

## Peio Aguirre



### PEIO AGUIRRE

Estrategias para una crítica de arte expandida y *site-specific*  
**Ciclo Contextos.**

Este ciclo pretende divulgar el trabajo de los creadores murcianos entre críticos, comisarios y responsables de centros expositivos de todo el ámbito nacional. Antes de cada conferencia se organizará un programa de visitas a estudios y visionado de portfolios. Las personas que deseen que Peio Aguirre vea su trabajo pueden escribir a [editorial@carm.es](mailto:editorial@carm.es) adjuntando un pdf con su obra y nos pondremos en contacto con ellos

**Conferencia, Jueves 20 de Abril 18.30h**

Contextos es un proyecto de largo recorrido que pretende dar a conocer el trabajo de los artistas murcianos y favorecer su proyección fuera de nuestras fronteras. Para ello visitaran nuestra región comisarios que además de impartir una conferencia sobre sus líneas de trabajo se encontrarán con aquellos creadores que se inscriban en el proyecto y sean seleccionados. Verán sus dossiers, visitarán sus estudios o se encontrarán con ellos para conocer su obra. La finalidad de **CONTEXTOS** es que los visitantes se lleven de su visita a Murcia, el contacto e información sobre artistas con los que en tal vez puedan trabajar en futuras exposiciones.

Este ciclo pretende divulgar el trabajo de los creadores murcianos entre críticos, comisarios y responsables de centros expositivos de todo el ámbito nacional. Antes de cada conferencia se organizará un programa de visitas a estudios y visionado de portfolios.

**0.1** 5 de abril de 2017. Blanca de la Torre

**0.2** 20 de abril de 2017. Peio Aguirre

**0.3** 26 de mayo de 2017. Ángel Calvo Ulloa

## ÍNDICE

### 1. Peio Aguirre p. 3

Bio/currículum  
Bibliografía

### 2. CONFERENCIA p. 6

2.1 Título

2.2 Resumen

2.3 Texto de la conferencia p. 7

## 1. Peio Aguirre



**Peio Aguirre** (1972, Elorrio, Bizkaia) es crítico de arte, escritor, comisario independiente y editor. Vive en Donostia-San Sebastián. Su escritura abarca la teoría, el arte contemporáneo, el diseño y otras expresiones de la cultura popular. Es autor del libro *La línea de producción de la crítica* (consonni, 2014). Entre 1993 y 1996 programó exposiciones en el AKA Arriola Kultur Aretoa de Elorrio, Bizkaia. Entre 2000 y 2005 codirigió D.A.E. Donostiako Arte Ekinbideak, plataforma curatorial de proyectos artísticos en el espacio público de San Sebastián.

Ha publicado en numerosas revistas y periódicos nacionales e internacionales como el *Cultura(s)* de La Vanguardia, Mugalari, Exit, A-desk, Afterall, A Prior Magazine, Exit Express, Flash Art, El estado mental, e-flux journal, Concreta, entre otros. Ha escrito textos en catálogos y monografías de artistas como Philippe Parreno, Ibon Aranberri, Jon Mikel Euba, Annika Eriksson, Liam Gillick, Martin Beck, Apolonija Sustersic, Fernando Sinaga, Susan Philipsz, Pello Irazu, Wendelien van Oldenborgh, Willie Doherty, Fiona Tan, Txomin Badiola, Armando Andrade Tudela, Francesc Ruiz, Dora García, entre otros. Ha comisariado las exposiciones *Imágenes desde el otro lado*, CAAM, Las Palmas de Gran Canaria (2007); *Arqueologías del Futuro*, sala rekalde, Bilbao (2007); *Asier Mendizabal*, MACBA, Barcelona (2008); “*Scenarios about Europe*”,

dentro del proyecto *Europe (n)*, Galerie Für Zeitgeitnossische Kunst, GFZK, Leipzig; *Néstor Basterretxea, Forma y Universo*, Museo de Bellas Artes de Bilbao (2013); *Constelación Europa*, Museo San Telmo (2013); *Arenzana Imaz Intxausti Peral Montón* (con Beatriz Herráez), Tabakalera, San Sebastián (2016); “*Respiración artificial. Performance. Eco oscuro*”, con Dora García, IVAM Institut Valencia d’Art Modern. Valencia; *Una modernidad singular. “arte nuevo” alrededor de San Sebastián 1925-1936*, Museo San Telmo (2016); *Juan Pérez Agirregoikoa*, Artium, Vitoria-Gasteiz (2017), entre otras.

Con el sello **co-op** y ha publicado monografías de los artistas Asier Mendizabal, Xabier Salaberria, Juan Pérez Agirregoikoa, dos libros de artista de June Crespo, y también otros materiales impresos. Desde 2006 escribe crítica cultural en su blog *Crítica y metacomentario* <http://peioaguirre.blogspot.com>

## Peio Aguirre (contextos)

BLOG Crítica y metacomentario [www.peioaguirre.blogspot.com](http://www.peioaguirre.blogspot.com)

Fragmento *La línea de producción de la crítica* (consonni, 2014)  
[https://www.consonni.org/sites/default/files/ftp/la%20linea%20de%20produccion\\_Aguirre\\_consonni.pdf](https://www.consonni.org/sites/default/files/ftp/la%20linea%20de%20produccion_Aguirre_consonni.pdf)

Entrevista CTXT, Andrés Carretero  
<http://ctxt.es/es/20161123/Culturas/9576/Entrevista-Peio-Aguirre-critica-arte-arquitectura-Euskadi-Cultura-de-la-Transicion.htm>

Página en academia.edu <https://independent.academia.edu/PeioAguirre>

Reseñas libro *La línea de producción de la crítica*  
<http://www.revistavisperas.com/la-linea-de-produccion-de-la-critica-de-peio-aguirre/>

<http://hermanocerdo.com/2015/10/marxismo-o-nada/>

<http://www.factorcritico.es/la-linea-de-produccion-de-la-critica/>

-Arte y diseño en la encrucijada. Revista Fakta

<https://revistafakta.wordpress.com/2014/04/12/arte-y-diseno-en-la-encrucijada-por-peio-aguirre/>

Texto en e-flux: "The estate of Spain. Nationalism, critical regionalism and biennialization" <http://www.e-flux.com/journal/22/67767/the-state-of-spain-nationalism-critical-regionalism-and-biennialization/>

"Identidad, Estudios Culturales y multiculturalismo en la era del odio", Campo de relámpagos <http://campoderelampagos.org/critica-y-reviews/15/10/2016>

## 2. CONFERENCIA

### 2.1 Título

Estrategias para una crítica de arte expandida y *site-specific*

### 2.2 Resumen

El libro *La línea de producción de la crítica* (consonni, 2014) abordaba la situación esquizofrénica en la que se encuentra la crítica de arte en nuestro tiempo. Al mismo tiempo que se habla de su crisis, la cantidad de “texto” publicado sobrepasa y excede su propia lectura. Cantidad y calidad no son sin embargo sinónimos. Esta conferencia aborda tanto la situación actual de la crítica de arte, como la de otras críticas hermanas (literaria, cinematográfica, arquitectónica, etc.). A su vez se relata el proceso de concepción y redacción del mencionado libro. La conferencia sirve como línea a partir de la cual trazar el itinerario biográfico del autor en el arte.

## 2.3 Texto de la conferencia

### **LA LUCHA POR LA PUBLICIDAD\***

Todavía se concibe al crítico como figura de autoridad representante de una ley que obedece cual puntual funcionario del orden. Que este estereotipo aún perviva refleja una posición más propia de un tiempo en el que palabras como “populacho”, “cortesano” y “burgués” todavía eran moneda de cambio habitual en el lenguaje. Cualquier interpretación foucaultiana certificaría la crítica asociada al poder. A esta atribuida posición social construida sobre la autoridad le siguen viejos clichés; se menta al crítico cuando escribe en periódicos de gran tirada o en revistas importantes. Su nombre adquiere a veces incluso notoriedad social, y para ello (cada vez más) el crítico deba labrarse una imagen pública, cultivar el narcisismo o fustigar certera e impasiblemente. Su aparente reputación responde a una relevancia ganada en el ámbito de cultura, ocupando una posición central. Este crédito social se acrecienta cuando la crítica deviene en publicidad al servicio de la cultura y los medios de comunicación. Las instituciones de la cultura –algunas de las cuales orbitan sin rumbo ni estrategia dentro de la industria cultural– justifican la inversión que de ella se hace a través de su aparición regular en revistas y periódicos. La amortización simbólica de los presupuestos y rendimientos ante instancias políticas y económicas se argumenta mediante la compilación de datos y pruebas fehacientes del devenir mediático. La audiencia, el número de lectores y de espectadores son meros datos a computar en los diagramas sociológicos del consumo y el acceso a la cultura. La crítica no es ya de ningún modo la instancia legitimadora que hacía del criterio un elemento basculante de las cosas, sino el instrumento por el cual la publicidad y la propaganda mediática se abren camino. El conflicto moral de la crítica no puede superarse ni siquiera en su carácter pecuniario; es gracias a ello que la crítica cumple su cometido en la esfera de la publicidad. Cuando asiduamente se apela erróneamente al poder del crítico se olvida que ese poder flotante no le pertenece sino que emana de esa misma esfera donde él o ella únicamente son meros instrumentos. La agencia crítica ejecuta siempre su función en la esfera de la circulación.

Tampoco es posible otorgar “poder” exclusivamente a una única instancia en esta esfera de la publicidad (por ejemplo a la galería o la institución o museo, etc.). Caracteriza a todo este sistema la movilidad gravitatoria de sus diferentes agentes e instituciones: la circularidad del dispositivo, la dispersión, la distribución y la inevitable fragmentación.

## La esfera de la circulación

Recientemente Hito Steyerl ha introducido el término “circulacionismo” para referirse al modo en el que la emergencia de una imagen no pasa ya por su realización sino a través de la post-producción y su aceleración a través de las redes sociales y su publicitación infinita. Para ella, lo que la vanguardia soviética llamó productivismo, la demanda de que el arte debería entrar en la producción y en la fábrica, puede ahora reemplazarse por este “circulacionismo”.<sup>1</sup> Un único agenciamiento dentro de un sistema es incapaz de generar transformación por sí mismo: necesita entrar en interacción con otros elementos constitutivos de esa propia estructura. Toda generación de plusvalía en el capitalismo requiere de la constante movilidad de sus agencias, como puntos en una constelación que en lugar de permanecer estáticos renuevan sus valencias sin descanso. Complicando, circulando, operando y generando. Resulta asimismo ineficaz reconocer una forma de poder en el contenido de ninguna escritura; el poder, en todo caso, está siempre en el medio, canal, vehículo de mediación y en el aparato de difusión. La crítica cumple entonces una función real entre el mercado y la esfera de la comunicación (entendiendo también lo público, es decir, las programaciones de los museos e instituciones artísticas, como una forma de mercado). La crítica cumple una función útil, como un arte aplicado, en medio de la lucha por la publicidad. Adorno escribió sin rodeos:

al infiltrarse hábilmente en los huecos y adquirir influencia gracias a la difusión de la prensa, los críticos obtuvieron esa autoridad que su profesión presuntamente presupone. Su arrogancia se debe a que en las formas de la sociedad de la competencia, en las que todo ser es simplemente ser-para-otro, también el crítico se le mide por su éxito en el mercado. El conocimiento del experto no

---

<sup>1</sup> Hito Steyerl, “Too Much World: Is the Internet Dead?”, e-flux journal n° 49, noviembre, 2013.  
<http://www.e-flux.com/journal/too-much-world-is-the-internet-dead/>

era un producto primario, sino un producto secundario, y cuanto más falta el conocimiento, tanto más es sustituido por la información y el conformismo. Cuando en su palestra (el arte) los críticos ya no entienden lo que están juzgando y se dejan degradar a propagandistas o censores, se consume en ellos la vieja deshonestidad de su profesión. El privilegio de la información y la posición les permite dar su opinión como si fuera la objetividad. Pero sólo es la objetividad del espíritu dominante. Los críticos ayudan a tejer el velo.<sup>2</sup>

Este velo es como una maraña entretejida en el incremento de las conexiones, el aumento de la opacidad y el sutil pero molesto ruido de fondo sobre la cual la industria cultural propaga silenciosamente la amnesia colectiva bajo la coartada de la importancia de la Cultura. Si Adorno, denunciaba la corte de mediadores sobrevividos de la cultura, reducida ésta a mera comunicación, ¿qué decir de la inflación de la mediación en nuestras sociedades informatizadas y expuestas a la plusvalía? El mediador, el *middleman*, es una figura contemporánea en una sociedad que privilegia no ya el intercambio, sino las ganancias y plusvalías salientes del acto mismo de intercambiar. En la economía global, el término de mediación ha pasado de tener connotaciones éticas y simbólicas –por ejemplo en la educación o la resolución de conflictos– a describir actividades donde prevalece el flujo sin descanso de recursos inmateriales, y donde no está muy claro qué es lo mediado porque los propios medios y los fines se han convertido casi en indistinguibles. La mediación prioriza las conexiones, el movimiento de ideas y entidades abstractas de un lado a otro, siendo la distribución de información en pantallas el principal modo planetario de la economía.<sup>3</sup> Mediadores contemporáneos son los mánagers, abogados, periodistas, consultores, comisarios y demás. El crítico es, también, un mediador. ¿Acaso es una figura contemporánea? Recordemos de nuevo la posición del crítico como mediador durante el arte conceptual en los años sesenta: la crítica de los artistas conceptuales se postulaba en que trabajar directamente con el lenguaje era una forma de deshacerse del crítico de arte y la institución, de modo que la obra de arte y el mensaje artístico pudieran pretendidamente ser apreciados como tales y sin intermediarios. En la mediación de la circulación de información, el

<sup>2</sup> Theodor W. Adorno, “Crítica de la cultura y la sociedad”, en *Crítica de la cultura y sociedad I. Prismas. Sin Imagen Directriz, Obra Completa 10/1*, Akal, Madrid, 2008, pp. 10-11.

<sup>3</sup> Ver Soren Andreasen y Lars Bang Larsen, *The Critical Mass of Mediation*, Gra publikationer, nº 1, Copenhagen, 2012

clientelismo obtiene de la cultura su mayor suministro mientras la crítica imita a la publicidad. En este sentido, toda crítica es una forma de publicidad secreta. Ésta es una primera asunción que todo crítico debe admitir si desea administrar y aprovechar esa misma publicidad en un sentido táctico y auto-consciente. La posición materialista a defender pasa por la toma de consciencia de todo intercambio económico y simbólico de las plusvalías. En este sentido, el medio es el primer contenido. En este reino de la publicidad importa menos lo que la crítica dice que su simple existencia; lo que cuenta es el intercambio consumado entre el lector, la institución cultural y el medio de comunicación.

La valoración economicista que la institución cultural deposita en la visibilización resulta prioritaria; toda presencia del “producto” extendida a lo mediático condiciona lo que se pueda decir del “producto” en sí. Esta lucha, o competencia, por la publicidad incluye al crítico mismo en primer lugar, no sólo como el instrumento sino también como el destinatario. Ningún crítico escapa a esta carrera por la competencia que es la publicidad. Cuando alguien escribe gratis (o mal pagado) la crítica escrita encuentra su compensación en la reputación que la revista de prestigio proporciona a los propios críticos y que estos necesitan para subsistir y poder labrarse un futuro. Más que hipotecar el futuro, la estrategia consiste en invertir en capital simbólico, pues ellos mismos precisan de la publicidad (de publicar, hacerlo público) para crecer tanto como las instituciones culturales necesitan de los media para expandirse más allá de sus paredes. Sólo así se explican las condiciones de precariedad y explotación salarial en las que subsiste la profesión. El crítico de hoy se parece cada vez más a esos hombres-anuncio que visten carteles por ambas caras donde se puede leer “se alquila”. Hay, asimismo otro rasgo que define a la crítica y es la persistente negación o ceguera ante este imperativo de la publicidad. No es tanto idealismo lo que reluce en esta actitud sino falsa conciencia. Cualquier labor resulta más gratificante cuando se parte de un pecado original confesado que cuando se piensa en lo inmaculado de la profesión. Adorno lo dejaba claro al anotar que:

los críticos profesionales fueron al principio “informadores”: daban orientaciones sobre el mercado de los productos espirituales. A veces llegaban a conocer la cosa, pero siempre eran agentes del comercio y estaban de acuerdo tal vez no con este o aquel producto, pero sí con la

esfera en tanto que tal. Los críticos profesionales llevan la huella de esto aunque hayan abandonado el papel de agente. Que a continuación se les confiara el papel de experto y finalmente el de juez era inevitable desde el punto de vista económico, pero casual por cuanto respecta a la cosa.<sup>4</sup>

(...)

\* Fragmento de *La línea de prod*

---

<sup>4</sup> *Ibid.*, p. 10.