

ARCO 1999: la cuesta de enero

Mireia Sentís

Después de dedicarle la mayor ilusión y cuatro años de mi adolescencia a la pintura, tomando clases particulares con dos profesores a cual más bohemio, colgué los pinceles. No pude soportar el no ser capaz de arrancarle a mi paleta ninguna visión que no tuviese delante. Me autodescalifiqué por falta de imaginación. Cuando doblé la edad, se me ocurrió poner en imagen una idea y eché mano de la única técnica que todos, más o menos, practicamos: la fotografía. Así obtuve imágenes que no existían antes de que yo las creara y logré comunicar lo que quería. No dejó de causarme perplejidad el hecho de no ser capaz de pintar algo inexistente pero sí de fotografiarlo. Desde entonces comprendí que lo que siempre había buscado en el arte no era deleitarme con imágenes sino ejercitar el pensamiento. Sin embargo nada me había preparado para ello. Me atrevería a decir que todo el mundo aprende a mirar obras de arte a través de palabras que hablan de lo visual y no de lo mental, del oficio y no de la inteligencia, del placer y no del esfuerzo, de lo bonito y no de lo inquietante. Más que funciones corporales, ver, observar y contemplar constituyen actividades espirituales, y sólo a través de sus ambiguos caminos es posible acceder a los dominios del arte.

ARCO, la gran feria de arte española, debería representar para los artistas un evento que alimentara esos caminos. Y resulta un tanto difícil para el público que sigue esta semana artística, enterarse del punto de vista de los artistas, ya que de ellos se tienen escasísimas noticias directas entre los escritos que inundan la prensa. Sabemos, más o menos y antes de que la feria abra sus puertas, cuántas galerías españolas participan en ella, cuántos países han acudido, cuántos proyectos especiales podremos ver, el número de artistas representados. Muy pronto sabemos también si en el ámbito económico va mejor o peor que el año anterior, qué galerías venden más, cuáles no están contentas de la organización, cuántos espectadores acuden diariamente a la feria y cuántos de ellos son coleccionistas. Opinan públicamente los directivos de la feria, los galeristas y los críticos.

Personalmente, sigo este alud de información con el mayor interés. Sin embargo, año tras año, echo a faltar la voz de los artistas, sector base de la

feria. Es paradójico que el colectivo en torno al cual gira ese gran carrusel, se quede entre bastidores. Sólo de viva voz y por los pasillos pueden conocerse sus opiniones, impresiones, alabanzas o quejas. Y, en general, únicamente a condición de ser también artista, ya que nunca he visto a un periodista, crítico, espectador o coleccionista entablar una conversación más que pasajera con los artistas, quienes deambulan por el recinto charlando entre ellos e intentando descubrir alguna obra que les estimule. Cosa que no resulta fácil.

Cuando la economía está saneada y el arte, de moda, no depende de la feria gran parte de la supervivencia anual de las galerías, y éstas se pueden permitir apostar en serio por un número muy reducido de artistas. Es entonces relativamente fácil conocer en su conjunto el trabajo de un creador. En consecuencia la feria cobra vida y adquiere sentido para los artistas. Por el contrario, cuando las galerías tienen que exponer muchos objetos vendibles a fin de amortizar el elevado gasto que siempre supone una feria, el espacio se convierte en algo parecido a un zoco, donde los galeristas manifiestan su nerviosismo por la reacción del público —considerado sobre todo como posible comprador—, y los artistas, su preocupación por no resultar rentables a sus galerías y verse así excluidos del evento en años sucesivos. Durante la pasada edición de ARCO, y pensando en este artículo, me dediqué a hablar con ellos. En general mostraban su extrañeza ante mi interés por conocer, no su opinión respecto a la vertiente económica, sino anímica. La verdad es que no habían pensado demasiado en ello, ya que dan por descontado el hecho de que ARCO es esencialmente un mercado. ¿Por qué pedir peras al olmo?

El pintor Carlos Bloch tiene claro que es una feria de galeristas y que como tal cumple bien su función y cubre huecos importantes: «A nuestro país llega relativamente poca información y disponemos de poco dinero; por eso mucha gente sólo compra en ARCO. Son pequeños coleccionistas que de ARCO en ARCO van formando su colección, ya que sin necesidad de viajar, disfrutan de una amplia selección. La prueba es que, después de la semana de ARCO y durante varios meses, las galerías venden poco. Es como una especie de cuesta de enero artística».

El fotógrafo Chema Madoz considera ARCO como una especie de fiesta prolongada donde tiene ocasión de charlar con un montón de amigos y conocer a gente nueva. Además, sus resultados comerciales son positivos y se ha percatado de que parte de los interesados en su obra la han descubierto a través de esta feria. A pesar del batiburrillo, del exceso y del amontonamiento de obras, y a pesar de que no pueda verse nada con un mínimo de intimidad y de que resulte prácticamente imposible sumergirse en el mundo de cualquier artista, siempre descubre un par de cosas que le interesan.

El también fotógrafo Alberto García-Alix empieza declarando abiertamente que la feria «le importa un carajo»; pero a medida que avanzamos en la conversación se va acalorando y deja aflorar parte de la frustración que yo misma experimento: «Mira, nenita, ninguna feria ha reflejado nunca el mundo del artista. Las ferias son mercados y, por lo tanto, la pasión no tiene cabida en ellas. Aquí impera el cartón piedra. Los *stands* están obligados a poner una mesita, las azafatas a vestir uniforme y la música, prohibida. Si yo tuviera un *stand*, pondría unas chicas maravillosas bailando la música emitida por sus *walkman*. ¡Ya verías cómo le parecería entonces a la gente estar escuchando música! Puede que, como dicen, este año se venda más que otros, pero todo resulta insulso. Los artistas no contamos más que como relaciones públicas de las galerías. Se cree en el artista que genera dinero, pero no en el valor de su alma. Pensándolo bien, la única solución sería quemarlo todo y ponernos a bailar alrededor de la hoguera».

Otro fotógrafo, Ciuco Gutiérrez, aporta uno de sus meditados análisis: «ARCO no es lo que anuncian. Se presenta como un acto cultural de lujo, cuando en realidad es un mercado normal y corriente donde las galerías no escogen necesariamente lo que les gusta, sino que se rigen por criterios de «¿qué se venderá mejor?». Por lo tanto, cualquier obra es desnudada de su poesía y presentada como mero objeto de consumo. Y como lo que se consume es lo «de moda», las galerías intentan ofrecer lo que prepondera. El resultado es el mimetismo artístico. Todo se banaliza, todo se convierte en anécdota y en una verdadera feria de trivialidades, en la que, además, si no estás, no existes. La organización general se establece totalmente al margen del artista. Las obras en sí son lo último que interesa. El primer lugar lo ocupa todo lo que las rodea. Por ejemplo: la fundación Coca Cola está interesada en gastarse los treinta millones que dedica a comprar obra plástica en ARCO, porque aparece publicado en toda la prensa. En el fondo, es una maniobra publicitaria a muy buen precio. El resto del año ni se acercan por las galerías. El artista no tiene forma de saber si vende porque su obra interesa de verdad, o por el solo hecho de estar colgado. Siempre que vendo alguna pieza me hago esa misma pregunta. Por otra parte, los precios de las obras están en función del espacio específico: «si tanto cuesta el metro cuadrado y tantos metros tengo, a tanto debo vender». Ésta es la lógica imperante. ARCO no ofrece una panorámica real de lo que están produciendo los artistas. La panorámica, en todo caso, es sobre aquello que tiene salida comercial. Así no podemos extraer ninguna conclusión de carácter artístico».

O sea, que a pesar de que los artistas no se sientan incómodos en ARCO, sí parecen estar de acuerdo en que la feria constituye un foro donde las exigencias comerciales y las artísticas no sólo no se aúnan, sino que más bien

están en franca oposición. Y si uno de los requisitos de la creación artística es pensar menos en lo que se debe hacer y más en lo que se debe ser, entonces ARCO resulta, para los propios artistas, el lugar menos idóneo no sólo para alimentar su imaginación, su espíritu y su sentido crítico, sino para establecer un diálogo con la obra de otro o con su propia conciencia.

La sensación de insignificancia que experimenta un artista ante la infinidad de obras, no hace desaparecer precisamente la frustrante sospecha de que quizá se esté engañando a sí mismo convirtiendo la creación en el centro y razón de su existencia. Sin embargo, no cabe la menor duda de que el arte ha sido siempre una fuerza motriz subterránea. Sólo algo oculto — apartado de lo público y del desgaste que eso significa— genera inspiración. La difusión trae consigo una pérdida de densidad.

Como en la industria cinematográfica, un efecto especial de vez en cuando impresiona, pero uno tras otro conducen irremediabilmente a la monotonía. La proliferación no se resuelve en una suma, sino en una resta. La rareza es algo indispensable y se necesita tiempo —y hasta silencio— para apreciar la belleza desde una perspectiva totalmente nueva. En contraste con el agotamiento que produce en el espectador una feria como ARCO, la máxima de Wittgenstein —«En arte es difícil decir algo que sea tan bueno como no decir nada»— adquiere un agudo e hiriente sentido para el artista.