad proyectó simultáneamente "Lamerica" (1999), de Gianni Amelio. En el origen de "Lamerica" también está la ocupación de Albania que Mussolini lleva a cabo en 1939. Moraza resume así un viaje de ida y vuelta a Albania en

el que el imaginario vasco se estrella contra un país desierto, sin nada que conquistar. El destino de las políticas identitarias ligadas a las posiciones del nacionalismo clásico no puede tener comentario más demoledor.

Más recientemente los trabajos de Asier Pérez o Iñaki Garmendia han actualizado las formas de exportar lo vasco. La cocina vasca y el rock radical pasan el examen de la globalización cultural. Para ello se someten a traducciones radicales que confrontan lo genuino con



En los últimos años una nueva generación de artistas en Euskadi ha roto con el tabú de representar el conflicto

lo exótico. Durante un mes un restaurante Surinam en Utrecht sustituye su cocinero habitual por un chef vasco ("Funky Baskenland", 2000) y en la Bienal de Taipei una banda de rock taiwanesa canta en chino temas de Kortatu y Zarama ("Kolpez Kolpe", 2002).

Incluso el conflicto es susceptible de ser reubicado. En Belfast - ciudad con "una particular situación social y política" - Asier Pérez organizó "Kissarama". El evento consistía en batir el récord Guinness de parejas besándose en la boca. No consiguió reunir a las más de 1.588 que necesitaba para superarlo, pe-

ro gracias al proyecto publicitó ampliamente la técnica: "No right, no wrong, no colours, no label, no words, no friction".

Más allá de estas escaramuzas de globalización que parodian mutaciones de lo local, otros proyectos han puesto en práctica métodos de la nueva economía para vender iconos tradicionales de la cultura vasca. Consonni y Hinrich Sachs organizaron en el 2001 una subasta internacional de la tipografía vasca, esa que parece tallada a golpes sobre un tronco y que anuncia todo tipo de comercios. Quince programas informáticos originales de la tipografía "Euskara" salieron a la venta por 70.000 euros el lote. Nadie la compró, ni Microsoft, ni el Gobierno vasco. Equiparar el mito con la economía todavía representa un tabú insalvable.

Como muestra Ibon Aranberri, la amnesia y el olvido también forman parte de ese combinado. Su mejor proyecto es una idea frustrada: disparar fuegos artificiales en las cercanías de la central nuclear de Lemóniz, un espacio que tras años de protestas quedó vedado al paso y sólo se reabrió con la tregua. Sin embargo, Iberdrola nunca dio el permiso necesario. Seguramente la empresa no sabía qué valor simbólico podía desprenderse de una acción como ésta. Para la opinión pública dominante en Euskadi la ambigüedad es fuente de sospecha. Por eso, artistas como Jon Mikel Euba y Txomin Badiola la convierten en un valor estético y político, capaz de producir significados de los que nadie pueda apropiarse.

Esto, que parece una forma razonable de combatir la polarización mediática, saca de sus casillas a Mikel Iriondo, un profesor de Estética de la Universidad del País Vasco que les acusa de "abordar lábilmente el problema de la violencia". Él seguramente preferiría el arte del mausoleo. Como Arnaldo Otegi, que explicitó su imagen de Euskadi cuando en el filme de Medem "La pelota vasca" lamenta que el día en que todo el mundo coma hamburguesas será el fin. ¿Acaso la imagen del País Vasco en el Tour de Francia no se ha sintetizado ya en una marca de telefonía móvil? En las retransmisiones del Tour, Euskaltel compete con la ikurriña. Así que en breve, Euskadi puede no llegar a ser una nación, pero es la raíz de una nueva empresa capaz de transformar mitos ancestrales y traumas actuales en algo "cool" y atractivo para el capital financiero. |

