



ELVO Editorial  
info@elvoeditorial.com  
www.elvoeditorial.com

Primera Edición: enero, 2024.

© Helvia de Campos Moreira.  
© ELVO Editorial.  
© diseño de cubierta: Helvia de Campos Moreira.  
© fotografía de solapa: Ramón Madriñán Vázquez.  
Todos los Derechos Reservados.

Dep. Legal: MA 41-2024  
ISBN: 978-84-126692-8-2



Gracias por comprar la edición autorizada de este libro. Por favor, no escanee, reproduzca, distribuya o fotocopie ninguna parte del mismo sin permiso de la editorial. De este modo estará respaldando a los autores y permitirá que editoriales independientes, como la nuestra, continúen publicando libros como el que tiene en sus manos. Si necesita fotocopiar, distribuir, reproducir o escanear partes de este libro, diríjase a CEDRO.

Queda prohibida, por tanto, la distribución, reproducción total o parcial, transformación o comunicación pública por cualquier vía sin contar con la autorización previa de los titulares del copyright, salvo los previstos por la ley.



*Dedico este libro a Elena Mollá Zaldondo,  
la mejor compañera de vida y de aventuras.*

**H. SOUZWITT**

**THE NEW  
PICASSO**



Un destello de luz revienta la superficie inerte y oscura de la pantalla, acompañado de un chasquido estridente. Astillas de brillo plateado vuelan en todas direcciones, cortando el plano con gran violencia. Los fragmentos se pegan y se transforman en masas difusas que en algunos momentos parecen cobrar significado. Son caras que gritan, piernas que corretean, satélites que giran y se convierten en engranajes en funcionamiento. Todo en exceso, todos los excesos.

Una pesadilla lisérgica se desata entre los sonidos confusos de una banda sonora infernal de fondo. Retumban trompetas, ladridos, guitarras eléctricas. Un giro de cámara permite visualizar, desde otra toma, un conjunto organizado de letras de distintas tipografías que fabrican un título de apertura: *The New Picasso*.



## 1 **LOS ECOS DE LA FIESTA**

*Estamos en una gran época, asistimos a un formidable renacimiento de las letras y las artes. El siglo XX busca en las artes la expresión que corresponde a los descubrimientos científicos y al tumulto de las grandes ciudades modernas.<sup>1</sup>*

Tarsila do Amaral, 1883 - 1973

Se habían engendrado grandes expectativas. La campaña publicitaria del programa promete que este será el despertar de la sensibilidad, la diversidad y el conocimiento humanos. La civilización alcanzará por fin su apogeo intelectual, aplazado tantas y tantas veces por guerras y crisis mundiales.

—Solo el arte puede transformar la manera de pensar de la humanidad —corean los productores— ¡un brindis a Praxíteles!

Vamos a ser capaces de entender el mensaje sobre la modernidad que se encierra en una lata de sopa Campbell enmarcada. Y de debatir sobre la teoría de los colores con el mismo desparpajo con el que se habla de las idiosincrasias gastronómicas.



Seremos más bellos y cultos.

—¡Viva el nuevo Picasso!

Y si no es así, viviremos de esa ilusión por una temporada, contagiados por el optimismo rampante que arranca con cada ciclo de algo nuevo.

La última vez que ocurrió fue con la carrera espacial y toda la euforia generada en torno a los primeros vuelos fuera de la órbita terrestre. De repente teníamos astronautas y cohetes flotando sobre las cabezas como quimeras salidas de la imaginación. El planeta azul se llenó de festivales y de primaveras. Y también de camisones coloridos y de psicodelia. Duró lo que duró. Se acabó con un colocón de muertes prematuras por sobredosis, con el desenmascaramiento de sectas espirituales de vocación criminal y con la cartilla de racionamiento del liberalismo angloamericano estampada para varias décadas.

No era la primera vez que nuestra buena fe y esperanzas se hacían añicos. La respuesta no fue distinta a la dada en otras ocasiones: encogerse de hombros y buscar la siguiente chispa que prenda la mecha de la revolución definitiva.

Las políticas, las creencias, la manera de producir riqueza, todo cambia para dar paso a nuevas políticas, nuevas creencias y riquezas, pero el busto de Nefertiti sigue deslumbrando, sea la época que sea. El arte es el patrimonio más incombustible de cualquier colectivo humano.

No se sabe qué finalidad guardaban las pinturas de la cueva de Altamira. ¡*Boom!* Se convierten en arte: arte rupestre. Un *inuit* talla una figurita en un hueso de ballena y una galería de París la comercializa con un precio exorbitado para que no se confunda con un objeto de artesanía.

Aquí empieza lo impactante.

El valor de un bien de consumo se determina a partir de la suma de los costes de una serie de parámetros: materia prima, horas empleadas en la fabricación, gastos de producción (consumo de energía, agua, transporte, logística, etc.). Al precio final aún hay que sumar los impuestos correspondientes y los márgenes de beneficio esperados, además del valor agregado de la marca y de otros factores mensurables justificados. En el caso de una obra de arte, la tabla de cálculo cartesiano que se acaba de describir se va al garete.

¿Cuánto vale la hora de trabajo de Jeff Koons?

Su escultura *Balloon Dog (Orange)*, que imita a un perrito de globoflexia en escala gigante, se subastó en Christie's por 58,4 millones de dólares. Y él ni siquiera participó en la confección. Tiene empleados que son los que se encargan de moldear, tornerar y pintar sus creaciones. Por si fuera poco, en más de una ocasión quedó demostrado que no tenía ingenio, ya que había plagiado descaradamente a otro artista. Nada de eso, por más grave que suene, causó la devaluación de sus obras. Siguen cotizando y alto.

En cualquier otro campo, un escándalo supone el fin de una carrera. Sin embargo, museos, galerías, fundaciones e instituciones exhiben sin complejos la producción artística de violadores, asesinos, acosadores, maltratadores y malhechores históricos. Hay dos explicaciones para este fenómeno: sabemos separar el artista de su obra; amamos el pecado (obra) y odiamos el pecador (artista) o, en algunos casos, el todopoderoso mercado del arte protege aquello que le conviene.

1929: se produce el *crack* de la bolsa de valores de Nueva York. Millonarios arruinados se arrojan por las ventanas. Hay colas de parados dando la vuelta a la esquina. Entre 1930

y 1931 Andrew Mellon, secretario de Hacienda de Estados Unidos en aquella época, utilizó 7 millones de dólares de su propio bolsillo y un testafarro berlinés para comprar casi la mitad de las pinturas más significativas del Hermitage. Parecerá calderilla 7 millones, pero en el mismo año un préstamo de 30 millones de dólares fue suficiente para rescatar a Italia de la bancarrota.

2008: explota la burbuja inmobiliaria. Miles de personas pierden sus casas. Y otros miles más pierden sus trabajos. Unos pocos estafadores son encarcelados por haber actuado de mala fe. La economía sufre los efectos de la recesión, aunque algunos salieron de la década más ricos de lo que habían entrado. Damien Hirst logró vender 223 lotes de sus obras por un montante de 200 millones de dólares. Con lo que ganó podía haber pagado la deuda pública de Portugal.

No debería sorprendernos que alguien supiera ver la oportunidad de negocio que tenía delante de las narices y se aprovechara de la sinergia de las plataformas de *streaming* y de las redes sociales para lanzar un *reality* que explorase el mundillo de las bellas artes: *The New Picasso* (TNP).

TNP viene para cautivar al público y que este le siga el juego, que apueste por héroes y villanos. Que pase a consumir el arte, sea para decorar su casa o dar sentido a la vida. Que se apunte a cursos de alfarería. Que compre *gadgets* para esculpir, hornear, barnizar, pintar. Que se vuelva creativo. Que aprenda a dibujar. Que visite más museos. Que conozca más artistas.

Al final, un entretenimiento consigue transformar la realidad. Después de Master Chef los platos de las estaciones de servicio de mala muerte vienen concienzudamente presentados, sea con un decorado de hoja de perejil o con

un goteo de ketchup con ífulas de exquisitez. Todos somos *gourmets*.

Por eso la producción del espectáculo no escatimó en recursos. Dispuso docenas de cámaras coordinadas entre sí y distribuidas por los escenarios, seis turnos de operadores y de técnicos de iluminación, cincuenta micrófonos estratégicamente ubicados y ocho drones manejados por pilotos con credenciales profesionales. Miles de horas de grabación sin interrupción y con un apoyo logístico que causaría la envidia de muchos aeropuertos de medio pelo.

El objetivo del generoso despliegue de medios y de la inversión: coronar al gran maestro o maestra de las bellas artes de principios del siglo XXI a través de un proceso de selección globalizado y democrático.

Los criterios de inscripción explicitaban que era necesario «presentar un portafolio con obras originales y de autoría propia. No mantener vínculo permanente alguno con galerías o representantes artísticos. No vivir de las ganancias de una producción artística anterior. Ser mayor de edad o estar legalmente emancipado. No padecer de adicciones a sustancias ilícitas o alcohólicas».

Una lista escueta. Básicamente lo que se leía entre líneas era: no intenten colar Rothkos, Pollocks o cualquier otro artista que les parezca factible imitar; queremos un cuento de hadas legítimo, no refrendar a un fulano patrocinado por un marchante de arte con sus propios intereses.

En un análisis más profundo, daba margen para la siguiente lectura: los productores del programa y sus asociados se encargarán de explotar comercialmente la carrera de los nuevos artistas consagrados por el *reality*... y gracias. Sabemos que hay niños y niñas con un talento excepcional,

pero no hay que confundir la espontaneidad de los garabatos infantiles con el expresionismo abstracto, aunque la distinción entre ambos pueda llegar a ser tenue. Necesitamos individuos más o menos cuerdos y productivos, con capacidad para entender y cumplir los plazos de las tareas designadas durante el programa.

Junto a las reglas de participación existían otros requisitos consensuados no publicitados de manera oficial. Por ejemplo, el límite de edad de los inscritos estaría entre los dieciocho y los cuarenta y cinco años. Se requería también personas con presencia ante la cámara y encanto, aunque fueran muy tímidas. Y la selección reflejaría la obsesión casi enfermiza por la diversidad y la inclusión de minorías.

Tras el examen exhaustivo de miles de portafolios y de entrevistas, con ayuda de inteligencia artificial, el proceso de selección de candidatos se centró en un centenar de postulantes.

La cosa se puso interesante. El cuarenta por ciento de los seleccionados, la llamada cuota de la estupidez, fue incapaz de entender las instrucciones de la organización para la primera tarea de criba, que consistía en presentar un autorretrato ya finalizado o al menos en un estado muy avanzado de ejecución. La técnica, el material y el formato de presentación de la obra eran de libre elección del artista. No era necesario enviar el original. Se pedía que se remitieran por correo electrónico los archivos telemáticos de video, las fotos o los bocetos junto con una pequeña redacción explicativa del proceso creativo y la memoria del trabajo. El texto no debía exceder de mil quinientas palabras.

De los participantes que lograron cumplir con las instrucciones, se seleccionarían diecinueve, cada uno de una

nacionalidad diferente. Se esperaba un enorme revuelo gracias al éxito de la estrategia previa de *marketing*. El mejor de los sueños cosmopolitas jamás imaginado estaba a punto de estrenarse.

**H. SOUZWITT**

**THE NEW  
PICASSO**







# **ÍNDICE**

<b>1</b>	<b>IOS eCOS dE IA FIESTA</b>	<b>13</b>
<b>2</b>	<b>INAUGURACIÓN</b>	<b>21</b>
<b>3</b>	<b>aUTORRETRATOS</b>	<b>33</b>
<b>4</b>	<b>rOSIE nO eS rOSIE</b>	<b>57</b>
<b>5</b>	<b>dIECISÉIS</b>	<b>69</b>
<b>6</b>	<b>cANCIONES, lIBROS y <i>bULLING</i></b>	<b>85</b>
<b>7</b>	<b>cABALLOS lOCOS y sINCEROS</b>	<b>93</b>
<b>8</b>	<b>pAREJAS dE bAILE</b>	<b>123</b>
<b>9</b>	<b>rÉGANDO fLORES mUERTAS</b>	<b>139</b>
<b>10</b>	<b>aLEA iACTA eST</b>	<b>159</b>
<b>11</b>	<b>sEMBRANDO pARA cOSECHAR</b>	<b>175</b>
<b>12</b>	<b>pEQUEÑOS pICASSOS</b>	<b>187</b>
<b>13</b>	<b>cULTURA eXTRANJERA</b>	<b>199</b>
<b>14</b>	<b>tORMENTA</b>	<b>211</b>
<b>15</b>	<b>eL vACÍO dE jEAN mICHEL bASQUIAT</b>	<b>227</b>
<b>16</b>	<b>fAROS dE cOCHE eN IA hORA bRUJA</b>	<b>241</b>
<b>17</b>	<b>pLACAS tECTÓNICAS</b>	<b>255</b>
<b>18</b>	<b>gRAND FINALE</b>	<b>271</b>
	<b>ÍNDICE dE CITAS</b>	<b>285</b>
	<b>IA aUTORA: h. sOUZWITT</b>	<b>293</b>

Este libro terminó de imprimirse en Málaga  
un 10 de febrero de 2024  
coincidiendo con el natalicio de la escritora  
Irene Némirovsky  
en cuarto creciente.





IMPRESO EN MÁLAGA, ESPAÑA.

PRINTED IN MALAGA, SPAIN.

IMPRIMÉ À MALAGA, ESPAGNE.



H. SOUZWITT

# THE NEW PICASSO

