

Artículo para El Financiero

Circa enero 2007.

Por: Joaquín R. del Paso.

Ferias de Arte.

A partir del advenimiento del arte como un producto más de consumo, nace la idea de la feria de arte. Esto es, un lugar físico y una fecha en el calendario en la que galerías de todas partes del mundo coinciden por unos pocos días para ofrecer sus “productos”. Las más antiguas se inauguraron en Europa hace ya más de cuatro décadas, y la ciudad de Basel en Suiza tiene el privilegio de hospedar a la más “vieja” y prestigiosa de ellas.

Desde ese momento, ciudades en los cinco continentes han imitado este proceder, organizando ferias de arte como incentivo para publicitar sus encantos, promover el turismo y desde luego, llenarse los bolsillos con lo recaudado en estos eventos. Las ferias de arte al igual que muchos organismos vivos, tienen un ciclo de vida: nacen, crecen y finalmente, desaparecen. ¡Ah claro! y se reproducen: el maridaje entre el capital americano y la feria de Basel-Suiza engendró Art Basel Miami.

La feria de arte se rige por la ley del mercado, con sus ineluctables fuerzas de demanda y oferta. Para muchos entendidos con ideales afincados en el romántico siglo XIX; la feria de arte es una abominación que ha reducido lo más “puro” y “elevado” de la producción humana (léase obras de arte) a mercancías tan deleznable como una tostadora de pan o una secadora de pelo. Y de cierta manera, es cierto: aquí sólo se habla de inventarios, de precios, de rebajas, de índices y proyecciones o de plusvalía.

También se asocia al arte con estilos de vida exquisitos y opulentos. En la última edición de Art Basel Miami, una de las fiestas que se organizan en torno al evento se llevó a cabo en el lujoso Hotel Biltmore. Ahí, flanqueado por un par de automóviles Rolls-Royce, se sirvió un *buffet* de lujo para 800 invitados. Una fiesta digna de un cuento de hadas.

La pugna por participar en una feria como Basel Miami, por ejemplo, es fortísima. No sólo porque la participación de cuatro o cinco días cuesta alrededor de \$30,000 (treinta mil dólares americanos) por concepto de inscripción, sino porque astutamente, los organizadores se reservan el derecho de admisión. Existe un comité de selección y un pequeño equipo de “expertos” que evalúan a las galerías cada año, con el fin de aceptarlas o rechazarlas. Esto dota a Basel Miami de un aura de exclusividad y calidad que prácticamente le garantiza a las galerías seleccionadas ventas importantes.

Obviamente no todo es comercio y ventas: la feria posibilita ver en un solo lugar obras de arte de épocas tan remotas como el cubismo o el impresionismo al lado de otras tan recientes que aún resuman aceite y trementina. Podemos ver un óleo de Picasso de 1908 al lado de un video de (William) Kentridge del año 2004 por ejemplo. También le permite a estudiantes y público interesado -pero que no puede consumir arte de estos precios- un acercamiento “físico” a las obras que los Museos definitivamente no favorecen ni facilitan.

Personajes de todas las raleas se dan cita en la feria, pero últimamente no es raro encontrar en los pasillos de las más importantes a curadores, críticos y gente “seria” del mundo del arte. Las ferias han empezado a rivalizar con las mismísimas Bienales en cuanto a su poder de legitimación y consolidación de artistas. Los directores de Museos también asisten, motivados por la cantidad (y la calidad) de lo ofrecido.

Pero definitivamente el personaje de más rango en la feria es el Coleccionista. Es quien más poder detenta, quién ofrece las fiestas más interesantes y en última instancia, quien decide con sus compras cuales artistas son “importantes” y cuales lo son menos.

Art Fairs.

From the advent of art as another consumer product, the idea of the art fair was born. That is a physical place and a date on the calendar in which galleries from all over the world meet for a few days to offer their "products". The oldest ones were inaugurated in Europe more than four decades ago, and the city of Basel in Switzerland has the privilege of hosting the "oldest" and most prestigious of them.

Since then, cities in the five continents have imitated this procedure, organizing art fairs as an incentive to publicize their charms, promote tourism, and, of course, fill their pockets with the proceeds of these events. Art fairs, like many living organisms, have a life cycle: they are born, grow and finally disappear. Oh, sure! and they reproduce: the marriage between the American capital and the Basel-Switzerland fair gave rise to Art Basel Miami.

The art fair is governed by the law of the market, with its ineluctable forces of demand and supply. For many connoisseurs with ideals rooted in the romantic nineteenth century; the art fair is an abomination that has reduced the most "pure" and "elevated" of human production (read works of art) to such despicable merchandise as a toaster or a hairdryer. And in a certain way, it is true: here we only talk about inventories, prices, discounts, indices, and projections or capital gains.

Art is also associated with exquisite and opulent lifestyles. In the last edition of Art Basel Miami, one of the parties organized around the event took place at the luxurious Biltmore Hotel. There, flanked by a pair of Rolls-Royce automobiles, a lavish buffet was served for 800 guests. A party worthy of a fairy tale.

The struggle to participate in a fair like Basel Miami, for example, is very strong. Not only because the participation of four or five days costs about \$30,000 (thirty thousand US dollars) for registration, but because the organizers cleverly reserve the right of admission. There is a selection committee and a small team of "experts" who evaluate the galleries each year, in order to accept or reject them. This gives Basel Miami an aura of exclusivity and quality that practically guarantees important sales for selected galleries.

Not everything is trade and sales: the fair makes it possible to see in one place works of art from times as remote as cubism or impressionism alongside others so recent that they still sum up oil and turpentine. We can see an oil painting by Picasso from 1908 next to a video by (William) Kentridge from 2004 for example. It also allows students and

the interested public -but who cannot consume art at these prices- a "physical" approach to the works that museums do not favor or facilitate.

Characters of all stripes meet at the fair, but lately, it is not uncommon to find curators, critics, and "serious" people from the art world in the corridors of the most important ones. Fairs have begun to rival Biennials themselves in terms of their power to legitimize and consolidate artists. Museum directors also attend, motivated by the quantity (and quality) of what is offered.

But definitely, the highest-ranking character at the fair is the Collector. He is the one who holds the most power, who throws the most interesting parties, and, ultimately, who decides with his purchases which artists are "important" and which are less so.