

SARAH THORNTON

**SIETE DÍAS
EN EL MUNDO
DEL ARTE**

Traducción de Laura Wittner

Consulte nuestra página web: www.edhasa.com
En ella encontrará el catálogo completo de Edhasa comentado.

Título original: *Seven days in the Art World*

© ilustración de la cubierta: © Aintschie-Fotolia.com

Diseño de la cubierta: Edhasa basado en un diseño de Jordi Sàbat

Publicado en castellano por primera vez en Edhasa, S.A. (Argentina) en mayo de 2009

Primera edición en España: febrero de 2010

© Sarah Thornton, 2008

Publicado en inglés por W.W. Norton Company 2008

© de la traducción: Laura Wittner, 2009

© de la presente edición: Edhasa, 2010

Avda. Diagonal, 519-521
08029 Barcelona
Tel. 93 494 97 20
España
E-mail: info@edhasa.es

Av. Córdoba, 744, 2º piso, unidad 6
C1054A ATT Capital Federal, Buenos Aires
Tel. (11) 43 933 432
Argentina
E-mail: info@edhasa.com.ar

Quedan rigurosamente prohibidas, sin la autorización escrita de los titulares del Copyright, bajo la sanción establecida en las leyes, la reproducción parcial o total de esta obra por cualquier medio o procedimiento, comprendidos la reprografía y el tratamiento informático, y la distribución de ejemplares de ella mediante alquiler o préstamo público. Dirijase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, www.cedro.org) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.

ISBN: 978-84-350-2700-7

Impreso en Liberdúplex

Depósito legal: M-1.671-2010

Impreso en España

Índice de capítulos

Introducción	9
1 La subasta	19
2 La <i>crit</i>	55
3 La feria	85
4 El Premio	111
5 La revista	141
6 La visita al estudio	173
7 La Biennale	205
Nota de la autora	235
Agradecimientos	237
Bibliografía	243

Introducción

Siete días en el mundo del arte es una muestra sintética y representativa de un período extraordinario en la historia del arte. Durante los últimos ocho años, el mercado del arte contemporáneo cobró un impulso inusitado, se incrementó la concurrencia a los museos y, como nunca antes, muchas personas pudieron huir de sus empleos para pasar a autodenominarse artistas. El mundo del arte se expandió y se aceleró; se puso de moda, cada vez más concurrido y más caro.

El mundo del arte contemporáneo es una red dispersa de subculturas superpuestas, vinculadas por el simple hecho de que todas ellas creen en el arte. Estas subculturas se distribuyen por todo el planeta, pero se agrupan en ciertas capitales: Nueva York, Londres, Los Ángeles, Berlín. Claro que existen vitales comunidades artísticas en lugares como Glasgow, Vancouver o Milán, pero a tal punto son periféricas que los artistas que las integran, por lo general, han tomado la decisión consciente de quedarse. Aun así, el mundo del arte es hoy más policéntrico de lo que era en el siglo xx, cuando París y después Nueva York dominaban la escena.

Los integrantes del mundo del arte desempeñan, por lo general, una de seis funciones definidas: artista, galerista o marchante, curador, crítico, coleccionista o subastador. Es posible encontrar artistas-críticos y marchantes-coleccionistas, pero ellos mismos admiten que no siempre es fácil lograr un equilibrio entre sus dos tareas, y que una de sus identidades suele predominar sobre la otra en la percepción de los demás. Llegar a ser un artista creíble o exitoso es la más difícil de todas estas posiciones; pero son los marchantes quienes, manipulando el po-

der de los otros participantes, ocupan el lugar más decisivo. En opinión de Jeffrey Poe —un galerista que aparece en varios capítulos del libro—, “el mundo del arte no tiene que ver con el poder sino con el control. El poder puede llegar a ser vulgar. El control es algo más agudo, más preciso. Surge de los artistas, porque es su obra la que determina cómo van a desarrollarse las cosas; pero los artistas necesitan un diálogo honesto con un conspirador. Un control discreto —basado en la confianza—; de eso se trata, en realidad, el mundo del arte”.

Es importante tener en cuenta que el mundo del arte es mucho más amplio que el mercado del arte. El mercado abarca a los que compran y venden obras (es decir, a los marchantes, los coleccionistas, las casas de subastas), pero muchos integrantes del mundo del arte (los críticos, los curadores y los propios artistas) no están directamente involucrados en esta actividad comercial de manera regular. El mundo del arte es, incluso, un medio en el que mucha gente no sólo trabaja sino también reside en forma permanente. Es una “economía simbólica” donde el trueque se realiza en ideas y el valor cultural suele ser más significativo que la bruta abundancia.

Aunque a menudo se describa como una escena sin clases sociales, donde artistas de clase media baja toman champán con altos gerentes de fondos de inversión, eruditos curadores, diseñadores de moda y otros “creativos”, sería un error pensar que el mundo del arte es igualitario o democrático. El arte tiene que ver con la experimentación y las ideas, pero también con la excelencia y la exclusión. En una sociedad donde todos buscan una pequeña distinción individual, esto resulta una combinación embriagadora.

El mundo del arte contemporáneo es lo que Tom Wolfe llamaría una “estatusfera”. Se estructura alrededor de nebulosas y hasta contradictorias jerarquías de fama, credibilidad, imaginada importancia histórica, afiliación institucional, educación, inteligencia percibida, riqueza y atributos tales como el tamaño de la colección que se posee. En mis andanzas por el mundo del arte, me ha divertido la ansiedad por el estatus que demuestran todos sus integrantes. Los galeristas que se

preocupan por la ubicación de su stand en una feria de arte o los coleccionistas que intentan ser los primeros de la fila cuando aparece una nueva “obra maestra” tal vez sean los ejemplos más obvios, pero nadie está exento. Como me dijo John Baldessari —un artista que vive en Los Ángeles y que aportó, para estas páginas, sabias e ingeniosas palabras—: “Los artistas tienen egos inmensos, pero esto se manifiesta de diversas maneras según la época. Me resulta tedioso toparme con personas que insisten en comunicarme los puntos destacados de su currículum. Siempre pensé que usar insignias o galones sería una buena solución. Si estás exponiendo en la Bienal del Whitney o en la Tate, lo puedes anunciar en tu solapa. Los artistas podrían usar galones, como los generales, y así todos sabríamos cuál es su rango”.

Si en el mundo del arte existiera un principio en común, probablemente sería que nada es más importante que el arte mismo. Algunos lo creen de verdad; otros saben que decirlo es de rigor. Sea como sea, el universo social alrededor del arte suele ser desdeñosamente considerado como un contaminante sin relevancia.

Cuando estudiaba historia del arte, tuve la suerte de acceder a muchas obras recientes. Nunca, sin embargo, tuve muy claro de qué forma circulaban, cómo era que llegaban a considerarse dignas de la atención crítica o lograban difusión, cómo entraban al mercado, se vendían o se coleccionaban. Hoy más que nunca, cuando las obras de artistas vivos conforman la mayor parte del currículum, vale la pena entender los primeros contextos del arte y los procesos de valoración que una obra experimenta entre el taller y su llegada a la colección permanente de un museo (o al basurero, o a alguna otra ubicación intermedia). Como me dijo el curador Robert Storr —que aparece en el capítulo de la Bienal de Venecia—, “la función de los museos es volver a desvalorizar el arte. Sacan la obra del mercado y la ponen en un lugar donde se convierte en parte de la riqueza común”. Mi investigación me ha llevado a pensar que las grandes obras no aparecen: se hacen. No sólo las hacen los artistas y sus asistentes sino también los galeristas, los curadores, los críticos y los coleccionistas que “apoyan” la obra. Esto no

quiere decir que el arte no sea grandioso o que las obras que llegan a los museos no merezcan estar allí. En absoluto. Es sólo que la creencia colectiva no es tan simple ni tan misteriosa como podríamos imaginar.

Uno de los temas subyacentes a lo largo de este libro es que el arte contemporáneo se ha convertido en una especie de religión alternativa para ateos. Francis Bacon dijo que cuando “el Hombre” comprende que no es más que un accidente en el amplio esquema de cosas, sólo puede “engañarse por un tiempo”. Y agregó: “La pintura, más que ninguna otra disciplina artística, se ha transformado por completo en un juego con el que el hombre se distrae... y el artista debe profundizar mucho ese juego para ser mínimamente bueno”. Para muchos integrantes del mundo del arte, así como para diversos tipos de aficionados, el arte impulsado por conceptos es una especie de canal existencial que aporta sentido a sus vidas. Requiere actos de fe pero recompensa al creyente con una sensación de trascendencia. Por otra parte, así como las iglesias y otros puntos de reunión ritualistas cumplen una función social, los eventos artísticos generan una sensación de comunidad alrededor de intereses comunes. Eric Banks —escritor y editor que aparece en el Capítulo 5— sostiene que la ferviente socialidad del mundo del arte tiene beneficios inesperados. “La gente realmente habla sobre el arte que ve”, me dijo. “Si estoy leyendo algo de, digamos, Roberto Bolaño, voy a encontrar muy poca gente con quien comentarlo. Leer lleva mucho tiempo y es una tarea solitaria, mientras que el arte promueve comunidades imaginadas de rápida formación.”

A pesar de su autorreferencialidad, y muy al estilo de una sociedad de devotos seguidores, el mundo del arte depende del consenso tanto como de los análisis individuales o el pensamiento crítico. Si bien venera lo no convencional, rebosa conformismo. Los artistas hacen obras que “lucen como arte” y se comportan de maneras que encajan en los estereotipos. Los curadores complacen las expectativas de sus pares y de los directorios de sus respectivos museos. Los coleccionistas corren en manada a comprarle a un grupito de pintores de moda. Los críticos se fijan para dónde sopla el viento; no sea cosa de quedar desco-

locados. La originalidad no siempre se ve recompensada, pero algunas personas realmente deciden arriesgarse e innovar, lo cual le da razón de ser a todo lo demás.

El boom del mercado del arte es un telón de fondo en este libro. Para averiguar por qué ha remontado de tal modo en la última década, podríamos empezar por otra pregunta, también relacionada: ¿por qué el arte se volvió tan popular? Las narraciones incluidas en el libro aluden repetidamente a diversas respuestas, pero he aquí algunas hipótesis directas e interrelacionadas: primero, estamos más educados que antes, y hemos desarrollado un apetito por bienes culturalmente más complejos. (En los Estados Unidos y el Reino Unido, el porcentaje de población con título universitario ha aumentado de manera espectacular en los últimos veinte años.) Idealmente, el arte estimula el pensamiento requiriendo un esfuerzo activo y disfrutable. Así como ciertos sectores de la escena cultural parecen ir volviéndose cada vez más básicos, una considerable audiencia visual se dirige hacia un terreno que intenta sacudir hábitos perezosos, atolondrados. Segundo, aunque estemos mejor educados, leemos menos. Ahora nuestra cultura pasa por la televisión o por YouTube. Si bien hay quien lamenta esta “oralidad resultante”, otros señalan un incremento de la alfabetización visual, que acarrearía mayor placer intelectual a través del sentido de la vista. Tercero, en un mundo cada vez más global, el arte cruza las fronteras. Puede ser lengua franca e interés compartido como no podría serlo nada ligado a la palabra.

Irónicamente, otra razón por la que el arte se ha vuelto tan popular es que es tan caro. Los precios altos dominan los titulares de los medios, que han popularizado la noción de arte como bien de lujo y símbolo de estatus. En los últimos diez años, la porción más adinerada de la población se ha vuelto aún más rica, y hemos asistido al ascenso de los billonarios. En palabras de Amy Cappellazzo, de Christie’s, “una vez que tienes una cuarta casa y un jet G5, ¿qué te queda? El arte es extremadamente enriquecedor. ¿Por qué la gente no querría estar en contacto con las ideas?”. Por cierto, la cantidad de gente que no

colecciona arte sino que lo acumula ha pasado de las centenas a los millares. En 2007, Christie's vendió 793 obras de arte por más de un millón de dólares cada una. En un mundo digital de bienes culturales clonables, los objetos de arte únicos se comparan con propiedades inmobiliarias. Son considerados posesiones sólidas que no van a desvanecerse de un día para el otro. Las casas de subastas también han seducido a gente que tal vez, en otros tiempos, se sentía excluida de la compra de arte. La visible promesa de reventa ha engendrado la idea, relativamente nueva, de que el arte contemporáneo es una buena inversión, y ha otorgado "mayor liquidez" al mercado.

Los efectos de este fortalecimiento del mercado se han expandido mucho más allá de las quejas de los coleccionistas por la escalada de los precios y la espectacular ampliación edilicia de varias galerías. La riqueza se va filtrando hacia abajo, y hoy muchos artistas llevan una vida mejor; algunos son casi tan ricos como una estrella pop. Los críticos escriben más y más reseñas para llenar cada vez más páginas. Los curadores están dejando los museos en pos de empleos mucho mejor pagados en el mundo de las galerías. Pero el mercado también afecta la percepción. A muchos les preocupa que la validación de un precio de mercado haya llegado a eclipsar otras formas de reacción, como la crítica positiva, los premios y las exposiciones en los museos. Mencionan a ciertos artistas cuyo trabajo, creen, ha perdido totalmente el rumbo merced a un desenfrenado deseo de vender. Hasta el más comerciante de los marchantes afirmará que la ganancia de dinero debería ser subproducto del arte, y no objetivo principal de un artista. El arte necesita de motivaciones más profundas que el beneficio económico, si pretende seguir diferenciándose —y ubicándose por encima— de otras formas culturales.

Dado que el mundo del arte es tan diverso, opaco y hasta sigiloso, es difícil generalizar e imposible ser verdaderamente abarcador. Más aún: casi nunca es fácil adentrarse en él. He intentado resolver estas cuestiones presentando siete relatos que transcurren en seis ciudades de cinco países. En cada capítulo narro un día completo, con la intención

de que el lector pueda sentir que entra en ciertas instituciones esenciales del mundo del arte. Cada historia está basada en un promedio de entre treinta y cuarenta entrevistas a fondo y muchas horas de "observación participativa" entre bastidores. Aunque por lo general se la compara con la actitud de una "mosca en la pared", una metáfora más precisa para este tipo de investigación sería la de "gato al acecho", ya que un buen observador participante se parece a un gato vagabundo. Curioso e interactivo pero no amenazante. Intrusivo de vez en cuando, pero fácil de ignorar.

Los dos primeros capítulos trazan extremos antitéticos. "La subasta" es un relato paso a paso de una venta de Christie's en el Rockefeller Center de Nueva York. Las subastas tienden a ser zonas libres de artistas, que actúan como punto final —algunos dicen que como morgue— para las obras de arte. En contraste, "La *crit*" explora la vida en un famoso seminario del Instituto de Arte Californiano; una especie de incubadora, donde los estudiantes se transforman en artistas y aprenden el vocabulario del oficio. La velocidad y la abundancia de la sala de subastas no podría estar más lejos de la vida reflexiva y modesta de una escuela de arte, pero ambas son fundamentales para entender cómo funciona este universo.

De manera similar, "La feria" y "La visita al estudio" son capítulos de carácter opuesto; uno tiene que ver con el consumo, el otro con la producción. Más aún, mientras que el estudio es el lugar ideal para entender el trabajo de un determinado artista, una feria de arte es un ostentoso espectáculo comercial donde las multitudes y la congestionada exhibición de obras hacen que sea difícil concentrarse. "La feria" transcurre en Basilea, Suiza, el día de apertura de Art Basel, un evento que ha contribuido a la internacionalización y estacionalidad del mundo del arte. El artista Takashi Murakami, con una breve aparición en Art Basel, es el protagonista de "La visita al estudio", que se desarrolla en sus tres espacios de trabajo y en una fundición de Japón. Con una iniciativa que supera a la Factory de Andy Warhol, los estudios de Murakami no son simples edificios donde el artista produce su arte: son

escenarios donde pone en escena sus intenciones artísticas y despliega las plataformas de negociación con curadores y galeristas.

Los capítulos 4 y 5, “El Premio” y “La revista”, tienen que ver con el debate, el criterio de selección y la exposición pública. En “El Premio” se investiga el Premio Turner, otorgado en Gran Bretaña. El capítulo transcurre durante el día en que el jurado, supervisado por el director de la Tate, Nicholas Serota, decide cuál de los cuatro artistas preseleccionados subirá al podio a recibir un cheque por 25.000 libras, en una ceremonia televisada. Se indaga aquí la naturaleza de la competencia entre artistas, la función de los galardones en sus carreras y la relación entre los medios y el museo.

En “La revista” exploro diferentes perspectivas sobre la función y la integridad de la crítica de arte. Comienzo por observar a los editores de *Artforum International*, la revista especializada del mundo del arte. Luego mantengo varias conversaciones con influyentes críticos, entre ellos Roberta Smith, del *New York Times*. Por último me mezclo en una convención de historiadores del arte, para investigar sus puntos de vista. Entre otras cosas, este capítulo considera cómo contribuyen las portadas de revistas y las reseñas en los diarios al modo en que el arte y los artistas entran en los anales de la historia del arte.

El último capítulo, “La Biennale”, transcurre en Venecia, en el fragor de la muestra más antigua de las de su clase. Experiencia desconcertante: la Bienal de Venecia pareciera presentarse como una especie de vacación, pero termina siendo un intenso evento profesional, tan fuertemente ligado a las relaciones sociales que es difícil concentrarse en el arte. Por esto mismo, el capítulo rinde homenaje a aquellos curadores que lo logran. Reflexiona también sobre el papel fundamental de la memoria en la comprensión de lo contemporáneo, y de la visión retrospectiva para determinar qué obras son realmente valiosas.

Si bien los días narrados suman una intensa semana, *Siete días en el mundo del arte* ha sido, para mí, una tarea lenta y de prolongada emprendimiento. Anteriormente, para otros proyectos etnográficos, me he sumergido en el mundo nocturno de las discotecas londinenses y

he trabajado, de manera encubierta, como planificadora estratégica de marca en una agencia de publicidad. Me interesé muchísimo por las minucias de estos dos ambientes; sin embargo, a la larga, me cansaron un poco. El mundo del arte, en cambio, y a pesar de mi exhaustiva investigación, me sigue pareciendo fascinante. Una de las razones es, sin duda, su tremenda complejidad. Otra tiene que ver con la manera en que desdibuja los límites entre trabajo y juego, local e internacional, lo cultural y lo económico. En este sentido, sospecho que nos muestra la forma de los mundos sociales por venir. Y aunque muchos de sus propios integrantes amen odiar el mundo del arte, tengo que concordar con Charles Guarino, director de la revista *Artforum*: “Es el lugar donde encontré los espíritus más afines al mío; suficiente cantidad de excéntricos, sobreeducados, anacrónicos y anárquicos como para sentirme a gusto”. Después de todo, cuando las voces se apagan y las multitudes se van, es una dicha quedarse en una sala vacía repleta de buen arte.

Capítulo 1

La subasta

Son las 16.45 de una tarde de noviembre en Nueva York. Christopher Burge, principal subastador de Christie's, realiza una rigurosa inspección. Cinco obreros, arrodillados, miden con reglas la distancia entre las sillas, para poder llenar la sala con tantos clientes adinerados como sea posible. En las paredes tapizadas de beige, cuadros de artistas cotizados como Cy Twombly y Ed Ruscha. Los detractores describen este ambiente como una "funeraria de categoría", pero otros aprecian su estilo retromodernista, como de los cincuenta.

Burge se inclina sobre el podio de madera oscura, soltando precios al vacío con relajado acento inglés. "Un millón cien. Un millón doscientos. Un millón trescientos. Es para el postor de Amy, por teléfono. No es para usted, señor. Ni para usted, señora." Sonríe. "Un millón cuatrocientos mil dólares, para la dama del fondo... Un millón quinientos. Gracias, señor." Mira la imaginaria hilera de teléfonos que en dos horas estarán siendo atendidos por el personal de Christie's, preguntándose si se presentará alguna otra oferta. Espera, paciente; después, con un movimiento de cabeza, afirma que el postor telefónico seguirá subiendo, y vuelve su atención hacia la sala para hacer una última lectura psicológica de sus otros dos compradores inventados. "¿Listo?", pregunta, con tono afectado. "Estoy vendiendo... Un millón quinientos mil dólares al caballero del pasillo", y golpea el martillo con una violencia tan breve y cortante que me sobresalta.

El martillo interrumpe y juzga. Actúa como punto final de cada

lote, pero es también una pequeña reprimenda para quienes no pujaron lo suficiente. Con la mayor de las sutilezas, Burge balancea la zanahoria: esta obra de arte única podría ser suya, ¿no es hermosa? Mire cuántas personas la quieren, únase al club, despáblese, no se preocupe por el dinero... Y luego, en un parpadeo, les pega a todos con la vara; a todos menos al mejor postor, como si toda la seducción y la violencia del mercado del arte estuvieran representadas en el ritmo de un solo lote.

La sala vacía es escenario de un sueño recurrente que los subastadores comparten con los actores. Otro sueño en común es estar desnudo ante el público. Pero en su pesadilla más frecuente, Burge no puede conducir la venta porque sus notas de subasta son garabatos indescifrables. “Hay cientos de personas, y empiezan a impacientarse”, explica. “En el caso de los actores, oyen que les dan el pie pero no pueden subir al escenario. A mí lo que me pasa es que no puedo empezar porque no entiendo una palabra de lo que dice mi libro.”

Muchos morirían por apoderarse del “libro” confidencial de Burge. Es una especie de libreto para la subasta. El de esta noche contiene sesenta y cuatro páginas, una para cada lote. En una única página aparece todo un cuadro con anotaciones que indican dónde se sienta cada uno, quién se espera que puje y si es un comprador agresivo o un “barrefondo” en busca de una ganga. En cada página, además, Burge ha registrado las cifras que dejaron los pujadores ausentes, el precio de reserva del vendedor (por menos del cual la obra no se vende), y, para casi el 40 por ciento de los lotes, las garantías o sumas aseguradas a cada vendedor, ya sea que se venda o no la obra.

Dos veces por año en Nueva York (en mayo y en noviembre) y tres veces por año en Londres (febrero, junio y octubre), Christie’s y Sotheby’s realizan, respectivamente, sus grandes ventas de arte contemporáneo. Entre las dos controlan el 98 por ciento del mercado mundial de subastas de arte. La palabra con que se denominan estos eventos (*sale*: venta, liquidación) hace pensar en ofertas y descuentos, pero las casas de subastas aspiran a lograr los precios más altos posibles. Más aún: son precisamente estas sumas extraordinarias las que convirtieron

a las subastas en un deporte-espectáculo de la alta sociedad. Se calcula que las piezas de esta velada parten de un precio de 90.000 dólares y llegan a cifras tan altas que sólo están disponibles “a pedido”.

“Para el momento de la subasta”, explica Burge, “ya estoy avanzando a todo vapor. Habré ensayado todo esto unas cincuenta veces, volviéndome loco, pasando por todas las posibilidades de lo que puede llegar a suceder”. Burge se ajusta la corbata y se alisa la americana gris oscuro. Tiene un corte de pelo tan normal que es difícil describirlo. Su dicción es perfecta y sus gestos mesurados. “En este tipo de subasta”, comenta, “el público es potencialmente hostil. Realmente es un coliseo a la espera de la señal. Quieren ver los pulgares hacia arriba o hacia abajo. Quieren un desastre total, mucha sangre, gritar ‘¡Sáquenlo de aquí!’”. O quieren precios récord, mucha excitación, risas... una alegre velada en el teatro”.

Burge es considerado el mejor subastador del ambiente. Tiene fama de ser genuinamente encantador y ejercer, al mismo tiempo, un firme control de la sala. Más que como víctima de un espectáculo de gladiadores, lo veo como un confiado director de orquesta o un respetado maestro de ceremonias. “Si supieras lo aterrado que estoy”, me explica. “Una subasta es una de las cosas más aburridas del mundo. La gente está dos horas sentada delante del idiota que no para de balbucear. Hace calor. Están incómodos. Se empiezan a quedar dormidos. Es muy estresante para nuestro personal y, para mí, una experiencia de puro terror.”

“Pero parece estar pasándolo muy bien”, lo contradigo.

“Es por el whisky”, suspira.

Su imaginación va mucho más allá de los precios que pronuncia. Aun en las áreas más formales del mundo del arte, los participantes tienen su carácter. Burge tiene un aspecto meticulosamente convencional, pero resulta que su aparente normalidad es, al menos en parte, estudiada: “Siempre me preocupa volverme amanerado y empezar a caricaturizarme a mí mismo. Tenemos un pequeño ejército de entrenadores e instructores de voz que nos van controlando. Nos graban en

vídeo y después nos hacen críticas, como para que evitemos los tics verbales, los movimientos de manos excesivos y otros amaneramientos”.

La presión de la popularidad es relativamente nueva para quienes comercian con arte contemporáneo. Hasta fines de la década de los cincuenta, las obras de artistas vivos no se vendían públicamente ni con ninguna clase de fanfarria. La carrera de un artista como Picasso se forjaba en la esfera privada. Puede que la gente supiera que era un artista famoso y dijera cosas como “hasta mi hijo puede pintar eso”, pero nunca se impresionaba por los precios que alcanzaban sus obras: no se conocían. Ahora un artista puede salir en la portada de un diario nacional simplemente porque un cuadro suyo logró un precio alto en subasta. Por otra parte, el tiempo que pasa desde que la obra sale del estudio hasta que entra en el mercado de reventa es cada vez más corto. Nunca antes el coleccionista había exhibido semejante demanda de arte nuevo, fresco y joven. Pero, como explica Burge, también es una cuestión de abastecimiento: “Nos estamos quedando sin material antiguo, de manera que el mercado se ve empujado hacia la actualidad. De ser una tienda mayorista de objetos usados estamos pasando a algo que en realidad es al por menor. La escasez de bienes más antiguos hace que obras más nuevas queden expuestas ante la atención general”.

Burge se despide para ir a la crucial reunión preventiva, donde confirmará las cifras y añadirá detalles de último momento a su libro “jugada a jugada” de secretos del mercado. “En el momento previo a la subasta, por lo general tenemos una idea precisa de cómo se va a desarrollar la venta”, dice un representante de Christie’s. “Hemos tomado nota de cada pedido de informe de condiciones, donde figuran las reparaciones y restauraciones que tuvo la obra. A la mayoría de nuestros compradores los conocemos personalmente. Tal vez podemos no saber hasta dónde piensan apretar el pedal, pero sabemos bastante bien quién va a pujar por qué.”

Las casas de subastas solían tener una regla tácita según la cual “trataban” de no vender arte que tuviera menos de dos años. No querían usurpar el lugar del marchante, porque no tenían el tiempo ni la ex-

periencia como para ubicar a los nuevos artistas en el mercado. Es más, con algunas importantes excepciones como Damien Hirst, los artistas vivos son percibidos como impredecibles e inconvenientes. Como me dijo un miembro del equipo de Sotheby’s en un momento de arrogancia: “Nosotros no tratamos con artistas; sólo con obras, por suerte. He pasado mucho tiempo con artistas, y son realmente insoportables”. En consecuencia, la muerte de un artista puede ser oportuna en cuanto a que interrumpe el suministro, crea una obra finita y despeja el camino para un mercado bien definido.

La mayoría de los artistas jamás ha asistido a una subasta de arte y no tiene muchas ganas de hacerlo. Los decepciona que las casas de subastas traten el arte como cualquier otra mercancía intercambiable. En el mundo de las subastas, la gente habla de “propiedades”, “bienes” y “lotes” tanto como de pinturas, esculturas y fotografías. Más que “críticas”, hacen “evaluaciones”. Un “buen Basquiat”, por ejemplo, fue hecho en 1982 o 1983 y contiene una cabeza, una corona y el color rojo. La preocupación principal se refiere no al sentido de la obra sino a sus puntos de venta únicos, lo que tiende a crear un fetichismo en torno a los primeros rastros del estilo particular del artista. Paradójicamente, los miembros del equipo de una casa de subastas son también los más propensos, dentro del mundo del arte, a evocar nociones románticas tales como la de “genio” y “obra maestra” como parte de su retórica de venta.

Los marchantes y galeristas del mercado primario —que representan a los artistas, organizan muestras con obras recién salidas del taller y tratan de construir sus carreras— suelen ver las subastas como algo amoroso, casi maligno. Según uno de ellos, “sólo se me ocurren dos profesiones donde se nombra como ‘casa’ el edificio en el que tienen lugar las transacciones”. Los marchantes del mercado secundario, en cambio, tienen poca relación con los artistas, trabajan de manera cercana con las casas de subastas y planean cuidadosamente las ventas.

Los marchantes primarios tratan, por lo general, de evitar venderle a personas que puedan “lanzar” las obras a subasta, para no perder

control sobre los precios de sus artistas. Si bien un valor alto en subasta puede permitirle al marchante primario elevar los precios de la nueva obra de un artista, estos rangos monetarios pueden hacer estragos en una carrera. Muchos perciben las subastas como el barómetro del mercado del arte. Un artista puede ser muy buscado cuando accede a una muestra individual en un museo importante, pero tal vez tres años más tarde su obra no alcance el precio de reserva y sufra la indignidad de ser “comprada por la casa” (*to be bought in* es la expresión que se usa cuando una obra no se vende). Al publicitar el hecho de que cierto artista vendió un cuadro por medio millón de dólares y, al año siguiente, nadie ofreció siquiera un cuarto de millón por una pieza similar del mismo autor, las subastas exacerbaban estos bruscos virajes en el gusto imperante. Un precio récord vivifica la percepción de la obra de un artista, mientras que un fracaso en la subasta es como la visita de la Parca.

Ahora son las 17.30. Debería estar a media manzana de aquí, entrevistando a un consultor de arte llamado Philippe Ségalot. A toda velocidad atravieso la puerta giratoria y saludo a Gil —el portero de Christie’s, querido por todos—, salgo a la calle Cuarenta y Nueve Oeste y logro entrar al café treinta segundos antes que mi entrevistado. Ségalot trabajó en Christie’s y ahora es uno de los dueños de una poderosa consultora de arte llamada Giraud, Pissarro, Ségalot. Es el tipo de persona que, con la ayuda del poder financiero de sus clientes, es capaz de “crear mercado” para los artistas.

Ambos nos decidimos por un carpaccio de pescado y agua con gas. Aunque usa un traje convencional, azul marino, Ségalot tiene el pelo fijado con gel, ni a la moda ni estrictamente pasado de moda sino en su propio universo estilístico. Ségalot nunca estudió arte. Tiene un máster en Administración de Empresas y trabajó en el Departamento de Marketing de L’Oréal en París. Según me cuenta, “no es casualidad que pasara de los cosméticos al arte. Estamos negociando con belleza. Estamos negociando con cosas que son innecesarias, con abstracciones”.

Ségalot habla muy rápida y apasionadamente en un intenso “franglés”. Es, desde hace mucho tiempo, consejero del billonario François

Pinault, quien, en tanto que propietario de Christie’s y renombrado coleccionista, empuña una espada de doble filo dentro del mercado del arte.* Cuando Pinault garantiza una obra para Christie’s, o gana dinero con la venta o —si la obra se queda— agrega una pieza a su colección. “François Pinault es mi coleccionista favorito”, confiesa Ségalot. “Tiene una verdadera pasión por el arte contemporáneo y un instinto único para las obras maestras. Entiende lo que es la calidad. Tiene un ojo increíble.” Edificar una mística de las colecciones para las que se trabaja es parte esencial de la tarea del consultor. Cualquier obra de arte de la colección de Pinault tiene el valor agregado de su procedencia. El artista es el origen más importante de una obra, pero las manos por las que va pasando son fundamentales para el incremento de su valor. Es normal, en el mundo del arte, que cada uno ensalce las procedencias con las que está relacionado.

Pinault es uno de los veinte coleccionistas con los que Ségalot y sus socios trabajan de manera regular. “La mejor posición dentro del mundo del arte es, de lejos, ser coleccionista”, explica Ségalot. “Después viene la nuestra. Hacemos que la gente adquiera las obras que nosotros compraríamos si pudiéramos pagarlas. Vivimos un par de días o de semanas con las obras, pero al final se van, y eso es una enorme satisfacción. En algunos casos nos ponemos muy celosos, pero es nuestro trabajo casar al coleccionista indicado con la obra indicada.”

¿Cómo sabe Ségalot que ha dado con la obra indicada? “Se siente algo”, dice con fervor. “Yo nunca leo sobre arte. No me interesa la literatura sobre arte. Recibo todas las revistas de arte, pero no las leo. No quiero ser influenciado por las reseñas. Yo miro. Me lleno de imágenes. No es necesario hablar tanto sobre arte. Estoy convencido de que una buena obra habla por sí misma.” La mayoría de los coleccionistas, consultores y marchantes comparten cierta fe en el instinto visceral, y les encanta hablar de eso. Sin embargo, no es usual encontrar un pro-

* En 2007, Pinault —que forjó su propia fortuna— ocupó el número treinta y cuatro en la lista de millonarios del mundo publicada por la revista *Forbes*. Es dueño de varios *holdings* de bienes de lujo, entre ellos las marcas Gucci, Yves St. Laurent, Sergio Rossi, Balenciaga y Château Latour.

fesional del arte dispuesto a admitir que no lee sobre arte. Hay que tener coraje. La gran mayoría de los suscriptores de revistas de arte, en efecto, sólo miran las fotos, y muchos coleccionistas se quejan de que la crítica de arte, en especial la que aparece en la revista más importante del medio, *Artforum*, es ilegible. Aun así, casi todos los consultores se jactan de sus exhaustivas investigaciones.

Los compradores de subasta dicen que no hay nada igual: "El corazón se te acelera. La adrenalina te corre por el cuerpo. Hasta los compradores más serenos empiezan a transpirar". Si se puja en la sala, se es parte del show; y si se compra, es una victoria pública. En realidad, según la jerga interna, las obras se "ganan". Dice Ségalot que él nunca se pone nervioso, pero que sí reconoce que es una especie de conquista sexual: "Comprar es muy fácil. Mucho más difícil es resistir la tentación de comprar. Hay que ser selectivo y exigente, porque comprar es un acto que le da mucha satisfacción al lado 'macho' de cada uno".

La psicología de la compra es compleja, si no perversa. Ségalot les dice a sus clientes: "Las adquisiciones más costosas, las que más los hacen sufrir, resultarán ser las mejores". Ya sea por la intensa competencia o por el esfuerzo económico, hay algo irresistible en las obras difíciles de conseguir. Como el amor, estimulan el deseo. "Denme una oferta, pero prepárense para que la exceda", les advierte Ségalot a sus clientes. "Me he puesto en situaciones en las que, después de una venta, me daba nervios hablar con el coleccionista, porque había gastado el doble de lo acordado para adquisiciones importantes."

Trato de formular una pregunta sobre la correlación entre ganar dinero como consultor y pagar de más por una obra de arte. Cuando los consultores trabajan a comisión, no ganan nada excepto que compren. Cuando trabajan con honorarios, este conflicto de intereses no se interpone en su tarea. Pero mientras busco las palabras adecuadas para introducir este tema delicado, Ségalot mira la hora. Hace un gesto de alarma. Se disculpa, se para, paga la cuenta y me dice: "Ha sido un placer".

Me quedo sentada, terminando mi agua mineral y ordenando mis ideas. Ségalot es de un entusiasmo contagioso. Habíamos conversado

casi una hora, y todo el tiempo había hablado con absoluta convicción. Es un talento fundamental para su trabajo. En un nivel, el mercado del arte se entiende como la oferta y la demanda de arte, pero en otro es una economía del convencimiento. "El arte sólo vale lo que alguien esté dispuesto a pagar por él", reza el cliché del ambiente. Aunque esto puede parecerse a la relación entre embaucador y embaucado, la gente a la que le va bien cree realmente lo que dice; al menos, en el momento en que lo dice. El proceso de subasta consiste en manejar la confianza a todo nivel: confianza en que el artista es y seguirá siendo culturalmente significativo, confianza en que la obra es buena, confianza en que los otros no retiren su apoyo económico.

Las 18.35. Las puertas del vestíbulo de Christie's —doble altura, paredes de vidrio— no dejan de girar con un flujo constante de asistentes a la subasta. Ya hay muchos marchantes y consultores, dado que la velada es una oportunidad para conocer y presentarse ante "el dinero". En la cola para el guardarropa, y luego en la cola para retirar las paletas de puja, la gente especula sobre a qué objetos les irá bien, y quién es probable que compre cada cosa. Todos saben algo. Bajan la voz cuando pronuncian un nombre o un número de lote, de modo que se escucha solamente el veredicto: "Eso va a volar". "Ese estimado es cualquier cosa." Cuando se separan para ir a sus asientos, los coleccionistas se dicen "buena suerte" y "nos vemos en Miami". Puras sonrisas resplandecientes.

Es un público internacional. Se oye mucho francés con variedades de acentos: belga, suizo, parisino. Es probable que Bélgica y Suiza tengan la mayor proporción de coleccionistas de arte contemporáneo. Hasta la Segunda Guerra Mundial, Francia era el centro de compra y venta de arte. Desde después de la guerra y hasta principios de la década de los ochenta, Londres fue la capital de la subasta. Ahora, sin embargo, es un lugar secundario, donde los compradores suelen pujar por teléfono. Observando esta escena bulliciosa, es difícil creer que, hasta finales de los setenta, Nueva York no era más que un enclave provinciano dentro del negocio del arte. Christie's comenzó con sus subastas

neoyorquinas sólo en 1977, pero ahora, en palabras de uno de sus expertos, "el mercado está vivo; los integrantes más importantes del ambiente están en esta sala".

Veo a David Teiger, un coleccionista neoyorquino de setenta y pico de años. Habla con una mujer muy bien conservada, que tendrá más o menos su edad.

"¿Qué período coleccionas?", pregunta ella.

"Esta mañana", responde él.

"¿Te gustan las cosas de los artistas jóvenes?", pregunta ella, con serio interés.

"No necesariamente me gustan, pero las compro", bromea él.

"¿Entonces hoy pujas?"

"No. Yo no vengo a comprar. Vengo a oler el perfume, el aroma de lo que se hornea, para ir viendo hacia dónde va el público. Que no tiene nada que ver con mi propio rumbo. Yo voy hacia lo pasado por alto o lo mal valorado."

Teiger se jacta de su independencia; para él las subastas tienen demasiada mentalidad de rebaño. Compró a Andy Warhol en 1963, en la muestra de la Stable Gallery. "¿Sabe cuánto pagué?", pregunta. "¡Setecientos veinte dólares! ¿Sabe cuándo compró el MoMA su primer Warhol? ¡En 1982!" Después de eso, ¿por qué querría gastar ahora 10 millones en un Warhol menor? No iría bien con la aventurera imagen que tiene de sí mismo. No es esa clase de coleccionista.

Entonces, ¿quién compra en las subastas? Muchos coleccionistas "serios" de arte contemporáneo les compran directamente a los marchantes. Es mucho más barato, aunque mucho más arriesgado, tomar la delantera. En el mercado secundario o de reventa el riesgo es menor, porque la obra ya ha sido testada en el mercado. Todo arte es "inestimable", pero la seguridad es cara. Un pequeño porcentaje de coleccionistas compra sólo en subastas. "Les gusta la disciplina del límite de tiempo", explica un director de Sotheby's. "Son gente ocupada, y la subasta los ayuda a organizarse. Les gusta la naturaleza abierta de la subasta, en especial si hay a la vista alguien ofertando un poco menos.

Les gusta también la certeza de que han pagado un precio de mercado determinado día, en determinado lugar."

Una razón para comprar en subasta es evitar perder tiempo con el politiquero impuesto por los marchantes primarios que, con el objeto de construir la carrera de sus artistas, tratan de venderles solamente a aquellos coleccionistas que tengan la reputación adecuada. La cola para comprar una obra, en particular si es de un pintor con producción anual limitada, puede llegar a ser muy larga; tan larga, de hecho, que muchos nunca llegan a ser considerados lo suficientemente selectos o eruditos como para que se les "ofrezca una obra". Entre los subastadores, hay quien se queja de la "total falta de material en el mercado" y de la forma "antidemocrática" en que los marchantes primarios manejan su negocio. "Sinceramente", declara un experto de Sotheby's, "creo que las listas de espera son obscenas. Una subasta está libre de estas listas jerárquicas, porque se puede saltar directo al primer lugar sencillamente siendo el último en levantar la mano".

A las 18.50 subo a la sala de subastas y me uno a los miembros de la prensa, que están de pie, apiñados en una estrecha zona acordonada con una soga roja. La disposición espacial sugiere que la prensa tiene que saber cuál es su lugar. En una subasta de Grandes Maestros en Sotheby's, nos entregaron unas calcomanías blancas humillantemente enormes que decían *PRENSA*. En la jerarquía de este mundo de dinero y poder, los periodistas se ubican, sin duda, al fondo. Como dijo un coleccionista sobre cierto periodista: "Es obvio que no le pagan mucho. No tiene acceso a gente importante, así que tiene que componer sus artículos con sobras. No es muy divertido andar dando vueltas por la mesa grande cuando no se es bienvenido".

Una periodista, que escribe para el *New York Times*, es la excepción a la regla. A Carol Vogel le asignan un asiento delante de la soga roja, que le permite levantarse y pavonearse de un lado para el otro frente al resto de la prensa, con sus botas de tacón alto y su melenita gris. Es la arrogante encarnación del poder de su diario. La veo hablar con algunos de los principales marchantes y coleccionistas. La aceptan porque

quieren influenciar sus artículos, aun cuando los datos y las iluminadas opiniones que le proporcionan no sean mucho más que grandes dosis de manipulación.

En el centro de este apretujado corral de prensa está Josh Baer. En realidad no es periodista pero escribe, desde hace más de diez años, un boletín de noticias llamado *The Baer Faxt*, que envía por correo electrónico. El boletín incluye información, entre otras cosas, sobre quiénes compran y quiénes resultan segundos postores en las subastas. Baer se parece un poquito a Richard Gere; es un neoyorquino triunfador de abundante cabellera plateada, con gafas de montura negra. Su madre es una pintora minimalista de cierta reputación y él dirigió una galería durante diez años, de modo que conoce bien el ambiente. “El boletín contribuye a la ilusión de transparencia”, admite. “La gente está sobreinformada y subeducada. Tienen como un barniz de conocimiento. Miran un cuadro y lo que ven es el precio. Creen que el único valor es el valor de subasta.” Si bien el mundo del arte en general y el mercado del arte en particular son poco transparentes, el que es parte del confidencial círculo interno conoce muchos de sus secretos. Como me explica Baer, “a la gente le gusta hablar de sí misma y mostrar que sabe lo que sabe. Ahora mismo yo me estoy conteniendo; estoy conteniendo el impulso de tratar de hacerte ver que soy muy importante”.

La mayoría de estos periodistas se interesan por una estrecha franja de información. Toman nota de los precios y tratan de ver quién puja y quién compra. Ninguno de ellos es crítico. No escriben sobre arte, pero comercian con la moneda de saber quién hace qué. Un periodista hace “relevamiento de paletas”—anota los números de las paletas de puja de los concurrentes a medida que entran—, para después saber quién compró la obra, cuando el subastador confirme el número en voz alta. Otros intentan registrar dónde se sienta cada uno. Todos rezongan por el amontonamiento y por lo difícil que es ver algo desde la ubicación que tienen asignada. Se ríen del coleccionista pomposo a quien le dieron un “mal asiento”, y tratan de describir a un personaje

que avanza hacia su silla. “Particular”, dice el subestimado corresponsal británico. “Vulgar”, dice Baer. “Un payaso”, dice una voz enfática desde el fondo del apiñado grupo.

El salón tiene capacidad para mil personas, pero parece más íntimo. El lugar asignado es señal de estatus y cuestión de orgullo. Justo en el medio de la sala veo a Jack y Juliette Gold (no son sus verdaderos nombres), un par de ávidos coleccionistas, casados y sin hijos, acercándose a la cincuentena. Viajan a Nueva York en mayo y en noviembre, se alojan en su habitación favorita del Four Seasons y quedan para cenar con amigos en Sette Mezzo y Balthazar. “Lo cierto”, me confía Juliette más tarde, “es que está el lugar repleto, los asientos malísimos, los asientos buenos, los muy buenos, y los asientos del pasillo: éstos son los mejores. A los grandes coleccionistas, los que compran, los ponen delante, un poco a la derecha. A los coleccionistas serios que no compran los ponen hacia el fondo. Después, claro, están los vendedores, escondidos arriba en las cabinas privadas. Es toda una ceremonia. Con pocas excepciones, cada uno se sienta exactamente en el mismo lugar donde se sentó la temporada anterior”. Abundan las anécdotas sobre los coleccionistas (no se dan nombres) que, de tan enfrascados en el chismorreó, se olvidaron de pujar.

Parte del placer de las subastas radica en la posibilidad de ser visto. Juliette tiene puesto un vestido Missoni y no usa joyas, salvo por un anillo Cartier de diamante, alevosamente vintage. (“Es peligroso usar Prada”, advierte. “Puede que aparezcas con el mismo conjunto que usan tres miembros del equipo de Christie’s.”) Jack luce un traje Zegna discretamente rayado con una corbata Hermès azul cobalto. Jack y Juliette a veces compran, a veces venden; pero vienen, mayormente, porque adoran las subastas. Juliette es una romántica cuyos padres europeos coleccionaban arte, y Jack es un pragmático cuyo negocio de acciones y propiedades influye sobre su perspectiva. Juliette me dijo que “una subasta es como una ópera con un lenguaje que hay que descifrar”. Jack parece estar de acuerdo pero, finalmente, describe un evento muy distinto: “Sí, aunque no tengas un interés directo en la venta, te

involucras emocionalmente porque seguramente tienes obras similares de diez de los artistas. Una subasta es una evaluación instantánea”.

La subasta de esta tarde es más que una serie de sesenta y cuatro tratos comerciales directos; es un caleidoscopio de interpretaciones y agendas financieras contrapuestas. Cuando le pregunté al matrimonio por qué creía que, en los últimos años, coleccionar arte se había vuelto tan popular, Juliette respondió que mucha gente, finalmente, empezaba a entender que el arte podía enriquecer su vida. Jack, en cambio, piensa que es porque el arte se ha convertido en una forma aceptada de “diversificar la cartera de inversiones”. Aunque esto hiera la sensibilidad de los más antiguos “coleccionistas puros”, dice, los “nuevos coleccionistas, que han hecho su fortuna en fondos de inversión, conocen bien las alternativas para su dinero. Hoy en día el efectivo da tan poca ganancia que invertir en arte no parece una idea tan tonta. Es por eso que el mercado del arte se ha fortalecido; porque hay pocas opciones mejores. Si el mercado de valores tuviera dos o tres trimestres consecutivos de mucho crecimiento, el mercado del arte, perversamente, podría llegar a tener problemas”.

El mundo del arte es tan pequeño y decididamente aislado que no se ve muy afectado por problemas políticos. “En las ventas después del 11 de septiembre”, dice Juliette, “no había conexión con la realidad del mundo exterior. En lo más mínimo. Recuerdo que estaba sentada en la subasta, aquel noviembre, y le dije a Jack: ‘Vamos a salir de esta habitación y las Torres Gemelas van a estar en su lugar y todo estará bien en el mundo’”.

Puede que los grandes desastres no tengan efecto, pero un chisme casual tiene el poder de hundir una obra. Jack me cuenta la historia de unos amigos que habían rematado la colección de su abuela. “Había una hermosa pintura de Agnes Martin, pero no sé cómo se empezó a correr la voz de que si se la miraba al revés, con una cierta luz, con los ojos cerrados, estaba dañada. Y de pronto todo el mundo del arte se lo creyó al pie de la letra. Eso probablemente le quitó medio millón de dólares al precio; simplemente porque algún idiota hizo correr el

rumor. Por el contrario, cuando se empieza a decir que un artista va a pasar a ser de Larry, todos quieren comprarle una obra antes de que los precios se vuelvan delirantes.” Se refiere a Larry Gagosian, el galerista más poderoso del mundo, con galerías en Nueva York, Los Ángeles, Londres y Roma, que invariablemente sube los precios de un artista en un 50 por ciento cuando empieza a representarlo.

La mayoría de la gente confiesa que disfruta de la intriga. Sin embargo, para algunos, el lado competitivo de las conversaciones es intolerable. Un marchante londinense, que preferiría no tener que venir a las subastas, me explicaba: “Entre tú y yo, son todos unos mentirosos de mierda. Andan corriendo unos detrás de otros. La charla es puro subterfugio, historias baratas del mundo del arte. Es como un cuadro vivo de codicia pretenciosa. Entrás y todos parecen tan contentos, ‘Hola, ¿cómo estás?’, cuando en realidad lo único que quieren es joderte”.

A las 19.01, mientras algunos rezagados intentan llegar a sus asientos, Christopher Burge da varios golpes con el martillo. “Buenas tardes, señoras y señores. Bienvenidos a Christie’s y a esta venta de arte contemporáneo y de posguerra.” Lee en voz alta las reglas sobre condiciones de venta, comisiones e impuestos. Burge anuncia el “Lote 1” y comienza la puja: “Cuarenta y cuatro mil, cuarenta y ocho mil, cincuenta mil, cincuenta y cinco mil”. Parece más relajado que cuando la sala estaba vacía. A su izquierda, un gran tablero o convertidor de moneda blanco y negro registra las sumas en dólares estadounidenses, euros, libras esterlinas, yenes japoneses, francos suizos y dólares de Hong Kong. A su derecha, una pantalla muestra diapositivas en color para que el público pueda estar seguro de qué obra se encuentra sobre la plataforma. A ambos lados de Burge se ubican, en fila y de pie tras un vallado de madera parecido a las gradas del jurado, varios miembros del equipo de Christie’s. Muchos de ellos hablan por teléfono con gente que puja o que está a punto de pujar. Algunos compradores no están en la ciudad, y otros quieren preservar el anonimato. Alguien como Charles Saatchi, magnate de la publicidad devenido marchante del mercado secundario, nunca asiste a una venta. Para evitar exhibirse

puja por teléfono o manda a alguien a pujar por él. Cuando gana una obra, en especial a un precio récord, puede darlo a conocer posteriormente. Cuando pierde, nadie se entera y él no se desprestigia.

El Lote 1 es comprado por un “precio de martillo” de 240.000 dólares; sumado a la comisión (del 19,5 por ciento hasta los 100.000 dólares y de un 12 por ciento sobre los 100.000 dólares), resulta en un precio final de 276.000 dólares. Desde la primera hasta la última puja, la venta no llevó mucho más que un minuto y medio. El proceso es más rápido cuando las obras se venden por un precio cercano al estimado mínimo; de todas maneras, cuando la cifra final triplica el estimado máximo —como fue el caso de este lote— la operación no es mucho más larga. Sea como sea, la subasta es una forma asombrosamente veloz de vender arte.

“A continuación, el Lote 2”, dice Burge. “El Richard Prince que ven a mi derecha. En este caso, comenzando en noventa mil. Noventa mil por esta obra. Noventa y cinco mil, cien mil, gracias. Ciento diez mil, ¿ciento veinte mil, señor? Sí, ciento veinte mil, ciento treinta mil...”

No es coincidencia que ninguno de los subastadores de arte de Nueva York sea estadounidense. Tobias Meyer, principal subastador de Sotheby's, es alemán, mientras que Phillips de Pury, subastador y copropietario de la subastadora de arte Phillips —más pequeña y especializada en arte contemporáneo—, es suizo francés. Burge, por supuesto, es inglés. Ellos aportan cierta urbanidad europea a una serie de crudas transacciones. Apelando también a la cortesía del Viejo Mundo, a los integrantes del equipo de ventas, en las casas de subastas, se los llama “especialistas”, y se los menciona informalmente como “expertos”. Estos especialistas aplican el conocimiento artístico e histórico a las tendencias del mercado con el objeto de evaluar las obras, llevarlas a la venta y luego fomentar el interés en los lotes. En palabras de uno de ellos, sin embargo, “somos, en realidad, analistas y corredores de arte”.

Amy Cappellazzo es una de estos especialistas, y es además codirectora del Departamento de Arte Contemporáneo y de Posguerra de Christie's. Morena, alegre, con ojos luminosos y una cierta manera

de hablar sin rodeos. Es una de las pocas estadounidenses en los cuadros superiores de la compañía y, en la actualidad, la única mujer a cargo de un departamento de “alta recaudación”. Antes de la subasta rebosaba de energía, pero ahora se la ve casi serena. “Nunca me pongo nerviosa en la subasta misma”, dice. “A estas alturas ya hemos hecho lo peor del trabajo. Nos pasamos un ochenta por ciento del tiempo recibiendo cosas maravillosas para vender y el otro veinte por ciento organizando a los compradores. La clave es conseguir buenas obras. Cada vez más, tenemos que recordarles a los clientes que si convirtieran en activo circulante alguna de las obras que tienen en sus paredes, podría llegar a valer más que la casa entera.”

La puja por *Untitled (cowboy)*, de Prince —una prueba de artista “vendida a beneficio de la Casa del Tíbet”—, se ha detenido, y Burge intenta extraer otra oferta de entre el público. El contacto visual es esencial. Mira a cada uno de los pujadores como si fuera la única persona de la sala. “Doscientos sesenta mil. ¿Doscientos setenta, señora? Todavía está delante suyo. ¿Una más, la persona del fondo? No. A doscientos sesenta por teléfono frente a todos ustedes aquí presentes. Lo vendo, les advierto, a doscientos sesenta mil dólares.”

Burge golpea el martillo y la mitad del público se inclina sobre el catálogo para anotar el precio.

“Algo que se aprende por experiencia”, me dice Burge, “es cuándo un pujador da para más de lo que declara. A veces niegan con la cabeza. Un subastador novato tomaría el gesto al pie de la letra y no insistiría, pero un experto sabe que ese coleccionista, en realidad, es capaz de seguir ofertando. Hay algunos marchantes o coleccionistas privados con los que está claro que no hay que insistir. Son muy controlados. Eso es todo, ni un centavo más. Pero con otros se puede percibir que titubean. Le dicen algo a la mujer, al marido, a un amigo. Él es muy ansioso y puja ella. O él dice que no y ella quiere seguir. Todo eso se ve desde la plataforma”.

Estamos en el Lote 3, pero Josh Baer y la corresponsal del *New York Times* siguen conferenciando sobre quién participó de la puja por

el Prince. “Detesto esta sala”, dice Vogel. “No se ven los postores.” Los periodistas, a diferencia de Burge, no tienen el privilegio de una ubicación elevada. Tampoco tienen acceso a su libro confidencial. Hay cuatro nombres que van y vienen, pero todavía no están confirmados. A veces, una subasta se parece a una novela policíaca: la emoción la proporcionan las grandes sumas de dinero, y el misterio lo crean los postores tímidos o misteriosos, que prefieren evitar la atención de la prensa.

La astuta lectura psicológica del auditorio es central para la forma en que Burge desempeña su tarea. La visión que tiene de los detalles de comportamiento de los postores es incomparable.

“Unos dos lotes antes de empezar a pujar”, revela, “la persona empieza a hacer pequeñas cosas que me indican que está interesada en un lote. Se endereza en el asiento, se ajusta la americana, empieza a parecer un poquito nerviosa. Aun si ha participado en subastas desde siempre, el más curtido de los profesionales se delata con algún detalle. Y yo lo advierto porque cambia su lenguaje corporal: ya no está hundido en la silla como todos los demás”.

“Pero”, presiono, “algunos de los coleccionistas y marchantes más poderosos, como los Nahmads son tan indiferentes... Levantan un dedo con apatía, como si se les acabara de ocurrir participar de la puja”.

Según se dice, la familia Nahmad fue dueña, en cierto momento, del 20 por ciento de los Picassos en manos de coleccionistas privados. Ahora compran enormes cantidades de arte contemporáneo. Corre el rumor de que jamás gastan dinero en efectivo, porque cuando compran algo en la subasta de “contemporáneo” venden algo en la de “impresionista”: hacen rotar el material, cambian viejo por nuevo.

“Hace mucho que están en el ambiente”, dice Burge, “pero por lo general se produce una especie de conferencia familiar cuando estamos a punto de empezar con el lote, así que me doy cuenta de que algo pasa. Es más: nosotros sabemos por qué van a pujar. A David Nahmad le encanta volver a comprar cosas que alguna vez fueron suyas, y en algunos casos sé con exactitud qué es lo que está planeando porque conversamos largamente antes de la venta”.

Ya estamos en el Lote 4, una pintura de Marlene Dumas. Josh Baer se inclina hacia delante: “Fíjate que empezaron la puja por encima del estimado máximo”. Uno de los postores ha dejado la paleta suspendida en el aire. Es lo que llaman “la apisonadora”, una táctica agresiva para disuadir a los demás. Las ofertas se suceden a un ritmo increíble. Burge apenas puede respirar: 550.000, 600.000, 650.000, 700.000 —“varios de ustedes”—, 750.000, 800.000, 850.000. “¿Cómo dijo? Ochocientos ochenta mil.” Alguien ha hecho una “oferta partida”. Está tratando de bajar la velocidad de la venta reduciendo un poco los incrementos. “Novecientos mil dólares en la sala. Frente a ustedes, de este lado.” A los subastadores no les gusta aceptar este tipo de ofertas, porque la subasta puede perder impulso. Sin embargo, en este momento las ofertas triplican el estimado máximo y están muy por encima del precio récord de la artista, por lo que Burge decide ser indulgente.

Cuando la puja llega a los 980.000 dólares, se produce una larga pausa. Las grandes cantidades de dinero imponen un respeto silencioso, y las cifras inesperadas producen una asombrada quietud. Todos se preguntan: ¿superará este cuadro la valla psicológica del millón de dólares? Eso convertiría a Marlene Dumas en una de las tres artistas vivas que venden por más de un millón; las otras son Louise Bourgeois y Agnes Martin.* ¿Quizá Dumas se les unirá? Uno de los ayudantes de sala le indica a Burge que hay un nuevo postor, de pie al fondo de la sala. “Un millón de dólares”, dice Burge, sutilmente triunfal.

“¿De dónde ha salido?”, susurra Baer con insistencia. La comitiva de prensa quiere saber, pero hasta los coleccionistas se dan vuelta en sus asientos para detectar al misterioso postor que ha entrado en la con-

* Agnes Martin murió poco después de esta subasta. Desde entonces Cecily Brown, Yayoi Kusama, Bridget Riley, Jenny Saville, Cindy Sherman y Lisa Yuskavage se han unido a las filas de mujeres vivas cuya obra ha roto la barrera del millón de dólares en subasta. Podría imaginarse que el mercado del arte es más o menos vanguardista en cuanto a la igualdad de géneros, pero la disparidad de precios en una sala de subastas es extrema. Si bien hay influyentes curadoras y galeristas mujeres, la mayor parte de los coleccionistas a gran escala son hombres, hecho que, sin duda, contribuye a la compleja dinámica de subvaloración que recae sobre la obra artística de las mujeres.

tienda en el último momento. A algunos les gusta entrar tarde a la puja, como para sugerir que sus ofertas pueden subir sin límite. Las subastas desbordan de egolatría y pose. Es importante pujar con estilo.

“Un millón de dólares”, repite Burge con un leve deje de regocijo. “Un millón cincuenta... un millón cien.” Nuevamente para el participante tardío que se oculta en el fondo. “Un millón cien mil dólares. Les advierto que se va... y no con ustedes. Última posibilidad. Un millón cien. Vendido, para usted, en el fondo.”

Golpe. Con el martillo, se eleva el volumen de la charla.

“Paleta cuatro-cero-cuatro. Gracias”, dice Burge.

Se oyen risas. Un par de personas hacen gestos de incredulidad. Desde lo profundo del foso de prensa, una voz exclama: “¡Uno punto uno! ¿Alguien la recordará de aquí a veinte años?”. Otros intercambian gestos afirmativos, como diciendo: “Sí, estamos apostando al caballo correcto”. Los periodistas están reunidos en miniconferencia para ver quién pudo haber comprado el Dumas. Hay claras diferencias en relación con a cuánto es capaz de ofertar un postor: ¿se trata de un “coleccionista alocado y entusiasta” o de un marchante que compra para su inventario a largo plazo? Todos coinciden en que sólo un alocado coleccionista pudo haber pagado ese precio. Pero ¿quién?

Desde su puesto entre el personal de Christie's, Amy Cappellazzo le hace un guiño cómplice a alguien del público. El cuadro de Dumas es de tamaño medio y predominantemente rojo. Parece representar a una mujer que observa, expectante, desde debajo de su flequillo. Tiene la boca suavemente abierta y se toca, coqueta, el labio inferior con un dedo fálico.

Es refrescante lo poco pretenciosa que resulta Cappellazzo. Cuando le pregunté qué tipo de arte se vendía mejor en las subastas, su respuesta fue curiosamente apropiada para este lote. Primero, “la gente pasa por una especie de prueba de papel tornasol. Las pinturas marrones no venden tan bien como las azules o las rojas. A un cuadro sombrío no le va a ir tan bien como a uno que ponga contenta a la gente”. Segundo, ciertos temas son más comerciales que otros: “Un desnudo masculino

por lo general no es tan buscado como una mujer bien dotada de mirada expectante”. Tercero, la pintura tiende a posicionarse mejor que los otros géneros. “A los coleccionistas los confunden y preocupan las cosas que se enchufan. Suelen huir de las obras de arte que parecen complicadas de instalar.” Por último, el tamaño importa. “Cualquier cosa que supere la dimensión estándar de un ascensor de Park Avenue deja fuera a cierto sector del mercado.” Cappellazzo se esfuerza por dejar claro que “estos son sólo parámetros comerciales básicos que no tienen nada que ver con el mérito artístico”.

Entonces, ¿cuál es la relación entre valor estético y valor económico? Se lo pregunto.

“No son completamente correlativos. Hay muchísimos artistas maravillosos que no tienen un mercado fuerte. ¿Cuál es la correlación, en la vida, entre ser guapo y ser rico? Es ese tipo de razonamiento. No tiene sentido discutirlo.” Ajá. Tanto la belleza como el valor estético dependen del juicio del espectador, pero los espectadores son animales sociales que tienden (de manera consciente e inconsciente) a agruparse según ciertos consensos. Cappellazzo no pide disculpas. El mercado es lo que es. “Antes era curadora”, dice. “Cuando me encuentro con académicos que conozco de esa época y me preguntan qué estoy haciendo, les digo: ‘Hago el trabajo del Señor en el mercado, en Christie’s’. Es uno de mis chistes personales.”

La puja por el Lote 5, un clásico Gilbert y George de 1975, llegó a los 410.000 dólares, mientras que la puja por el Lote 6, una escultura de Maurizio Cattelan, de 2001, ha comenzado en 400.000 dólares. Gilbert y George podrán ser los artistas conceptuales más importantes de Gran Bretaña, pero en esta ocasión no representan una verdadera competencia para el menos prolífico italiano, muy en la onda. El catálogo es la principal herramienta de marketing de la casa de subastas. Es un volumen ilustrado a todo color. Las imágenes de portada y contraportada son parte de las negociaciones para tentar a los vendedores a comercializar sus obras a través de Christie's. Esta obra de Cattelan, un autorretrato en el que espía por un agujero en el piso, no sólo de-

cora la contratapa del catálogo sino que además aparece en el cupón de entrada, "sólo por invitación".

El "mercado de Maurizio" (es de rigor referirse a los artistas vivos por su nombre de pila) está muy debatido. Cattelan es un bromista cínico que polariza las opiniones. Algunos piensan que es el Marcel Duchamp del siglo XXI, otros dicen que es el Julian Schnabel sobrevalorado de nuestra época. En un principio puede ser dificultoso distinguir a los innovadores de los charlatanes, porque los primeros ponen en tela de juicio las versiones existentes de autenticidad e integridad artística, de manera tal que es fácil confundirlos con simuladores. La prueba a pasar es la percepción pública de la profundidad y longevidad de sus "intervenciones" en la historia del arte. Algunos pesos pesados de entre los coleccionistas compran obra de Cattelan en tales cantidades que hay quien se queja de que el mercado del italiano está siendo manipulado. Sin embargo, como sugiere un consultor, "no es manipulación... es más un apoyo incondicional".

La puja por el Cattelan es "rápida y furiosa", como dice el cliché del ambiente, y la obra se vende por 1.800.000 dólares, el doble del último récord de Cattelan en subasta. "William Acquavella", murmura Baer mientras garrapatea en su catálogo. Acquavella es un acaudalado galerista. Fundada por su padre, su galería se ubica en una lujosa casa de la calle Setenta y Nueve Este. Es uno de los pocos que pueden permitirse comprar una obra para su inventario a semejante precio. Para los consultores y los marchantes, comprar en sala funciona como publicidad de sus servicios.

El Lote 7 es uno de los tres cuadros de Ed Ruscha que se ofrecen esta tarde. "Vuela" por 680.000 dólares. Baer gruñe "Metzler" y "Gagosian", primer y segundo postor. Gagosian representa a Ruscha en el mercado primario y "protege" a sus artistas en las subastas. Si Ruscha llegara a caer en desgracia, probablemente Gagosian compraría sus cuadros más importantes y los conservaría hasta que el artista volviera a ponerse de moda.

El Lote 8 es una fotografía de Gursky. Excede su estimado máxi-

mo pero se vende bastante por debajo del récord de su autor. No es una de sus obras más celebradas. El Lote 9, el elegante *Untitled Monument for Tatlin*, establece un nuevo récord para Dan Flavin, su autor.

Esta subasta, en general, confirma que el mercado es increíblemente fuerte. "Cada temporada esperamos que se produzca la gran corrección", dice Jack Gold. "No hay boom que dure para siempre", agrega Juliette. No es burbuja hasta que no reviente, dice la gente del ambiente.

Le pregunto a Josh Baer por este "mercado en alza permanente". Mientras repasa con la vista a los miembros del público, responde, imperturbable: "Sin las subastas, el mundo del arte no tendría el valor financiero que tiene. Las subastas producen una ilusión de liquidez". Se interrumpe para anotar la oferta inicial del Lote 10, y continúa: "Un mercado líquido es la Bolsa de Valores de Nueva York. Alguien te va a comprar las acciones de IBM a determinado precio. No hay ley que diga que alguien te va a comprar el Maurizio, pero las subastas dan la sensación de que, la mayoría de las veces, la mayoría de las cosas se van a vender. Si creyeran que no pueden revender —o que, si se mueren, sus herederos no podrán revender—, muchos no comprarían absolutamente nada".

El Lote 10 es comprado, con una inclinación de cabeza, por 800.000 dólares redondos. Baer vuelve a mirarme y agrega: "Vivimos en un clima en el que todos suponen que los precios irán en una sola dirección. Pero muchos artistas a los que ahora les va bien no tendrán ningún valor dentro de diez años. Basta con mirar los catálogos viejos. La gente tiene poca memoria".

Amy Cappellazzo habla por teléfono y se ríe. El personal de Christie's se prepara para los próximos dos lotes de "piezas de museo": el Lote 11, una escultura ready-made de tres aspiradoras —risa garantizada para la empleada doméstica de cualquier coleccionista— firmada por Jeff Koons, niño mimado de las subastas; el Lote 12, una pintura histórica a gran escala, de 1960, firmada por el rey del arte posmoderno, Andy Warhol.

El hecho de que los primeros diez lotes hayan superado el estimado y establecido nuevos récords tiene que ver, en parte, con la for-

ma en que Christie's ha estructurado la subasta. Cuando gasta grandes sumas en bienes de lujo, la gente necesita sentirse segura. Como explica Cappellazzo: "Las ventas las planificamos desde el punto de vista comercial. Si las planificáramos desde el punto de vista de la historia del arte —cronológica o temáticamente—, seguramente serían un fracaso. Los primeros diez lotes tienen que ir bien sí o sí. En general, ponemos cosas que van a exceder por mucho el estimado máximo: cosas contemporáneas, jóvenes, de moda, que vayan calentando el ambiente. Alrededor del lote doce o trece, ya tenemos que ir entrando en una zona de precios serios".

El Koons "se vende en sala" por 2.350.000 dólares.

"Ahí viene el pez gordo", dice Baer.

"Lote doce. El Andy Warhol. *Mustard Race Riot...* de 1963", dice Christopher Burge. A la mayoría de las piezas no se las nombra por el título. Son simplemente "el Gursky", "el Flavin", "el Nauman". Sólo en los lotes más caros el subastador se toma el tiempo de referirse al tema de la obra. Muy lentamente, Burge dice: "Y... ocho millones... para empezar". Las ofertas llegan sin prisa y van subiendo de a 500.000 dólares. Un solemne silencio se apodera de la sala. Lleva casi un minuto alcanzar los 12 millones, y Burge amenaza con vender: "Les advierto. Doce millones de dólares". En diez segundos, con tres dedos que se alzan en el aire por el valor de medio millón cada uno, el precio sube a 13.500.000 dólares. Y allí se queda. Distendido, Burge se las arregla para esperar unos cuarenta segundos, con la esperanza de sonsacar otro medio millón a través de su incitante contacto visual. No lo logra. Golpe de martillo. "Vendido por trece millones quinientos mil dólares."

"Rafael Jablonka... probablemente para Udo Brandhorst", afirma Baer, con tono seguro.

"¿Qué es el mercado del arte?", le pregunté a Cappellazzo. Su respuesta fue bien realista: "El arte se parece más a los bienes raíces que a las acciones. Algunos Warhols son como monoambientes en edificios a mitad de manzana y con orientación norte, mientras que otros Warhols son como un penthouse con vista de 360 grados. Una acción de

Cisco, en cambio, es para siempre una acción de Cisco, y nada más". A juzgar por el ritmo de la puja, *Mustard Race Riot* podía llegar a ser un penthouse, aunque con el hall de entrada un poco venido a menos y la vista bloqueada por alguna horrible construcción. El cuadro se compone de dos paneles, y a los expertos les preocupaba que los dos lados no tuvieran exactamente el mismo tono mostaza. Uno de los rumores decía que los paneles no habían sido pintados al mismo tiempo, mientras que otro sugería que la diferencia era totalmente intencionada. Fuera como fuera, y como dijo Juliette Gold, "es una gran pieza histórica, pero el color no es muy atractivo y es demasiado grande para colgarlo en la casa de uno".

El mercado Warhol es, probablemente, el más complejo dentro del arte contemporáneo. La jerarquía de obras refleja un delicado equilibrio entre rareza y popularidad, tamaño y tema. Los años más caros son 1962, 1963 y 1964, pero la calidad de la serigrafía también influye en el precio. Otro factor a tener en cuenta es si la obra acaba de salir al mercado o ya ha sido revendida varias veces.

Warhol es una marca reconocida a nivel mundial, y sus obras están distribuidas alrededor del planeta. Sin embargo, se dice que es un pequeño grupo de marchantes y coleccionistas millonarios —poseedores de gran cantidad de obra suya— el que realmente mueve su mercado. La colección de Peter Brant, magnate de la prensa (y dueño de las revistas *Art in America* e *Interview*), está considerada como la mejor, aunque probablemente la más grande sea la de la familia Mugrabi: seiscientas obras de Warhol, según se dice. Después están los Nahmads y los galeristas de alto vuelo como Gagosian y Bob Mnuchin, que también compran y venden Warhols. Estos operadores, según nos dice un miembro del mundillo, "son capaces de ofertar de más con tal de mantener el valor general de sus posesiones". Acciones de este tipo ponen en ridículo la pretensión de las casas de subastas de aportar transparencia y democracia al mercado del arte.

Alguna vez, Warhol dijo que "comprar es mucho más estadounidense que pensar, y yo soy lo más estadounidense que existe". Esta se-

mana, Christophe van de Weghe, uno de los pocos marchantes de reventa de Chelsea, reúne en una muestra las grandes y coloridas pinturas de Warhol con el signo del dólar. ¿Es un homenaje al mercado del arte o es una parodia? La ironía que, sin duda, acompañó la creación de estos cuadros, se ha disipado veinte años después de la muerte del artista.

En Nueva York, la división entre galerías que se ocupan del mercado primario y galerías que se mueven, principalmente, en la reventa (o mercado secundario) tiene una dimensión geográfica. La mayoría de las galerías primarias están en Chelsea, entre las calles Diecinueve y Veintiuno, mientras que la mayoría de las galerías secundarias están sobre la avenida Madison, o muy cerca de ella, entre la Cincuenta y nueve y la Setenta y nueve. Galeristas como Gagosian, PaceWildenstein y David Zwirner tienen locales en ambas zonas, uno para cada tipo de transacción.

Los marchantes del mercado secundario necesitan tener “buen ojo”, cierto manejo de la historia del arte, instinto para el mercado, capacidad de riesgo y un círculo fijo de clientes que los apoyen; lo que más los distingue de los marchantes primarios, sin embargo, es su necesidad de equilibrar el efectivo. Los operadores más fuertes tienen el capital como para comprar sin la presión financiera de vender. Más que hacer de intermediarios, adquieren el control del objeto. Como se lamentaba un marchante: “Siempre he sufrido por no poder retener las cosas por más tiempo. A mí me encanta comprar cosas, y odio tener que venderlas. Si uno es extremadamente riguroso con los objetos que compra, y compra sólo lo mejor, después no quiere que se vayan”.

Pocos admiten que disfrutan de vender. Es indudable que la experiencia contrasta notablemente con la gloria de comprar. Para los coleccionistas, las razones tradicionales de venta se conocen como “las tres D” —deceso, deuda, divorcio—, de manera que el acto suele relacionarse con el infortunio y la vergüenza social. Hoy en día, dice Josh Baer, “hay una cuarta razón, porque hay que tomar en cuenta a los coleccionistas que efectivamente hacen negocios”. Muchos coleccionistas acostumbran a hacer rotar su colección, de manera similar a como

los marchantes hacen rotar su inventario. Venden cosas sobrevaluadas, cuyos precios han ascendido a valores históricamente insostenibles, y compran obras subvaluadas que creen que tienen más posibilidad de resistir la prueba del tiempo. O se deshacen de obras de artistas que ya no están de moda antes de que pierdan totalmente su valor, con el objeto de mejorar su colección. Como me explicaba un especialista de Sotheby's: “Muchos coleccionistas que traen obras para subastar son gente muy actual, con un enfoque muy plástico de su colección”.

Plástico es una palabra peculiar. Me recuerda lo que me dijo una coleccionista ya mayor después de un par de copas de champán: “Un subastador es como un cirujano plástico. Una quiere tratar con alguien de confianza”. Veo, a unas sillas de distancia, a una joven rubia, de cabello largo, escribiendo en su catálogo con una vieja mano artrítica. Examinándola mejor, me doy cuenta de que está avejentada pero inmaculadamente estirada; tiene el cuero cabelludo punteado de implantes y el cuerpo adornado con joyas y pieles de animales, como para distraer la atención. Tiene setenta y dos para veintidós. Un sentido “plástico” del coleccionismo de arte bien podría relacionarse con la búsqueda de la juventud y el decidido intento de rejuvenecer a través de la posesión de novedades.

En comparación con los placeres y las victorias de comprar, vender es una tarea incómoda. Muchos coleccionistas dicen que jamás venden cuando sí lo hacen, en parte porque darse a conocer como vendedores inhibe su capacidad para comprarles obras a los marchantes primarios. Unos años atrás, Jack y Juliette Gold vendieron una obra que apareció en la portada del catálogo: lo lamentaron. Como de costumbre, Jack se muestra pragmático: “Vender en subasta fue desagradable. Me entusiasmé con organizar todo el asunto, conseguir la garantía, negociar la tapa del catálogo... pero cuando llegó el momento, tanta publicidad no me gustó. Habría preferido venderlo de forma privada, a través de un marchante. El único problema habría sido que, fuera cual fuera el precio que nos hubiese conseguido el marchante, siempre me habría quedado la sospecha de que en subasta podríamos haber conseguido uno mejor”. Para

Juliette, vender resultó mucho más traumático: “Fue horrible. Quería hiperventilarme y morir. Me sentía como si estuviera desnuda. El cuadro tenía garantía, por lo cual no había de qué preocuparse desde el punto de vista financiero, pero ¿y si nadie lo quería? Habíamos vivido mucho tiempo con esa pintura. Le teníamos cariño. Entonces era como si estuvieran tasándonos a nivel personal. Teníamos un cuarto privado arriba donde, gracias a Dios, se podía beber. Me tomé tres whiskies en cuarenta y cinco minutos y aun así seguía más sobria que nunca”.

Baer distribuye unas pastillas Ricola. Varios lotes han pasado a toda velocidad: tres Twomblys, dos Calder, otro Warhol, otro Koons. Me distraigo de los precios cuando empiezo a advertir toda la gama de gestos que utiliza la gente para participar de este ritual. Entre los clientes en la sala tenemos las manos que se agitan, los saludos con uno o dos dedos, golpes y golpecitos con la paleta, nerviosas inclinaciones de cabeza, pestaños dobles. Cappellazzo bromea: “Siempre sospeché que las estrategias de puja de la gente tienen que ver con su desempeño sexual. Algunos postores no tienen miedo de hacerle saber al subastador qué es lo que quieren. Son transparentes en cuanto a sus necesidades. Otros están que sí, que no, que no se sabe bien”. Los representantes de Christie’s que toman las ofertas telefónicas tienen, sin dudas, instrucciones de reforzar la sensación de excitación. Sus estilos de puja son más expresivos. Algunos adoptan una aeróbica extensión total del brazo con sacudida de muñeca, mientras que otros profieren un “¡Oferta!” de tono levemente histérico, o hacen con la mano la señal de detener el tráfico para indicar que presienten que viene una oferta: la del coleccionista recostado en el sofá de su casa, con una copa de vino, al margen de todo sentido de urgencia.

“Lote 33. El Cindy Sherman que pueden ver a mi derecha”, dice Burge. “Y con ciento cuarenta mil comienza. Ciento cincuenta, ciento sesenta, ciento setenta, ciento ochenta, ciento noventa... nuevo postor. Está al fondo con ciento noventa mil. La oferta del caballero, y se vende por ciento noventa mil. Vendido.” Martillo. El negocio se cierra en treinta y cinco segundos.

Para los apasionados por el arte, vender suele estar asociado a un

sentido de pérdida, y esto se agrava cuando la venta es motivada por la pérdida de un ser querido. En una venta de arte contemporáneo en el Christie’s de Londres, me senté junto a Honor James (no es su nombre real), una mujer alta, delgada y erguida que había dado en consignación noventa y nueve de las seiscientas obras que habían sido propiedad de sus padres. A medida que subían a la plataforma los cuadros y las esculturas de su casa paterna, ella me decía: “Ésa estaba en el cuarto de mis padres”, o “eso estaba sobre la mesa del hall”.

James proviene de un mundo diferente del de la mayoría de los asistentes a subastas, y abraza valores netamente distintos. No es un personaje del alto mundo del arte sino una trabajadora social de la región del Medio Oeste estadounidense. Cuando su padre murió fue nombrada albacea, quedando a su cargo la tarea de liquidar los bienes familiares —por un valor de cien millones de dólares—, para que las ganancias pudieran ser totalmente donadas a una fundación comunitaria local. “A ninguno de nosotros nos molestó el hecho de que no nos dejaran herencia. No nos sorprendimos”, me explica James. “Abrirse camino propio en la vida tiene más sentido. La riqueza heredada puede arruinar a la gente. Mi madre nos crió con el refrán: ‘De aquellos a los que mucho se da, mucho se espera’.”

Los padres de James eran miembros activos del Consejo Internacional del Museo de Arte Moderno (MoMA), pero su propia colección la mantuvieron muy privada. Sin embargo, “era muy importante para mi padre conocer al artista. Conoció a todos los artistas vivos cuya obra compró, excepto a Jackson Pollock”, me dice James. Y si bien “detrás de cada pieza había una historia”, nunca se hacía énfasis en el estatus de estos objetos. “Recuerdo estar en mi clase de Introducción al Arte, mi primer año en la Universidad de Duke. Era un curso muy general donde se veía siglo por siglo, y a fin de año se llegaba a la era moderna. De pronto apareció en la pantalla un Arshile Gorky y yo dije: ‘Dios mío; nosotros tenemos uno de esos’. Iban pasando las diapositivas de obras de artistas que teníamos en casa. Nunca nos habían dicho que tuvieran mucho valor o que fueran famosos. Yo no tenía idea.”

Vender las primeras piezas de la colección fue duro. “Fue realmente difícil ver que envolvían el Pollock y el Rothko para llevárselos. Fue como cuando los hijos se van de casa”, dice James. “No me había dado cuenta de la inmensa sensación de pérdida que iba a experimentar. Después fue verdaderamente extraño ver los cuadros de mis padres colgados en los salones de exhibición de Christie’s. Toda la situación parecía un sueño. La gente los tocaba y los sacaba de la pared. Cuando éramos chicos, no nos dejaban ni acercarnos.”

“Para la primera subasta, en Nueva York, me puse el blazer de mi mamá y su broche favorito; pero igualmente me sentí fatal. Estaba tan nerviosa... Tuve que salir corriendo al baño con un ataque de angustia. En la segunda, en Londres, tenía náuseas.” Después James pasó por un período en el que vender le resultó más fácil y gratificante. “Me emocionaba mucho seguir los pasos de mis padres. Me sentía tan conectada con ellos... Para mí, fue una experiencia catártica.” James admite que, desde entonces, se ha cansado de todo este proceso. “Ha sido una verdadera pérdida de la inocencia. Cuando se piensa en todo el bien que podría hacer el dinero... Nadie piensa en eso en una sala de subastas.”

Son las 20.05 y estamos en el Lote 36, una obra del cotizado pintor conceptual Gerhard Richter. Anoche, en la venta nocturna de Sotheby’s, un Richter muy importante quedó sin vender, y da la impresión de que éste puede llegar a correr la misma suerte. Pocos años atrás, especialmente para la época de su retrospectiva en el MoMA, los Richters se vendían como pan caliente. Burge da un golpecito con el martillo y murmura: “Pasa”. “¿Qué ha pasado?”, le pregunto a Baer. “Se queda en la casa porque la oferta no alcanzó la reserva del vendedor. El mercado Richter se está enfriando. La gente que quería Richters ya los consiguió.”

El boom del mercado del arte fue impulsado por la llegada de muchos más compradores. Como explica Ségalot, “la gente quiere ser parte del estilo de vida. Comprar arte contemporáneo tiene que ver con ir a las ferias de Basilea y Frieze, a la Bienal de Venecia y, por su-

puesto, a las subastas en Nueva York. La vida de un coleccionista de arte contemporáneo se mueve en relación con estos eventos. Coleccionar arte contemporáneo es como comprar una entrada para un club de personas apasionadas que se reúnen en sitios extraordinarios, miran arte juntas y van a fiestas. Es tremendamente atractivo”.

Cuando la gente compra arte por motivos sociales, es muy probable que sus gustos y patrones de gasto estén regidos por los caprichos de la moda. Coleccionar arte se ha empezado a parecer a comprar ropa. En palabras de un experto de Sotheby’s, “uno se compra un pantalón, lo usa tres años y se olvida. ¿Está bien que el pantalón quede tirado en el ropero durante veinticinco años? Nuestra vida cambia constantemente. Distintas cosas se vuelven relevantes en distintos momentos de nuestras vidas. Vamos siendo motivados por una sensibilidad cambiante. ¿Por qué esto no se puede aplicar también al arte?”.

El arte solía encarnar algo lo suficientemente significativo como para conservar su relevancia más allá del momento de su creación. Hoy en día, sin embargo, a los coleccionistas los atrae el arte que “es espejo de nuestra época”, y no tienen paciencia para conservar la obra el tiempo necesario y verificar si contiene alguna recompensa “intemporal”. Dicen los expertos que el arte que mejor vende en subasta ejerce “una especie de atracción inmediata”; cuenta con el “factor asombro”.

Lote 44. Un cuadro de números de Jaspers Johns, de su época dorada –1960-1965–, se queda en la casa, a pesar de que Johns es el artista vivo mejor cotizado.* Baer explica por qué no se vendió: “Alguna gente cree que el color característico de Jasper es el gris, y esa pintura es negra. Además es tan oscura que es imposible ver los números”.

* *False Start*, de Jaspers Johns, vendido en 17,7 millones de dólares en Sotheby’s en 1988, retuvo, durante diecinueve años, el récord del precio más alto jamás pagado en subasta por la obra de un artista vivo. En junio de 2007 fue destronado por Damien Hirst, cuyo *Lullaby Spring* se vendió por 22,7 millones. La obra de Hirst, a su vez, cayó del primer puesto cuando *Hanging Heart (Magenta/Gold)*, de Jeff Koons, se vendió por 23,6 millones en noviembre de 2007, y el Koons fue superado por *Benefits Supervisor Sleeping*, de Lucian Freud, vendido por 33,6 millones en mayo de 2008. Más tarde se revelaron los nombres de estos compradores a precios récord: la jeque Al Mayassa, Víctor Pinchuk y Roman Abramovich; tres billonarios para los que estas cifras parecieran no ser más que calderilla.

Esto es irónico. Los números son el centro de la subasta. Números de lote, fechas, incrementos en las ofertas, precios de martillo. Burge habla y habla: va recitando cifras. Las subastas son incansablemente cuantitativas. Son una versión en blanco y negro del gris mundo del arte. Los artistas y los escritores suelen deleitarse con la ambigüedad. Son las zonas grises las que los seducen y los desafían a representar el mundo. Un precio de martillo, en contraste, es tan final, tan definitivo... Realmente significa: "Nada más que decir".

Baer bosteza. La periodista del *New York Times* está en su silla, con aspecto marchito. El aire está viciado. Mi mente está aturrida. Las obras empiezan a fundirse unas con otras. La gente se está yendo, mayormente de a dos. La subasta, tal como lo predijo Burge, se ha vuelto aburrida. Pero entonces... de un momento para otro, la sala se despierta. Se está pujando por el Lote 47, un cuadro de Ed Ruscha llamado *Romance*. El público se endereza en sus asientos, mira a su alrededor. Ha cambiado la dinámica, el aire es tenso. No entiendo bien qué es lo que pasa. "Alguien está pujando por señas", me dice Baer. "No quieren que se sepa que pujan, entonces llaman la atención de un empleado de Christie's que le va transmitiendo las ofertas a Burge. Es una pequeña coreografía; un poquito de teatro."

Inspecciono el reducido club de gente a través del que fluyen las energías del mercado, y veo a un hombre corpulento y despeinado que se levanta de su asiento. Se parece un poco a Hagrid, el amigo de Harry Potter. Reconozco a Keith Tyson, el artista británico que ganó el Premio Turner en 2002. Mientras avanza hacia la salida, me escabullo de la zona de prensa. Lo encuentro en el vestíbulo, frente a un Maurizio Cattelan. Es el Lote 34, una escultura de un gran elefante gris debajo de una sábana blanca, que se vendió en 2.700.000 dólares. Todos lo llaman "el elefante blanco".

Le digo que no esperaba ver a un artista en la subasta.

"Venían todos los de la galería. ¿Qué iba a hacer, quedarme solo en un bar? Quería ver de qué se trataba todo el fenómeno. Me interesa la economía. A otros artistas les preocupa mantenerse puros. Según

me dicen, para un artista, ir a una subasta es todo un papelón a nivel social. Pero a mí me importa un carajo."

"¿Qué crees que pasa ahí adentro?", le pregunto.

"La subasta es el síntoma de algo mucho más complejo, como un sarpullido. Es vulgar, de la misma manera en que es vulgar la pornografía", me contesta.

Supongo que es lo que se quiere decir cuando se habla de cantidades "obscenas" de dinero. "¿Y qué sensación te da?", presiono.

"Más o menos por los trece millones, en la mostaza de Warhol", dice Tyson, "sentí la imperiosa necesidad de levantar la mano. Pero después pensé: 'Seguro que ya lo hizo alguien'. La venta es contagiosa. Sientes la excitación capitalista y entras en una especie de mentalidad de macho alfa".

Capitalismo. No es una palabra que se escuche en una sala de subastas.

"Yo no tengo ningún problema con el mercado para el arte", continúa. "Es un elegante sistema darwiniano. Algunos coleccionistas efectivamente compran opciones de futuros sobre la importancia cultural de una obra. El precio alto está bien para la cantidad de usuarios que, en última instancia, van a apreciarla. La lógica es que la gente que entre en mi mausoleo/museo privado va a estar encantada con esta pintura. Hay diez millones de personas sobre la faz de la Tierra dispuestas a pagar diez libras para verla, así que vale cien millones de libras. A la larga, los valores económicos y culturales son correlativos. En el corto plazo, lo que se tiene son mercados ficticios."

No es habitual encontrar un artista con semejante confianza en la exactitud final de los juicios estéticos del mercado. Paradójicamente, Tyson también es inflexible en cuanto a que el arte no puede reducirse al nivel de mercancía. "A diferencia del oro y los diamantes, el arte tiene este otro valor, y eso es lo que lo vuelve fascinante. Todo lo demás trata de venderte alguna otra cosa. El arte trata de que te compres a ti mismo. Esa es la diferencia que tiene. El arte es lo que le da sentido a la vida."

Son las 20.30 y la subasta está a punto de terminar. Sobre la plataforma hay una cabeza de toro desollada sumergida en formaldehído, obra de Damien Hirst. El mes pasado, en Londres, Sotheby's remató obras de arte y objetos varios del restaurante de Hirst, Pharmacy. La venta alcanzó los 20 millones y estableció nuevos récords de venta en subasta para las pinturas de mariposas y botiquines médicos de Hirst. Como se vendió cada uno de los lotes, se la llamó "venta de guante blanco". Era la primera vez que un artista vivo consignaba abiertamente obras a una casa de subastas. Hirst obtuvo el cien por cien del precio de martillo, una división mucho mejor que cualquier arreglo al que pudiera haber llegado con sus marchantes. También apareció en la primera plana de los diarios, consolidando su posición como uno de los artistas vivos más famosos del mundo.

Oliver Barker, el joven especialista de Sotheby's a quien se le ocurrió la idea de la subasta de Pharmacy, disfrutó de su primera experiencia laboral junto a un artista: "Damien es muy inspirador, muy rápido, muy trabajador. Estuvo todo el tiempo con nosotros, ayudando con el diseño del catálogo, aprobando los programas de marketing, todo eso. Tiene un afilado sentido comercial, pero también le gusta correr riesgos. Es una combinación impresionante".

Muchos de los artistas que se venden bien en subasta son artistas-empresarios. Tal vez sea porque los coleccionistas cuya fortuna proviene de los negocios aprecian verse reflejados en los artistas que compran. O, según lo explica Francis Outred —otro experto de Sotheby's—, porque "hoy en día muchos de los artistas logran el éxito sobre bases netamente comerciales". En este punto, Warhol y su Fábrica son el modelo. Al igual que Warhol, Hirst ha desarrollado estrategias de producción que le aseguren, en todo momento, material suficiente para satisfacer la demanda de los coleccionistas; ha hecho, por ejemplo, al menos seiscientas pinturas de puntos (*spot paintings*) "únicas".* También ha mantenido

* En una entrevista que le hice en 2005, Hirst me dijo que pensaba "abandonar los puntos". Desde entonces, sin embargo, las pinturas de puntos han llegado, según un cálculo aproximado, a mil doscientas.

un perfil mediático capaz de expandir la audiencia y el mercado de su obra más allá de los estrechos límites del mundo del arte.

El último par de lotes se vende sin dificultades. Una vez que la subasta termina, simplemente se termina. No hay final grandilocuente, no hay aplausos; sólo un nuevo golpe de martillo y un rápido "gracias" de boca de Burge. La gente va saliendo en grupos, mientras conversa. Oigo a algunos marchantes jóvenes, que trabajan en galerías del mercado secundario, reírse por lo "demencial" que es el mercado, para luego caer en una irritada discusión sobre si Richard Prince superará alguna vez el millón de dólares.*

En la fila del guardarropa me encuentro con Dominique Lévy, consultora de arte que trabajó en Christie's, capaz de ver entre los trucos de espejos de una subasta. "¿Y cuál es su veredicto?", le pregunto. "Para obras que venden por debajo de los cinco millones, el mercado es sorprendentemente profundo... más profundo que nunca", me responde. "Pero me llamó la atención lo débil que fue hoy el mercado para obras más caras", agrega, bajando la voz. "Varias veces estuve a punto de anotar 'pasa' en mi catálogo justo cuando Christopher —fue una de sus ventas más magistrales— logró extraer una oferta más."

Cuando atravieso las puertas giratorias y salgo al frío aire neoyorquino, me vienen a la mente expresiones comerciales como "hacer una masacre", y Burge y su metáfora gladiatoria del "coliseo a la espera de la señal". Aun si la concurrencia de esta tarde llegó atraída, en principio, por el amor al arte, pronto se vio participando de un espectáculo donde el valor dólar de las obras virtualmente masacró sus otros significados.

* En mayo de 2005, *A Nurse Involved*, de Richard Prince, se vendió por 1.024.000 dólares. Los precios de la obra de Prince han ido ascendiendo firmemente. En junio de 2008, otra "pintura de enfermera" (*Overseas Nurse*) se vendió en 8.500.000 dólares.

Capítulo 2

La crit

Del otro lado de los Estados Unidos, en el Instituto Californiano de Arte –California Institute of the Arts o CalArts, como se lo llama cariñosamente–, un sector muy diferente del mundo del arte busca múltiples significados en obras cuyo valor económico es –por ahora, en todo caso– insignificante. Estoy sola en el aula F200, una sala sin ventanas, con paredes de cemento sobre las que varias lámparas fluorescentes “larga vida” proyectan un resplandor gris. El edificio de CalArts parece un búnker subterráneo pensado para proteger a sus ocupantes de las vanas seducciones del sol californiano. Inspecciono la delgada alfombra marrón, las cuarenta sillas, las cuatro mesas, los dos pizarrones y el solitario e inmenso puf: trato de imaginar cómo se forman grandes artistas en este sofocante espacio institucional.

Exactamente a las diez de la mañana, entra Michael Asher. Es encorvado y patizambo. Asher es el viejo profesor de la legendaria *crit* que tiene lugar en esta sala. (Una *crit* es un seminario donde los estudiantes de arte presentan su trabajo para una crítica colectiva.) Ascético y ultramundano, Asher da la impresión de ser un monje vestido de civil. Me mira a través de sus gafas de montura oscura, los ojos tras gran aumento, una neutra curiosidad. Me ha permitido presenciar la clase de hoy, pero sólo como oyente; hablar perturbaría “la química”.

El aula me recuerda una instalación de Asher. En la Bienal de Venecia de 1976, Asher llenó un rincón del Pabellón Italiano con veintidós sillas plegables. Quería que el espacio fuera un salón “funcional”

donde “los visitantes se comunicaran entre sí a un nivel social”. Las sillas se retiraron cuando terminó la muestra, y la obra fue documentada con unas pocas fotografías de rigor, en blanco y negro.

Hasta hace poco, nunca había visto una obra de Asher en vivo y en directo. De hecho, la mayoría de sus alumnos nunca ha visto el trabajo de Asher, y sus “intervenciones situacionales” (como él las llama) o “críticas institucionales” (como las denominan otros) son, a menudo, invisibles. Una de las obras más representativas de Asher consistió en quitar la pared de la galería que dividía la oficina del espacio para exhibiciones, enfocando así la atención en la parte comercial detrás del “invaluable” arte. Esa exhibición tuvo lugar en la galería Claire Copley, de Los Ángeles, en 1974, pero todavía se habla de ella. En otra pieza, considerada el Asher por excelencia, el artista hizo un catálogo donde listaba todas las obras de arte que habían sido “desaccesibilizadas”, o quitadas de la colección permanente, del Museo de Arte Moderno de Nueva York. Aunque se expuso en el MoMA en 1999, como parte de una muestra llamada *The Museum as Muse* (El museo como musa), trascendió que el catálogo había quedado detrás del mostrador de la tienda de regalos del museo, donde los interesados podían solicitarlo sin cargo.

Asher no tiene marchante; su obra no suele estar a la venta. Cuando en otra ocasión, entrevistándolo, le pregunté si se resistía al mercado del arte, me dijo secamente: “No es que evite el formato mercancía. En 1966 hice unas burbujas de plástico. Eran como ampollas de pintura que sobresalían dos centímetros y medio de la pared. Una de esas la vendí”.

Aunque ha hecho una firme carrera en los museos, la verdadera importancia de su arte radica en cómo ha logrado inspirar una dinámica cultura oral. Su trabajo permanece vivo en anécdotas que los artistas se cuentan unos a otros. La documentación visual de su efímero arte no suele resultar muy estimulante, y como sus obras no tienen título (no se llaman *Sin título* sino que realmente no tienen nombre alguno), no es posible invocarlas rápidamente, con facilidad. Requieren una des-

cripción verbal. No sorprende, por lo tanto, que el objetivo artístico primordial sea, para Asher, “avivar el debate”.

Asher ha estado al frente de esta clase desde 1974. Artistas de renombre internacional como Sam Durant, Dave Muller, Stephen Prina y Christopher Williams la describen como una de las experiencias más memorables y formativas de su educación artística. Es tal la mitología que rodea a esta clase que los alumnos nuevos suelen estar desesperados por vivir esa “experiencia única en la vida”. Como me dijo uno de los estudiantes, “llegan con prenostalgia”.

Los tres alumnos que presentarán su trabajo en este último día del semestre entran trabajosamente al aula, cargando bolsas de supermercado. Tienen entre veintiocho y treinta años, y están en el segundo año del Master en Bellas Artes. Mientras Josh —con barba, tejanos y gorra de béisbol— desempaca su gran carpeta de trabajos, Hobbs —delgada y masculina— pide un asiento y modifica la disposición de algunas sillas. Fiona —que parece el fantasma de Frida Kahlo, con su larga falda verde y una flor roja en el pelo— empieza a desplegar grandes cajas con gaseosas, galletitas con chips de chocolate, “minimuffins” y uvas. Los que “son criticados” llevan el refrigerio. Es una reconocida ofrenda de paz para sus compañeros.

Desde la década de los sesenta, el título de máster en Bellas Artes se ha convertido en el primer legitimador en la carrera de un artista, seguido por los premios y las residencias, la representación de un marchante primario, las reseñas y artículos en revistas de arte, la inclusión en prestigiosas colecciones privadas, la validación del museo en la forma de muestras individuales o de grupo, la exposición pública internacional en bienales muy concurridas y, por último, la aceptación de su obra en la reventa, marcada por un fuerte interés en las salas de subastas. Más específicamente, los títulos de universidades prestigiosas se han convertido en una especie de pasaporte. Basta con mirar el currículum de los artistas menores de cincuenta en cualquier muestra internacional para notar que la mayoría de ellos ostenta un máster en Bellas Artes obtenido en alguna institución altamente selectiva.

Es una opinión muy difundida que la extraordinaria vitalidad de la comunidad artística de Los Ángeles se debe a la presencia de tantas universidades de primera línea. Los destacados programas de CalArts, la Universidad de California en Los Ángeles (UCLA), el Art Center, la Universidad del Sur de California y el Otis College of Art atraen artistas que luego se quedan en la zona. Las universidades, combinadas con alquileres relativamente baratos, el clima cálido y la liberadora distancia del dominante mercado del arte de Nueva York, promueven un entorno donde los artistas pueden permitirse correr riesgos. Es significativo que, en Los Ángeles, la docencia no estigmatice la carrera de un artista, como ocurre en otras partes. De hecho, muchos artistas de Los Ángeles consideran que enseñar es parte de su “práctica”, y un contrato de tiempo completo no solamente les asegura dinero sino que también realza su credibilidad.

Varios alumnos entran al aula y se produce una oleada de saludos. Nadie llega con las manos vacías. Uno tiene un portátil, otro un saco de dormir, un tercero una almohada Tempur-Pedic.

La gente recuerda mucho más lo que dice que lo que escucha. En algunos programas de máster en Bellas Artes, la *crit* consiste en cinco expertos que le dicen a un alumno qué piensan de su obra. En las escuelas de arte de Los Ángeles los que hablan son, mayormente, los alumnos, observados por los profesores. Las críticas grupales ofrecen una situación única (algunos dicen que “utópica”): toda la clase se concentra en la obra de un alumno, con la consigna de comprenderla tan profundamente como sea posible. Estas críticas también pueden llegar a convertirse en dolorosos rituales, parecidos a un interrogatorio, donde los artistas son forzados a racionalizar su trabajo y defenderse de una ráfaga de opiniones precipitadas que los dejan en un estado de desgarró. En todo caso, las *crits* presentan un marcado contraste con el tratamiento que reciben las obras en subastas y ferias, donde se las observa por cinco segundos y se les atribuye un superficial valor económico. En realidad, las *crits* no suelen ser consideradas como eventos del mundo del arte. A mi entender, sin embar-

go, la dinámica de esta clase es fundamental para comprender cómo funciona este universo.

Un terrier negro entra al trote con su pálido dueño detrás. Los sigue un husky siberiano, saltando, moviendo la cola, y se detiene a lamerme los pies. “Se admiten perros siempre que estén tranquilos”, me explica una alumna. “Yo tengo un bulldog francés, pero ronca, así que no puedo traerlo. *Virgil*—que hoy va a venir— a veces hace ruidos fuertes. Expresa nuestra frustración cuando la clase se pone aburrida. Los perros son esponjas emocionales. Captan el ánimo general.”

Josh ha colgado en la pared dos grandes dibujos a lápiz. Están muy bien hechos al estilo Sam Durant, uno de los artistas-docentes destacados de CalArts. El primero es un autorretrato junto a alguien que parece un cacique africano o un rabino negro con manto ritual. La forma en que Josh ha insertado su propia figura recuerda al camaleónico Zelig, de Woody Allen, que aparece por todas partes en diversos materiales documentales.

A las 10.25 todos están sentados. Michael Asher, piernas cruzadas, bloc en mano, emite un extraño gruñido y mueve la cabeza en dirección a Josh. El alumno comienza: “Hola, gente”, dice, y a continuación hace una pausa casi interminable. “Bueno, supongo que la mayoría sabe que he estado medio mal... Problemas familiares justo en la primera semana del semestre y sólo hace dos semanas que empecé a recuperarme, así que... sólo voy a mostrar algunas ideas que me estuvieron pasando por la cabeza...”

Asher está inmóvil, con cara de nada. Los alumnos, impávidos, la mirada perdida, revuelven el café, con las piernas colgando de los apoyabrazos. Un chico de uñas manchadas mira una y otra vez su bloc de dibujo. Aprovecha la ocasión para dibujar con modelo vivo, una materia que nunca se incluyó en el programa de la escuela de arte CalArts. (Significativamente, sí se da en la carrera de animación.) Dos de las mujeres están haciendo punto. Una, erguida, se concentra en una bufanda beige. La otra está en el suelo con las piernas cruzadas, a su izquierda una pila de cuadrados de lana verdes y amarillos, a su derecha una lla-

mativa maleta estilo vintage. “Una manta patchwork”, explica, y agrega, ansiosa por dejarlo en claro: “Es sólo un pasatiempo. No un trabajo”.

Cada alumno ha instalado su propio campamento, delimitando un territorio; se ha distinguido con una mascota, una pose o una actividad característica. Incluso si las *crits* son representaciones, los alumnos no parecen tanto actuar, sino más bien buscar auténticas formas de expresión individual. Muchos han puesto más dinero del que nunca han tenido. La cuota solamente es de 27.000 dólares por año; aun con la ayuda de becas estatales, puestos de asistente de cátedra y empleos a tiempo parcial, algunos estudiantes terminan el programa bianual con una deuda de casi 50.000 dólares. En más de un sentido, cuesta muchísimo ser artista.

Hay veinticuatro alumnos —la mitad hombres, la mitad mujeres— desparramados por el aula. Entra tranquilamente uno que llega tarde: americana y corbata, peinado con gel. Contrasta notablemente con los tejanos y camisetas que rigen entre los varones. Es de Atenas, aparentemente. Enseguida entra un muchacho rubio en camisa de leñador; es la versión hollywoodense de un peón de granja. Se detiene al frente de la clase, examina los dibujos, se va yendo hacia el fondo mientras hace un reconocimiento de la clase, pone la mochila en una silla. Después deambula hacia la mesa con comida, donde se arrodilla para servirse zumo de naranja. Es el asistente de cátedra de Asher. Su comportamiento, enfáticamente informal, es una muestra de lo tolerante que es el profesor. Otros dos muchachos se estacionan junto a la mesa de la comida. Picotean, pero no hablan. La sala está llena de actividad, pero nadie susurra ni se pasa notitas. Asher sostiene que su *crit* no tiene reglas, salvo la de “escucharse y respetarse unos a otros”. Aun así, hasta un chimpancé sería capaz de percibir los perdurables estratos de la convención.

Josh está sentado hacia delante, con los codos clavados en las rodillas, acariciándose la barba con una mano y abrazándose el pecho con la otra. “Durante la licenciatura trabajé sobre la raza y la identidad, después me fui a Israel y tuve la misma sensación de descoloca-

ción...” Suspira. “Creo que al trabajo que estoy haciendo ahora lo voy a llamar ‘Anthro-Apology’.* Estuve investigando el judaísmo africano y sus diferentes historias ancestrales. También me estuve insertando a mí mismo en tradiciones de tribus no judías. Hay una tribu nigeriana que toma vino de palma en unos cuernos y pierde la conciencia. Me puse a mí mismo dentro de esa historia. Fue como tratar de encajar un círculo en un cuadrado.” Josh emite otro largo suspiro. Un collar de perro tintinea suavemente cuando uno de los chuchos se rasca con indiferencia. “Yo me identifico más con la cultura hip-hop que con la cultura klezmer”, dice Josh con una risita melancólica. Empezó con vaguedad, pero ahora se está desenredando. “Perdón, lo estoy haciendo pésimo. Ni siquiera sé para qué estoy aquí.”

Gran parte de sus compañeros se están mirando los pies. Asher se aclara la garganta y se inclina en dirección a Josh, pero no dice nada. Las agujas de las tejedoras disminuyen la velocidad, y el aula se paraliza. Silencio. Finalmente atraviesa el espacio una voz de mujer: “Yo me doy cuenta de que los judíos no están para nada en la onda. ¿Dónde podemos ver ‘arte judío’? En el Centro Cultural Skirball, no en el MOCA [Museo de Arte Contemporáneo de Los Ángeles] o en el Hammer Museum”, dice, categórica. “¿Y por qué hay tantos chicos blancos que quieren ser simbólicamente negros? Yo creo que es porque pueden cambiar de lugar sus frustraciones y validarlas de alguna manera. Pueden hablar con la voz crítica del desvalido... ¿Tal vez nos puedes explicar un poco más sobre cómo cambias de lugar tu dislocación hacia los africanos?”

Desmoronarse en el contexto de una *crit* no es tan oprobioso como podría pensarse. La ruptura intelectual es un componente esencial de la pedagogía de CalArts, o al menos una parte esperable de la experiencia de un estudiante de MFA. Leslie Dick, la única escritora con puesto

* Juego de palabras intraducible consistente en el agregado de la letra “a” a la palabra *anthropology* (antropología). *Apology* significa “disculpa”, “justificación”. “Anthro-Apology” alude a una “justificación antropológica”. (N. de la T.)

full-time del Departamento de Arte, les dice a sus alumnos: “¿Para qué hacen un posgrado? Pagan un montón de dinero para poder cambiar. Lo que daban como cierto en cuanto a cómo hacer arte aquí se desestructura. Se tambalean. No entienden nada. Para eso están aquí”. Ayer tomé un café con Leslie en las mesas de afuera de la cafetería, junto a los solitarios pinos y eucaliptos que rodean CalArts. Con una blusa blanca suelta, falda Agnès B, nada de maquillaje —salvo por un poco de lápiz labial—, me dijo: “En el primer año todo se destroza, y en el segundo todo se rearma. A menudo la gente que cree entender todo es la que todavía no ha entendido nada. Siguen con las defensas altas. A veces la persona es sencillamente ineducable, y no podemos hacer nada”.

Durante mi estancia en Los Ángeles, le pregunté a toda clase de personas: “¿Qué es un artista?”. Es una pregunta irritantemente básica, pero las reacciones fueron tan agresivas que llegué a la conclusión de que debía estar violando algún tabú. Cuando se lo pregunté a los estudiantes, quedaron pasmados. “¡Eso no es justo!”, dijo uno. “¡No puedes preguntar eso!”, dijo otro. Un artista que enseña hace años en el Departamento de Arte me acusó de “estúpida”, y un importante curador me dijo: “Uf. Tus preguntas sólo se pueden responder de maneras casi tautológicas. Es decir, para mí, un artista es alguien que hace arte. Es circular. ¡En general, cuando ves uno, lo reconoces!”.

Leslie Dick no podía creer que la gente se enojara con la pregunta. “El trabajo que hace un artista, en realidad, es un juego, pero es un juego en el sentido más serio de la palabra”, dijo. “Como cuando un niño de dos años descubre cómo hacer una torre de bloques. No es algo así de sencillo. Estás materializando; sacando algo de dentro y poniéndolo en el mundo, para poder deshacerte de eso.”

Son las 12.45. La discusión en la clase de Asher ha estado serpenteando durante más de dos horas. La mitad de los alumnos, aproximadamente, ha hablado, pero Asher no ha dicho una palabra, y nadie se ha referido directamente a los dibujos de Josh. Aunque la charla es inteligente, es difícil sentirse completamente involucrado. Está claro que he caído de la nada en medio de un debate ya en curso, muy abstrac-

to y a menudo rudimentario. Muchos de los comentarios son digresiones, y es imposible no ir perdiéndose en los propios pensamientos.

Hace unos días fui hasta Santa Mónica para ver a John Baldessari, el gregario gurú de la escena del arte de California Sur. Baldessari mide más de dos metros, un gigante de pelo desordenado y barba blanca. Una vez oí que alguien lo llamaba “Papá Noel Pie Grande”, pero a mí me hace pensar en Dios; una versión hippie de la representación de Miguel Ángel en la Capilla Sixtina. Baldessari montó la clase de crítica Post-Estudio en 1970, el año de apertura de CalArts, y ha seguido enseñando a pesar de haber desarrollado una lucrativa carrera internacional. Si bien CalArts lo había contratado como pintor, él ya exploraba el arte conceptual en otros medios. Sentados con los pies en alto, tomando agua helada bajo una sombrilla en el jardín de su casa, me explica que él no quería que su clase se llamara “Arte Conceptual” porque sonaba muy estrecho, mientras que “Arte Post-Estudio” tenía la ventaja de abarcar a todo el que no hiciera arte tradicional. “Algunos pintores vinieron, pero más que nada tenía a todos los alumnos que no estaban pintando. Allan Kaprow [el artista performático] era subdecano. En esos primeros años, éramos él y yo contra todo el equipo docente de pintores.”

Baldessari ha sido mentor de innumerables artistas y, aunque ahora enseña en la UCLA, todavía se lo ve como la encarnación del modelo de laboratorio de ideas que existe, en una de sus formas más puras, en CalArts; incluso si se ha extendido por todos los Estados Unidos. Uno de sus lemas es: “El arte surge del fracaso”. Les dice a sus alumnos: “Tienen que probar cosas. No pueden quedarse ahí sentados, muriéndose de miedo de estar equivocados, diciendo ‘no voy a hacer nada hasta no hacer una obra de arte’”. Le pregunto cómo sabe cuándo una *crit* salió bien; se reclina y niega con la cabeza. “No se sabe”, me contesta. “Muchas veces, cuando creo que estuve brillante, no lo estuve. Y después cuando realmente enseñé algo, ni me di cuenta. Uno nunca sabe qué van a absorber los alumnos.” Baldessari piensa que la función más importante de la educación artística es desmitificar a los arti-

“Los estudiantes tienen que ver que el arte es hecho por seres humanos iguales a ellos”.

A las 13.15 claramente caemos en una laguna, y Asher pronuncia sus primeras palabras. Con los ojos cerrados y las manos fuertemente agarradas entre sí, sobre las rodillas, dice: “Disculpen”. Los alumnos levantan la cabeza. Yo me dispongo a escuchar una breve conferencia. Un momento de conversación franca. O una súbita epifanía. Pero no. Asher levanta la vista hacia el dibujo de Josh y, fiel a su arte mínimo sobre la ausencia, dice: “¿Por qué no encaraste el proyecto a través del lenguaje o de la música?”.

Uno de los mantras que circulaban en los primeros tiempos de CalArts era “que no haya técnica hasta que se la necesite”. Solía decirse que algunas escuelas de arte formaban a sus alumnos solamente “desde los dedos hasta la muñeca” (en otras palabras, que se concentraban en la destreza para ejecutar las obras), mientras que CalArts educaba a sus artistas solamente “desde arriba hasta la muñeca” (era tal el enfoque en lo cerebral que dejaba de lado el arte de manejar la mano). Hoy en día, en CalArts el cuerpo docente es heterogéneo —“nos contradecimos unos a otros”, dice Leslie Dick— pero prevalece la opinión de que cualquier artista que no exhiba, a través de su obra, algún rigor conceptual es poco más que un impostor, un ilustrador o un diseñador.

La pregunta de Asher dispara una conversación sobre la noción de dibujo.

A las 13.30 Josh pela una naranja. A alguien le hace ruido el estómago. Asher levanta vagamente un dedo. Pienso que va a proponer una pausa para almorzar, pero en cambio pregunta: “¿Qué es lo que quieres, Josh? Tienes que poner en marcha al grupo”. Josh parece exhausto y desalentado. De mala gana, empuja un gajo de naranja dentro de su boca; luego se le ilumina el rostro. “Creo que estoy indagando la viabilidad del activismo político en mi trabajo.” Ante este tema, la sala se despabila. La política es fundamental en las conversaciones que tienen lugar en Post-Estudio. Un estudiante mexicano adulto, que ya ha expresado varias veces su postura sobre “la israelización de los Estados

Unidos con esta estupidez de la seguridad de las fronteras”, aprovecha la ocasión para volver a despotricar. Después de su sermón de cinco minutos, una mujer mestiza, desde el otro lado del aula, pronuncia una respuesta tranquila pero furiosa. Hay una deslumbrante rivalidad entre estos dos alumnos. Su odio es tan apasionado que no puedo evitar preguntarme si se gustan.

Las *crits* podrán servir para discutir a fondo sentidos comunitarios, pero eso no significa que los estudiantes terminen el semestre con valores uniformes. El carácter de las clases de Asher varía de semana a semana (y de un semestre a otro), porque cada artista establece el orden del día para su propia sesión. Esta tendencia se ve, sin duda, realzada por el borramiento que hace Asher de su autoría: “Finalmente, esta clase no es mía sino de los alumnos”.

Las críticas de grupo son una parte tan establecida del plan de estudios en los Estados Unidos, y en menor medida en Europa y el resto del mundo, que sólo unos pocos profesores las rechazan. Dave Hickey, un crítico de arte que describe su estilo pedagógico como el del tío Buck,* es uno de los pocos. “Mi única regla”, dice con su despreocupado acento del Sudoeste, “es que no hago críticas de grupo. Son acontecimientos sociales que refuerzan la norma. Imponen un discurso normalizado. Privilegian el arte inacabado e incompetente”. Hickey les dice a sus alumnos: “Si no están enfermos, no llamen al doctor”. Y no es el único que opina que a los artistas se los presiona excesivamente para que verbalicen. Muchos creen que un artista no debería estar obligado a explicar su trabajo. Como declara Hickey, “a mí no me importan las intenciones de un artista. Me importa si la obra parece capaz de tener consecuencias”.

Es curioso que una forma de examen oral se haya convertido en el principal medio de evaluar un trabajo visual. Mary Kelly, una conceptualista feminista que ha enseñado en diversas instituciones durante más de cuarenta años —Goldsmiths (Universidad de Londres), CalArts

* Personaje afable y distraído de la película *Solos con nuestro tío* (Uncle Buck), que acude a cuidar a sus sobrinos en una emergencia familiar. (N. de la T.)

y la UCLA, entre otras—, opina que está bien que los artistas participen de *crits* donde den cuenta de sus intenciones, pero que esta no debería ser la única manera. Kelly se peina con una especie de extraño jopo de los cuarenta que en algún artículo se menciona como su “cerebro auxiliar”. En un primer momento puede parecer una severa directora de escuela, pero durante la entrevista, que tuvo lugar en su cocina tomando una sopa casera, descubrí a una intelectual de voz suave y actitud maternal. En CalArts a mediados de los ochenta y ahora en la UCLA, Kelly dirige una crítica de grupo alternativa donde el único que no puede hablar es el artista que presenta su trabajo.

“Nunca miren el cartelito en la pared”, les dice a sus alumnos. “Nunca le pregunten al artista. Aprendan a leer la obra.” Según su punto de vista, las obras de arte producen discusiones, de modo que “cuando se le pide a un artista que la explique en palabras, surge sólo un discurso paralelo. Más aún, a menudo los artistas no terminan de entender lo que han hecho, y las lecturas de otros pueden ayudarlos a “ver, en un nivel consciente”, de qué se trata su propia obra. Kelly cree que hay que prepararse para mirar la obra correctamente: “Es un poco como el yoga. Tienes que vaciar tu mente y estar receptiva. Se trata de abrirse a la posibilidad de lo que se puede llegar a conocer”. Una vez que todos logran la disposición mental adecuada, la clase comienza con lo fenomenológico para luego pasar a descifrar el “material significativo concreto del texto”. Uno tiende a “leer las cosas muy rápidamente por su transgresión de códigos”, dice Kelly. La pregunta crucial es cuándo detenerse, de manera que pregunta: “¿Esto está en el texto? ¿O lo están poniendo ustedes?”. Detiene la interpretación cuando le parece que “estamos yendo demasiado lejos”.

Como ejercicio para pulir las connotaciones comunicativas de la obra, el método de crítica de Kelly parecería ser ejemplar. Sin embargo, la mayoría de las *crits* abarcan una combinación más compleja de objetivos. En el contexto de un mercado cada vez mayor para las obras conceptuales, la integridad y fiabilidad del artista son tan importantes como la estética específica de su trabajo. William E. Jones, un cineasta

que estudió con Asher y luego estuvo al frente de la clase en dos ocasiones —cuando Asher estaba ausente—, es un acérrimo defensor de las *crits* que interrogan al artista sobre sus intenciones. Cree que preparan al alumno para la carrera profesional, porque “parte de la responsabilidad del artista es negociar entrevistas, conversar con los críticos, ocuparse de los comunicados de prensa, los catálogos y los textos que irán en los carteles”. La presión, dice Jones, los ayuda a “desarrollar cierta resistencia y a poder ver las críticas como retórica más que como un ataque personal”. Por último, los estudiantes de arte tienen que entender sus motivaciones en profundidad, porque es fundamental que, durante sus estudios de grado, descubran qué partes de su práctica son prescindibles. Explica Jones que “es necesario buscar lo que tiene que ver con uno como persona; algún núcleo no negociable que lo acompañe a través de cuarenta años de práctica artística”.

Howard Singerman, autor de una fascinante historia de la educación artística en los Estados Unidos llamada *Art Subjects*, sostiene que lo más importante que aprende un alumno en una escuela de arte es “cómo ser artista, cómo ocupar ese nombre, cómo encarnar esa ocupación”. Aun cuando muchos estudiantes no se sienten totalmente cómodos autodenominándose “artistas” al graduarse —con frecuencia necesitan el posterior aval de un marchante, una exposición en un museo o un puesto docente—, en muchos países la raíz de dicha identidad social yace en el terreno semipúblico de las *crits*.

Las 14.00. Un largo silencio. Josh se está mirando las manos. Se oye una risa lejana en el pasillo. A mi lado, una mujer menuda de cabello castaño claro ha hecho una doble página de corazoncitos garrapateados. Un muchacho bien afeitado observa su portátil mudo, revisando discretamente los correos electrónicos que se ha bajado de la única conexión a Ethernet que tiene el aula. Al fondo de la clase, un chico y una chica se recuestan contra la pared, mirándose.

“Bueno, vayamos cerrando”, dice Asher. “Josh, ¿se te ocurre algo?”

“Aprecio mucho todos los comentarios”, dice Josh, con tono ligero. “Me gustaría tener encuentros individuales con todos vosotros la

semana que viene”, bromea. Tiene mejor aspecto que durante el resto del día. Ha sobrevivido al calvario. Hubo momentos en que su *crit* podría haberse convertido en una sesión de terapia de grupo, pero la relajada disciplina de sus compañeros mantuvo a raya la conversación.

“La clase se reanuda a las tres en punto”, dice Asher.

El éxodo es sereno. Todos estamos desesperados por un poco de aire fresco. Hobbs, que también tiene que presentar su trabajo hoy, se ofrece a llevarme hasta Whole Foods Market, donde los estudiantes, por lo general, compran su almuerzo. Cuatro alumnos y yo nos apretujamos en su destartado Honda. En el medio del asiento trasero, escucho el ping-pong del diálogo que mantienen. Primero hay un debate sobre uno de los hombres más ruidosos de la clase. “Es tan arrogante, con esos aires de superioridad...”, dice una de las mujeres. “Cuando dice ‘no entiendo’, lo que quiere decir es ‘eres un idiota, lo tuyo no tiene ningún sentido’. Y ¿por qué todas sus observaciones tienen que empezar con una declaración de su punto de vista y terminar con una lista de lectura recomendada?”

“Para mí es genial”, se opone uno de los varones. “Es muy entretenido. Si él no estuviera, nos dormiríamos.”

“Está sobreinstitucionalizado, es políticamente correcto hasta un punto opresivo y además va de macho, todo al mismo tiempo”, intercede una tercera estudiante, que después me mira y dice, con regocijo: “Cuando presentó lo suyo, lo hicimos trizas”.

Después hablan sobre Asher. “Te da sogas como para que te enredes”, dice uno.

“Michael es tan mínimo y abstracto que a veces creo que se va a desmaterializar delante de nuestros ojos”, bromea otro.

“Es adorable”, dice una tercera. “Es un hombre buenísimo, pero al mismo tiempo vive en el mundo de sus propias maquinaciones. Tendría que usar un delantal de laboratorio.”

Pasamos junto a casas insulsas con garajes para dos o tres coches, verdes jardines y árboles caducifolios que desafían el paisaje del desierto. Aparentemente, estos vecindarios de Valencia inspiraron a Tim

Burton —exalumno de CalArts— y su visión del infierno suburbano en la película *Eduardo Manostijeras*.

¿Y qué quieren hacer los estudiantes cuando terminen su máster?

“Hago un posgrado porque quiero enseñar a nivel universitario. Era instalador en una galería, pero me interesan más las ideas. Pienso que si enseño, mi trabajo va a mejorar”, dice el que está a mi izquierda.

“Mi obra se va a vender como pan caliente. No es de rigor crear productos, pero es parte de mi trabajo crear una economía de fantasía que trata abiertamente de vender cosas”, dice el que va en el asiento delantero.

“¿Qué hacer cuando terminemos? Esa es la gran pregunta. Volver a Australia y dedicarme a beber. Yo no quiero enseñar. Prefiero ser camarera”, medita Hobbs mientras dobla a la izquierda y entra al aparcamiento del mercado.

“MFA* quiere decir ‘otro maldito artista’”, dice la chica a mi derecha cuando salimos del coche. “Yo solamente voy a tratar de ir a la graduación de la manera más absurda posible. Un año, unos mellizos recibieron el diploma sobre dos caballos blancos iguales. Otro año un alumno subió al escenario con una banda de mariachis. Pero mi historia preferida es la de un alumno que le encajó al decano un beso en la boca.”

Whole Foods Market es un emporio de aromas frescos y sabores de vanguardia. Mientras “hago mi propio burrito” con guacamole y judías negras pienso en lo difícil que es ser estudiante de arte y contemplar el abismo de la graduación. Dos o tres tendrán suerte y obtendrán el apoyo de un marchante o un curador en su muestra de grado, pero la gran mayoría no va a encontrar aprobación inmediata. Durante meses, muchos de ellos estarán sin trabajo. En una época, a Mary Kelly le resultaba deprimente que tan pocos alumnos pudieran mantenerse como artistas full-time. Pero después se dio cuenta de que “no es para nada triste. Yo creo en la educación por la educación, porque humaniza profundamente. Se trata de realizarse como ser humano”.

* En inglés, *Master in Fine Arts*. El juego de palabras mantiene la sigla pero reemplaza los términos por *Mother-Fucking Artist*. (N. de la T.)

El equipo docente podrá comprender que el valor de la educación artística va más allá de la creación de artistas “exitosos”, pero los estudiantes no están tan seguros. Aunque los alumnos de CalArts tratan de diferenciarse de los de la UCLA —que, según dicen, “tienen el signo del dólar en los ojos”—, tampoco quieren languidecer en la oscuridad. Hirsch Perlman es un escultor y fotógrafo que ha conocido las bondades del mercado, así como muchos años difíciles ha soportado la relativa pobreza de la docencia part-time. Hoy en día tiene un puesto full-time en la UCLA, pero sigue hablando como desde fuera. Según su opinión, “el mercado del arte se cocina a fuego lento debajo de todas estas escuelas de arte. Todo alumno cree que su carrera puede tener un buen arranque por estar en uno de estos cursos. Pero nueve de cada diez se llevan una gran sorpresa, y nadie quiere hablar de eso. Cada vez que planteo una conversación sobre ese aspecto del mundo del arte me doy cuenta de lo ávidos que están los estudiantes. Se mueren por saber”.

La mayoría de las escuelas de arte evita el tema del mercado del arte, pero CalArts parece directamente desterrarlo. Algunos miembros del equipo docente son pragmáticos; piensan que los estudiantes tienen que desarrollar proyectos artísticos que sean independientes de los inconstantes vaivenes del mercado. Otros tienen una posición de izquierdas según la cual la nueva vanguardia debería subvertir el comercio del arte. Steven Lavine ha sido presidente de CalArts desde 1988. Diplomático, con gafas, habla del Instituto como un padre orgulloso. Dice que “todos hablan como si fueran muy de izquierdas”, pero que no sabe, en realidad, cuán de izquierdas es CalArts. “Todos hemos hecho concesiones, así que, como mucho, podemos felicitarnos de ser de centroizquierda.” El presidente Lavine encarna la actitud claramente noble y realista que caracteriza a CalArts. “Somos idealistas. No preparamos a los estudiantes para dedicarse a trabajos que ya existen. Nuestra misión es ayudar a que cada uno desarrolle una voz propia”, explica. “Toda gran institución tiene un espíritu, y es incorrecto traicionarlo. En CalArts, la gente quiere crear obras relacionadas con lo que está en discusión más que con lo que se está vendiendo.”

De vuelta en el campus, camino con Hobbs hasta los estudios de los alumnos de segundo año: dos hileras de pequeñas unidades industriales que dan a una acera transformada, por los grafitis estudiantiles, en un “paseo de la fama”. Estrellas doradas con los nombres de los actuales estudiantes hacen referencia a la famosa franja del Hollywood Boulevard y a un problema de otro modo inmencionable: que los artistas necesitan darse a conocer. Revoloteando sobre las estrellas, como una idea de último momento, orejas de Mickey Mouse pintadas con aerosol desinflan esta vanagloria y rinden homenaje al inverosímil fundador de CalArts, Walt Disney.

Hollywood influye en el mundo del arte de Los Ángeles de maneras sutiles. Después de graduarse, los artistas que no logran mantenerse con la venta de sus obras o la docencia pueden trabajar en las industrias auxiliares del vestuario, la escenografía y la animación. A veces, la comunidad de los artistas se superpone con la de los actores. Ed Ruscha, que admite que “el arte es parte del mundo del espectáculo”, solía salir con la modelo Lauren Hutton. Actores como Dennis Hopper, que también es fotógrafo y coleccionista, o artistas como Jeremy Blake, graduado de CalArts que hizo obras digitales abstractas para la película *Punch-drunk Love*, de Paul Thomas Anderson, se mueven entre ambos universos. Aquí en el campus, sin embargo, la sensación es que la mayoría de los artistas son contrarios a los espectáculos comerciales, como si CalArts se estableciera en tanto conciencia o *doppelgänger* de la industria del espectáculo.

Hobbs abre la puerta de su estudio. Todas las puertas están decoradas a gusto del inquilino con nombres enormes, fragmentos de historias, collages y hasta esculturas en bajorrelieve. “Cada estudiante tiene un espacio propio y puede usarlo durante las veinticuatro horas. Yo vivo en el mío. No se supone que los usemos para vivir, pero muchos lo hacemos”, dice, mientras señala una nevera, un calentador y un sofá que se convierte en cama. “Hay una ducha al lado del taller”, agrega. El cubo es de tres metros y medio por tres metros y medio, con sucias paredes blancas y suelo de cemento, pero tiene techos altos y claraboyas con orientación norte, lo que otorga algo de dignidad al espacio.

Unas puertas más allá, del otro lado del pasillo, la clase está observando una instalación en el estudio de Fiona. Se llama *Painting Room II [Cuarto de pintura]* y será objeto de la discusión de esta tarde. La pintura chorrea, sobre los bordes de cuatro bastidores, hacia la pared y el suelo. Unos pálidos garabatos evocan la obra de Cy Twombly, mientras que la pintura en el piso recuerda la técnica del goteo de Jackson Pollock. El escritorio en un rincón y la feminidad —difícil de identificar con precisión— del espacio sugieren el “cuarto propio” de Virginia Woolf. Irónicamente, dado el nombre de la clase (Post-Studio Art, o Arte Post-Estudio), la instalación es una enérgica reafirmación de la importancia —incluso del romanticismo— del estudio. Da la sensación de que ha ocurrido una explosión contenida o un berrinche sereno. No es ampuloso ni heroico, sino privado e insistente. Es posible sentir, en este ámbito, la breve altura de Fiona y sus horas de soledad. Y en uno de los lienzos casi puede distinguirse la palabra “aprendiendo”.

De regreso en la subterránea F200, los alumnos se organizan en una configuración distinta de la de esta mañana. Son las 15.15 y Fiona, con la rosa china todavía enganchada en la oreja, ha decidido sentarse detrás de una mesa. Una de las tejedoras ha abandonado las agujas y está boca abajo, con la barbilla apoyada en las manos, mirando fijamente a Fiona, mientras un muchacho, echado de espaldas, con las manos detrás de la cabeza, observa el cielo raso. Fiona establece los parámetros de la discusión: “Trabajo de una manera esquizofrénica. Hago trabajo sociopolítico en seco, pero siempre he pintado, y siempre voy a pintar. Me gusta el proceso. Todas las decisiones que tomé mientras hacía *Painting Room* fueron formales. No quise trabajar ‘críticamente’”, dice, dulce pero desafiante, mientras acerca la silla a la mesa y se alisa la falda. “Hay una agresividad muy masculina en el expresionismo abstracto icónico de la década de los cincuenta. Quise visitar la abstracción y explorar las poéticas del espacio con mis propias manos.”

Apenas Fiona termina su introducción, una mujer que está sentada en el suelo con sus sandalias en la mano, dice: “Me parece interesante

hasta dónde conceptualizas tu trabajo. En esta clase, un cuarto de pintura requiere muchísima justificación”. Su comentario queda en suspenso hasta que Asher pregunta: “¿Ves límites institucionales? Valdría la pena que intentaras ser más específica”. La mujer, que claramente no es muy habladora, busca las palabras adecuadas hasta soltar algo sobre las “inclinaciones ideológicas de CalArts”.

Hace unos días, un grupo de estudiantes haraganeaba en el improvisado salón del departamento de arte: una zona más amplia del pasillo frente a la oficina del decano, donde un sofá y una mesa baja dan cierta sensación de sala de espera. Aproveché la oportunidad para sondear la jerga que había oído en el campus. Mi lista estaba encabezada por la palabra “criticalidad”. “No hay que confundirse con ser cruel u hostil, porque se puede ser negativo sin querer”, dijo un joven fotógrafo hundido en el sofá. “Es una indagación profunda, como para exponer una dialéctica”, explicó un estudiante de máster, que planeaba seguir con el doctorado. “Si estás en piloto automático, no eres crítica”, dijo una artista performática, y su novio asintió con la cabeza. Mientras conversábamos, un hombre negro de unos sesenta años salió de una de las oficinas. Resultó ser el artista conceptual Charles Gaines. Los alumnos lo llamaron para plantearle mi pregunta. “La criticalidad es una estrategia para la producción de conocimiento”, respondió llanamente. “Nosotros creemos que el arte debería interrogar las ideas sociales y culturales de su época. En otros lugares tal vez se busca que la obra produzca placer o sentimientos.” ¡Pero claro! El conceptualismo surgió en la década de 1960, en parte como reacción al expresionismo abstracto. Criticalidad es la palabra clave para un modelo de creación que privilegia la investigación y el análisis por encima del instinto y la intuición.

Gaines se fue y yo lancé otra palabra: “creatividad”. Los estudiantes fruncieron la nariz con desagrado. “Creativo es definitivamente mala palabra”, se burló uno. “No te conviene decirla en Post-Estudio. ¡Provocarías náuseas! Es casi tan vergonzante como hermoso, sublime u obra maestra.” Para estos estudiantes, la creatividad era “un cliché acaramelado que usan las personas no involucradas profesionalmente con

el arte". Era una noción "esencialista" relacionada con ese falso héroe llamado "genio".

¿Será que la creatividad no figura en el programa de la escuela de arte porque, tácitamente, se considera que ser creativo es la esencia, imposible de enseñar, que trae consigo todo artista? Asher cree que "las decisiones que intervienen en la creación de una obra son, a menudo, sociales". Pero la mayoría de los artistas-profesores no están de acuerdo: piensan que la creatividad es un proceso muy personal, que no puede enseñarse. Se espera, por lo tanto, que los alumnos ya la tengan al llegar. Se habla de creatividad sólo en el momento de la admisión. Según lo explica el presidente Lavine: "Buscamos estudiantes con alguna chispa de originalidad. Puede parecer excéntrico o terco, pero queremos alumnos que se sientan, de uno u otro modo, incómodos con su mundo". Paradójicamente, muchos educadores del arte consideran que el artista es autodidacta, y los altos logros académicos pueden funcionar como contraindicador. Como me dijo Thomas Lawson, decano de la Escuela de Arte de CalArts desde hace más de una década: "Buscamos la clase de chicos que no encajaba bien en la secundaria".

La oficina de Lawson es una de las pocas de este piso que recibe un haz de luz natural. En marcado contraste con Asher, Lawson es un pintor escocés con una firme creencia en lo visual. Es un elocuente orador y un prolífico autor que escribe para *Artforum* y coedita un periódico llamado *Afterall*. Es un hombre alto y retraído, de amables ojos castaños. Cuando le hago la pregunta imprudente ("¿Qué es un artista?") me responde, con ejercitada paciencia y acento melodioso: "No necesariamente es alguien que vende algunos objetos a través de una galería lujosa. Un artista piensa en la cultura a través de los medios visuales. A veces piensa en la cultura a través de cualquier medio a su alcance, pero sus raíces están en lo visual. Cuando, a fines de los ochenta, vine como artista visitante, había una alarmante tendencia a que los estudiantes se graduaran con honores sin estar haciendo ningún trabajo visible. Como se dice en la industria del cine, las ideas valen diez centavos la docena. Hay que poder darles forma.

Así que cuando vine como decano, parte de mi misión fue volver a darle valor a lo visual".

Hoy en día, el equipo docente de CalArts incluye algunos pintores, pero no hay un "equipo docente de pintores", y la escuela ha ido adquiriendo fama de no ser muy hospitalaria con quienes practican el género. Lawson admite que "lo que se nos achaca es no ser emotivos en cuanto a la pintura. Eso es cierto. Pero tenemos un sistema abierto e inteligente y, como grupo, valoramos la inteligencia. De manera que cada uno puede hacer lo que quiera, siempre que pueda defenderlo". Sin embargo, cuando insisto sobre el destino del pintor taciturno, Lawson confiesa: "Yo soy pintor y sé que pintar no tiene nada que ver con hablar. La habilidad y el error son muy cercanos. Uno puede hacer cosas que para algunos son horribles y para otros son brillantes. Es muy curioso... y difícil de defender". Resulta irónico que algunos de los licenciados más notables de CalArts sean pintores: Eric Fischl, David Salle, Ross Bleckner y, más recientemente, Laura Owens, Ingrid Calame y Monique Prieto. Es probable que su éxito sea el resultado del rapaz apetito del mercado por el medio bidimensional, fácilmente domesticable.

Las 18.20. La conversación ni siquiera gira en círculos: forma espirales amorfas. Cinco chicos dan vueltas, inquietos, por el fondo del aula. Dos de ellos, con los brazos cruzados, se apoyan sobre un pie, después sobre otro. Los otros tres, literalmente, pasean de un lado a otro con pasos lentos, silenciosos. Un hombre está sentado de espaldas a Fiona, y otro lee el *LA Weekly* sin ningún disimulo. En la mayoría de las *crits* está absolutamente prohibido juzgar explícitamente las obras; es posible, sin embargo, leer las diferentes reacciones a partir de las actitudes corporales.

No es lo mismo un buen artista que un buen alumno. Los estudiantes de arte tienen fama de expresar sus impulsos. Reclutados por su rebeldía, por sus estrambóticas carpetas de trabajos, pueden ser difíciles de manejar para la institución.

De vez en cuando, la relación entre profesor-modelo a seguir y estudiante-artista se vuelve peligrosamente retorcida. En una clase de

crítica de la UCLA, un alumno de traje oscuro y corbata roja se situó frente al curso, sacó una pistola de su bolsillo, cargó una bala de plata, hizo girar la recámara, apuntó el arma a su cabeza, la amartilló y apretó el gatillo. Sólo hubo un clic. El alumno huyó del aula, y fuera se escucharon varios disparos. Cuando volvió a entrar, ya sin el arma, sus compañeros se sorprendieron de verlo con vida, y la clase prosiguió, tambaleante, con una lacrimosa discusión grupal.

El incidente fue un descaminado homenaje a —o una parodia de— la histórica obra de un profesor del departamento. Allá por 1971, el artista Chris Burden llevó a cabo una de las performances más notorias de la historia del arte de Los Ángeles. En una pieza llamada *Shoot* (Disparo) hizo que un amigo le disparara en el brazo izquierdo con un rifle, frente al público invitado de una galería en Orange County. La obra fue una de setenta y seis performances que exploraron los límites de la resistencia física y expandieron, además, la noción de arte que tenía la mayoría de la gente.

Si bien Burden no estaba al frente de esa clase en particular, la perversa intención de imitación del estudiante resultó obvia para todos. Cuando Burden se enteró del incidente, pensó: “Uy. Esto no está nada bien”. Su postura fue simple: “Tendría que haber sido expulsado en ese mismo momento. Ese alumno violó, como mínimo, cinco reglas del código de conducta universitario. Pero la decana de Asuntos Estudiantiles se desconcertó y no hizo nada. Pensó que era puro teatro”.

“El término ‘arte performático’ es inapropiado”, me dijo Burden. “Es lo opuesto al teatro. En Europa lo llaman ‘arte de acción’. Cuando un artista performático dice que está haciendo algo, la sensación predominante es de que está a punto de hacer.” Después de veintiséis años de docencia, el artista y profesor presentó su dimisión. Le dijo al decano: “No quiero ser parte de esta insensatez. Gracias a Dios ese alumno no se voló los sesos, porque si lo hubiera hecho tú habrías tenido graves problemas”. Burden desconfía de las instituciones porque les falta responsabilidad y se esconden detrás de formas burocráticas de pensamiento. “Para ser un buen artista a largo plazo, hay que confiar

en la propia intuición, en los propios instintos”, dice. “La academia, en cambio, se basa en el pensamiento grupal racional. El arte tiene magia y tiene alquimia, pero los académicos siempre sospechan del que revuelve la gran marmita negra.”

Asher mira su reloj. Son las 19.01. Estoy sumergida en el universo paralelo de ensoñación que ha tomado la clase. La *crit* tiene que ver con “estar aquí” y dejar fluir la mente. La cantidad de alumnos va disminuyendo. Quedan veinte de los veintiocho iniciales. La gente se mueve despacio, para no interrumpir. Las únicas ocasiones en que alguien sale precipitadamente es cuando, con el teléfono vibrando, corre al pasillo a atender una llamada. Y vuelve de puntillas entre los escombros, las sillas dispersas, las piernas desparramadas, los perros dormidos.

A las 19.10, después de un largo silencio, Asher se pone de pie y espera. Como nadie dice nada, pregunta: “¿Necesitamos cenar?”. A lo que un alumno responde: “¿Vas a cocinar?”.

Nos tomamos un descanso para pedir pizza. Las mujeres tiran sus desechos en el cesto de basura cuando salen del aula. Los hombres, sin excepción, dejan los suyos donde están. Camino por los pasillos de Cal-Arts; descendo a los lúgubres pasadizos del sótano, cubiertos de grafitis; subo por la amplísima escalera, paso junto a la cafetería ya cerrada y subo hacia el área de exhibiciones. Flotan por el edificio los sonidos jazzeados de un grupo latino-experimental. Salgo por la puerta principal hacia la negra noche y me encuentro con Fiona, que toma tequila con naranja en una abollada botella de agua mineral.

“¿Y? ¿Cómo fue?”, le pregunto.

“No sé”, me responde, perpleja. “Estás entre consciente e inconsciente. Cuando tanta gente se pone a desmenuzar tu trabajo, dicen cosas que jamás imaginaste, y empiezas a sentirte un poco confundida.”

De pronto se encienden los aspersores del jardín. A través del rocío se oye el zumbido de los enormes camiones que pasan por la Interestatal 5, la autopista que se extiende todo a lo largo de la Costa Oeste, desde Canadá hasta México.

“Para aprovechar al máximo tu *crit*”, continúa Fiona, “tienes que

tener una misteriosa combinación de compromiso absoluto con tus decisiones y apertura total como para reconsiderar todo. No tiene sentido ser demasiado descarado”.

Fiona y yo inhalamos el frío aire del desierto. “Quise hacer algo diferente”, agrega. “Algunos hacen obras sólo para salir bien parados en las críticas. Obras que después, fuera del aula, muchas veces son intrascendentes.”

Volvemos bajo tierra para la tercera parte de la *crit*. Han llegado seis cajas con la inscripción PIZZA CALIENTE Y DELICIOSA, y quedan sólo unas pocas porciones. Un muchacho se acerca a Fiona y le dice: “Nunca escuché a Michael hablar tanto”. El comentario pretende elogiarla y tranquilizarla. Me hace gracia, porque Asher ha dicho relativamente poco.

A las 20.15, Asher mira en dirección a Hobbs y le pregunta: “¿Estás lista?”.

Detrás de ella, pinchadas en la pared, hay tres fotografías medianas, en color. Una muestra un caballo parado junto a un árbol. Otra, un par de figuras de vaqueros confrontándose como si estuvieran a punto de batirse a duelo. La tercera retrata a un doble de riesgo, cayendo hacia atrás sobre un colchón en el medio de un áspero desierto. Hobbs propone tres temas de discusión: la fotografía, el western como género y el absurdo. Solamente el rubor de su cara sugiere que tal vez esté nerviosa. Habla sobre la cámara en tanto “herramienta violenta” en el contexto del “placer visual y el cine narrativo”. Después hace una sentida confesión: “Thomas Mann dijo que todas las mujeres son misóginas. Yo puedo identificar ese conflicto en mí misma. Me dan placer los estereotipos aun cuando sé que están errados”. Por último habla sobre la importancia del humor en su trabajo: “Es corpóreo y tosco; ése es el lenguaje en el que más confío”.

Hay treinta y cuatro personas en el aula: la cifra más alta en todo el día. Algunos novios y novias de alumnos se han unido, a manera de salida nocturna. La población canina también se ha incrementado y diversificado, abarcando un gran espectro de colores, desde el negro

oscuro hasta el blanco sucio, pasando por el marrón moteado y el castaño dorado. Los seis perros están masticando unas galletas que repartió la tejedora de la colcha. Otra vez ha variado la disposición de los alumnos. Varios practican dificultosas pruebas de equilibrio con los pies apoyados en múltiples sillas. Muchos comparten almohadas y mantas.

Las *crits* exitosas pueden llegar a ser la base de comunidades interpretativas que sigan funcionando de por vida, o de subculturas artísticas. Se dice que Sarah Lucas, Gary Hume, Damien Hirst y otros artistas más tarde bautizados como YBA (Young British Artists o Artistas Jóvenes Británicos) forjaron sus alianzas en una clase de crítica dirigida por Michael Craig-Martin en Goldsmiths. Goldsmiths —que, podría decirse, es algo así como el equivalente británico de CalArts— fue, durante muchos años, la única escuela de arte británica que unió, en una sola escuela de bellas artes, los departamentos de pintura, escultura, fotografía y otros géneros. Comparada con la mayoría de las instituciones británicas, también colocó gran parte de la responsabilidad en manos de los alumnos. Unos meses antes de viajar a Los Ángeles entrevisté a Craig-Martin, ahora profesor emérito, en su estudio de Islington. Craig-Martin opina que “para los estudiantes de arte, la gente que más importa es su grupo de pares”. Los artistas necesitan “amistades que vengan con crítica incluida” como contexto para el desarrollo de su trabajo. “Si observas la historia del arte”, sostiene, “todos los artistas del Renacimiento conocían a sus contemporáneos. Lo mismo con los impresionistas. Había un momento en sus vidas en que eran todos amigos o conocidos. Los cubistas no eran sencillamente genios individuales. Sus obras más grandiosas surgieron de trabajar juntos. ¿Quién era el mejor amigo de Van Gogh? Gauguin”.

En el aula F200, la conversación se ha convertido en una viva discusión sobre personajes artísticos. “El mundo del arte es como una película del lejano oeste: lleno de vaqueros, prostitutas y dandies”, afirma Hobbs. “Robert Smithson es el héroe ideal. Hasta se murió joven. Bruce Nauman se compra un rancho estancia y se autoexilia. James Turrell anda por ahí con un sombrero de diez galones y botas de va-

quero todas decoradas.” Las fronteras del Nuevo Mundo son esenciales para la perspectiva de muchos artistas de Los Ángeles. Cuando fui a entrevistar a Chris Burden, atravesé las áridas colinas y pasé junto a los chaparrales hasta llegar a su estudio en el Cañón de Topanga. Burden le compró el terreno a la nieta del dueño original. “Sólo había cambiado de manos dos veces”, me explicó. “Venir a las afueras te da una sensación de espacio y potencial. La situación física se convierte en algo espiritual. Los artistas tienen que ser pioneros.”

Son las 21.15 de un viernes y probablemente Asher sea el único profesor que queda en el edificio. “No tengo una teoría del tiempo”, me explicó durante una entrevista. “Es un asunto muy sencillo y práctico. Para investigar en profundidad se necesita tiempo. Es por lo único que me rijo. Si no tienes tiempo, corres el riesgo de ser superficial.” Asher no recuerda cuándo o exactamente cómo la clase se volvió tan larga. “La gente tenía más cosas para decir. Lamentablemente, no podemos seguir tanto tiempo como nos gustaría.”

Muchos artistas-profesores piensan que las épicas *crits* de Asher son un signo de locura, pero Hirsch Perlman admira su compromiso: “Me encanta la idea. Una cosa es agregar las horas sin remuneración, y otra lograr que lo hagan los alumnos”. De hecho, es Asher el que financia las horas pasadas las 17, y los alumnos hacen cola para pasarlas aquí. CalArts se enorgullece de ser un campus de 24 horas, pero Post-Estudio es una institución dentro de la institución.

Fiona se ha quedado dormida en el puf. Está inconsciente, con la boca ligeramente entreabierta. Maúlla un teléfono celular. El grupo estalla en risitas. Un alumno está perorando. “Esto va a terminar en una pregunta, tarde o temprano...”, dice.

A las 22.05 uno de los perros gruñe en mitad de su sueño. Otro está acurrucado como una rosquilla. *Virgil*, el perro más inteligente de la clase, siempre alerta a lo que pasa en el aula, duerme pero yergue una oreja cada vez que habla su amo. Una mujer yace debajo de una mesa, y se me ocurre que la pareja que ahoga risitas a mi izquierda debe haber fumado marihuana. El particular estilo pedagógico de Asher se está

revelando. Esto no es una clase sino una cultura. Pero ¿cuándo termina? Por un fugaz momento la clase parece ser un rito extraño fraguado para que los artistas se vayan adaptando al sufrimiento. Pero vuelvo a mis cabales y, después de doce horas de estar sentada, me echo sobre el duro suelo. Éxtasis.

A medida que nos alejamos del día normal de trabajo —el horario racional, de oficina— la clase va tomando vida propia. El término bohemio tiene mala fama porque está conectado con miles de clichés, pero los parisinos, originalmente, lo adoptaron —en relación con los gitanos nómadas— para describir a los artistas y escritores que se pasaban las noches despiertos, ignorando las presiones del mundo industrial.

Esta mañana, en la autopista, pensé que era significativo que, para venir en coche hasta CalArts, hubiera que conducir en contra del tráfico. La sensación de independencia y el tráfico que fluye producen gran placer, particularmente cuando los coches que van en la otra dirección avanzan centímetro a centímetro, negligentes, en una masa fundida de parachoques contra parachoques. Los Ángeles no es tanto una ciudad como un sistema solar donde los distintos vecindarios bien podrían ser distintos planetas. La distancia real de CalArts hasta el Valle o hasta Beverly Hills no es muy grande, pero la grieta psicológica es inmensa.

Varias personas están durmiendo. Aparentemente, es normal que la gente se duerma unos cuarenta minutos y luego retome la conversación. Me doy cuenta de que la sala no tiene reloj; después veo que encima de cada puerta azul hay un cartel que dice SALIDA, sobre el que alguien ha escrito IRAQ. El espacio ya no es una caja banal sino un paisaje destrozado por la guerra.

Después de una o dos horas en el suelo, recuerdo por qué estoy aquí. Estoy tratando de obtener algunas respuestas específicas en contexto a algunas grandes preguntas: ¿qué aprenden los artistas en las escuelas de arte? ¿Qué es un artista? ¿Cómo se hace para ser artista? ¿Qué debe tener un buen artista? Para las tres primeras preguntas, las respuestas son variadas. Pero todas las respuestas a la última pregunta tienen que ver con trabajar en serio. Paul Schimmel, curador en jefe del Museo de Arte

Contemporáneo de Los Ángeles (MOCA), lo expresó con elocuencia: “El talento es una espada de doble filo. Lo que te es dado no es verdaderamente tuyo. Aquello por lo que trabajas, por lo que te esfuerzas, de lo que tienes que tomar el mando... eso es, por lo general, lo que resulta en muy buen arte”.

Si el esfuerzo y la persistencia son fundamentales para convertirse en buen artista, la ética de trabajo de este maratón tiene que ser un buen entrenamiento. Una de las expresiones favoritas de Asher es “practicable”. Cuando le pregunté sobre la importancia de su clase sugirió, modestamente, que debía estar relacionada con su “espíritu de producción”. La minuciosidad es necesaria. La resistencia también es esencial. Como me dijo un alumno durante una de las pausas: “Cuando no hay nada que decir, eso mismo es la cuestión, lo cual produce una conversación interesante”.

Una buena escuela de arte proporciona la sensación de estar en un lugar que importa, con un público que importa. “Todo artista piensa que va a ser ‘el’ artista, que el éxito lo está esperando a la vuelta de la esquina”, dice Hirsch Perlman. “Ni siquiera importa en qué etapa esté; eso es lo gracioso.” En Los Ángeles, muchos invocan a Paul McCarthy, videoartista y escultor alguna vez ignorado, e imaginan que, a la larga, también ellos serán descubiertos y celebrados.

Afuera, en el pasillo, resuenan pisadas. Es un guardia de seguridad con un ruidoso walkie-talkie. A levantarse. Vuelvo a sentarme en una silla.

Son las 0.12. La medianoche es una hora mágica. Asher sigue tomando sus lentas notas. El grupo está aturdido; todos estamos un poquito groguis. Tiene lugar una nueva ronda gastronómica: se comparten bolsas de Besitos Hershey’s y otras cositas chocolatosas. A menudo la conversación es vaga y la gente se confunde; aun así, da la sensación de ser una charla abierta y seria. La discusión da lugar a un vídeo hecho por Hobbs, de un mono en una bicicleta, y todo el mundo se muere de risa.

Cinco minutos para la una y nadie duerme. No hay nadie, incluso, echado en el suelo. Todo el día ha sido una especie de juego de la

silla: alineamientos y confrontaciones, coqueteos y resentimientos expresados espacial y verbalmente. Las pausas entre comentarios se van haciendo más prolongadas. Después de un largo silencio, Asher dice: “¿Hay algún bar aquí?”. La pregunta es absurda. Es un gesto de camaradería. No hay despedida que le haga justicia al final de este rito iniciático que fue el semestre. Asher se despide. Los estudiantes empiezan a salir, y está claro que muchos se sienten desamparados. Alguien dice: “Es tan triste que Michael se vaya”.

Los alumnos ya no están, y yo le doy una última mirada a la sala abandonada. El suelo está cubierto de bolsas de supermercado llenas de basura, cáscaras de naranja y envoltorios de golosinas. El espacio ya no parece árido e institucional, sino complicado e inspirado. Se la considere o no como una obra de arte, la clase Post-Estudio de Asher es su trabajo más grande e influyente. Es una crítica institucional de treinta años que revela los límites del resto del programa escolar. Es también una sólida pieza; dentro de ella, Asher se ha ubicado en el tranquilo ojo de una multivocal tormenta. Es una representación minimalista en la que el artista se ha sentado, ha escuchado atentamente y, de vez en cuando, se ha aclarado la garganta.

Capítulo 3

La feria

Es el segundo martes de junio, así que debo estar en Suiza. Once menos cuarto de la mañana. La feria de arte contemporáneo más importante del mundo da comienzo en sólo quince minutos. En el vestíbulo de este edificio de vidrio negro no se ven artistas ni estudiantes. Los coleccionistas —algunos billonarios, otros solamente millonarios—, aferrados a los pases VIP de sus tarjetas de crédito, forman una compacta multitud. Muchos estudian los planos, trazando los caminos más rápidos a través del laberinto de stands. En los viejos tiempos, cuando las ventas de arte eran lentas, algunos coleccionistas esperaban a que la feria estuviera a punto de cerrar y, sólo entonces, entraban y trataban de lograr un buen precio. Hoy en día nadie lo intentaría. Es probable que cerca del mediodía ya no quede nada que comprar.

El implacable boom del mercado del arte es tema de conversación. “¿Cuándo reventará la burbuja?”, se pregunta un hombre mayor con un traje de Savile Row y zapatillas Nike negras. “No podemos responder esa pregunta”, le responde un conocido. “¡Hemos entrado en un macroevento sin precedentes, una escala de expansión que no se veía desde el Renacimiento!” El coleccionista anciano frunce el ceño. “No hay nada que dure para siempre”, contesta. “Creo que estoy de baja. Solamente he gastado... no sé, unos dos millones desde enero.” Por lo general, aquellos que invierten fuertemente en arte prefieren hablar de expansión. “Decir ‘burbuja’ es no captar las realidades económicas”, dice un estadounidense. “Apenas un siglo atrás nadie tenía coche. Ahora la

gente tiene dos o tres. Eso es lo que está pasando con el arte.” Unos cien jets privados aterrizaron en Basilea en las últimas veinticuatro horas. Revolviendo su cartera de cocodrilo, una mujer le expresa a otra sus remordimientos de conciencia: “Me parece un despilfarro estar sola en el avión; por suerte un par de curadores aceptaron que los trajera”.

Una barrera de molinetes cromados —patrullados por una oficiosa tropa de guardias de seguridad femeninas, de uniforme azul marino con boinas a juego— impide que la multitud entre en la feria. Parece un cruce de frontera. De hecho, la seguridad en el aeropuerto de Basilea era más relajada que aquí. He oído, de más de una fuente, que hasta a los perros les hacen pases de identificación con foto incluida; pero cuando trato de verificar el dato con un funcionario de la feria lo descarta por absurdo. De ninguna manera se admiten perros.

Los suizos disfrutaban respetando las reglas tanto como los de otras nacionalidades disfrutaban saltándoselas. Es una diferencia cultural que ha importunado la feria durante muchos años: siempre hay coleccionistas y consultores que intentan colarse antes de que abran las puertas, para registrar los stands en busca de trofeos e intentar cerrar tratos antes de que ningún otro haya tenido oportunidad de ver la obra. Al marchante parisino Emmanuel Perrotin lo echaron de la feria por darles pases de expositor al consultor Philippe Ségalot y a François Pinault, el dueño de Christie’s. Como gesto compensatorio por la pérdida de prestigio y de ingresos, Ségalot admitió haberle pagado 300.000 dólares.

Este año, la seguridad en Art Basel* es especialmente rigurosa, y supe de una sola entrada clandestina: la de Ségalot. El inconfundible francés de extravagante cabellera se transformó, con la ayuda de una maquilladora de Hollywood, en un hombre calvo, y entró a la feria con un pase de transportista. O al menos eso es lo que se dice. A Ségalot no se lo ve por ningún lado, así que lo llamo al móvil. “Diga. Mmm... Sí, he oído el rumor”, admite. “Alguna gente cree haberme visto... ¡Me gusta la gente con mucha *imaguinacioun*...!”

* Nombre con el que se conoce la feria de arte de Basilea. (N. de la T.)

Es un placer curiosear por una feria de arte antes de que empiece la verdadera locura. Ayer me colé durante la instalación. En los stands de los antiguos marchantes suizos, los canastos todavía estaban apilados; ni un empleado a la vista. Otros galeristas ajustaban la posición de sus objetos de arte y sus luces colgantes. Aquellos que habían accedido con esfuerzo a este club de élite de marchantes internacionales, en cambio, pasaban el dedo a lo largo de los marcos para asegurarse de que no tuvieran polvo. “¡Estoy listo para Armagedón!”, decía Jeff Poe, cuya galería de Los Ángeles, Blum & Poe, regresaba a la feria después de un hiato forzado de un año. “Nunca me explicaron bien por qué”, gruñó Poe. “Borrón y cuenta nueva.”

Art Basel se erige como anfitrión de la *crème de la crème*, pero el comité de admisión —que consiste en un grupo de seis marchantes— tiene sus predilecciones e idiosincrasias. Tiende, por ejemplo, a privilegiar las galerías suizas y a quienes expongan el tipo de arte contemporáneo europeo al que algunos, en broma, se refieren como “*kunst árido*”*. En palabras de un miembro del comité de admisión, “la feria es significativa desde el punto de vista del prestigio. Si una galería no obtiene la admisión, la gente puede pensar que no es tan importante como otra galería que sí la obtiene. Y si a esa galería, al año siguiente, se la rechaza, puede llegar a arruinarse”.

Poe y su socio Tim Blum son famosos por descubrir artistas y lanzar sus carreras. Blum es inquieto y tenso, mientras que Poe es relajado y se mueve con lenta arrogancia. A pesar de sus diferencias, muchos confunden sus nombres monosilábicos; olvidan que Blum es el castaño de peso mediano y Poe el rubio de ojos celestes, peso ligero. Uno de sus artistas solía llamarlos “Doble o Nada”, en referencia a su relación simbólica y a la confusa organización de los primeros tiempos de la galería. Cuando le dije a Blum —muchacho católico de Orange County— que un marchante rival se había quejado de que su galería “parecía un tugurio”, se encogió de hombros y respondió: “Supongo que lo que

* “*Kunst*” significa “arte” en alemán, holandés, noruego y estonio. (N. de la T.)

quieren decir es que hay mucho macho, mucha testosterona, mucho alcohol. Y bueno, sí, somos un poco toscos. Somos muy Costa Oeste. Así que a muchos los vuelve locos que tengamos éxito. Hicimos las cosas como quisimos. Por eso funcionamos bien para nuestros artistas. Creemos en ellos y trabajamos a lo bestia”.

Durante la instalación, frente a una exquisita pintura de tres paneles llamada 727-727, Blum hablaba en fluido japonés con su artista estrella, Takashi Murakami. Ambos reían y discutían sobre el precio de la obra. Del flujo de palabras japonesas surgían números en inglés (“ochocientos mil”, “un millón”, “uno punto cinco”). El cuadro es un retrato de DOB, el álter ego en formato historieta de Murakami, montado sobre una ola-nube en un colorido universo de virtuosos estilos pictóricos. La pintura original con el título 727 es parte de la colección del Museo de Arte Moderno de Nueva York. El nuevo 727 es más complicado, más logrado; es “una culminación y un nuevo rumbo”. Ya hay varios coleccionistas compitiendo por su adquisición aun sin haberla visto; pero... ¿cuánto cuesta?

“Takashi trabajó tan duro en este cuadro que varios miembros de su equipo renunciaron”, me dice Poe, que se crió en Los Ángeles y, antes de abrir la galería, fue cantante de una banda de rock-arte llamada Blissed Out Fatalists. Menciono haber oído que Murakami iba a exponer en Nueva York con la omnipotente galería de Gagosian. Poe se sienta, me indica que me siente en una silla a su lado y me pregunta: “¿Dónde lo has oído?”. En el mundo del arte, el chismorreo no descansa. Es una forma vital de inteligencia de mercado.

Después de visitar a Blum y Poe, recorrí los stands con Samuel Keller, director de Art Basel desde el año 2000. Keller es un apuesto cuarentón cuya afabilidad está bien representada por un rostro perfectamente afeitado y un par de lustrosos zapatos. Durante nuestro recorrido, elogió a algunos galeristas en francés, bromeó en un gesticulado italiano y mantuvo un parejo y cálido alemán ante un marchante furioso, disconforme con la ubicación de su stand. Creo que hasta le oí decir “shalom”. Keller parece tener las mejores cualidades de un sui-

zo multilingüe: modestia, neutralidad, internacionalismo y un instinto para la calidad. Hasta tiene el don de comportarse como si no fuera él quien lleva las riendas del poder. Contrata consultores que lo ayudan a decidir quiénes obtendrán los pocos y codiciados “Puntos de Presentación Artística” (donde marchantes jóvenes organizan muestras individuales de artistas jóvenes) y curadores que lo ayudan a seleccionar e instalar “Arte Ilimitado” (una cavernosa sala de exhibiciones con piezas de museo de gran envergadura). Keller tiene, incluso, veintidós “embajadores” que funcionan como canales de comunicación para diferentes territorios. A simple vista, parecería dirigir la feria como si se tratara de una cumbre internacional de las Naciones Unidas (para usar su propio término) más que de una iniciativa con fines de lucro. Estrategia que, sin duda, ha contribuido al ascendiente que tiene Art Basel sobre ferias más antiguas como Art Cologne, la Feria de Arte de Chicago o el Armory Show de Nueva York, que han pasado a ser eventos locales o regionales.

Art Basel tiene lugar en un predio de exhibiciones especialmente construido, que los alemanes llaman “Messe” y en inglés se traduciría como “mass”, palabra que alude tanto a “las masas” como a “la misa”. Desde el medioevo, el término también se ha referido a los mercados que se organizaban en los días santos. Hoy en día, por extensión, se aplica a cualquier feria comercial. El edificio principal es, por fuera, una caja de vidrio negro. Por dentro tiene un patio circular con vidrio transparente. Los stands de trescientas galerías están distribuidos entre ambos pisos, cada uno de los cuales se organiza en dos cuadrados concéntricos fáciles de recorrer. El arte, aquí, es tan exigente que la arquitectura tiene que ser casi invisible. Los techos son tan altos como para pasar inadvertidos, y los galeristas elogian la calidad de las paredes, capaces de sostener las obras más pesadas. Y lo más importante: la costosa iluminación artificial es limpia y blanca. Armoniza con el sol de mitad del verano, que se filtra por las ventanas del patio interior.

Cuando Art Basel abrió sus puertas, en 1970, tenía el aspecto de un mercado de pulgas, con cuadros apoyados contra las paredes y ga-

leristas que llegaban con lienzos enrollados bajo el brazo. En la actualidad, la feria ofrece un ambiente respetable. Con su ligero acento suizo-germano, Keller explica su postura: “Si uno busca arte y calidad, el dinero vendrá más tarde... Tenemos que tomar las mismas decisiones que toman los artistas. ¿Ellos hacen buen arte o arte que se vende bien? Lo mismo con las galerías. ¿Son comerciales o creen en algo? Nuestra situación es similar”.

10.55. Cinco minutos para que abra la feria y entren los invitados especiales (oVIP). Don y Mera Rubell, fervorosa pareja de coleccionistas de Miami, penetran en la adinerada multitud junto a su hijo adulto, Jason. Lucen zapatillas y pantalones anchos con bolsillos y arandelas en los lugares más inverosímiles, como abuelos en la onda a punto de salir de caminata. Son tan poco ostentosos, tan discretamente acaudalados, que los he oído nombrar como “los Rubble”*. A los tres parece divertirles el espectáculo de los compradores ansiosos. Coleccionando arte desde la década de los sesenta —aunque con especial vigor desde 1989, cuando cobraron una herencia del hermano de Don, Steve Rubell, empresario hotelero y cocreador de la discoteca Studio 54—, de manera que están acostumbrados a la agitación previa a la feria. “Cuando empiezas a coleccionar eres intensamente competitivo, pero a la larga se aprenden dos cosas”, explica Don. “Primero, si un artista va a hacer solamente una buena obra, no tiene sentido pelear por ella. Segundo, una colección es una visión personal. Nadie puede robarte tu visión.”

A los miembros del mundo del arte les resulta de especial importancia coleccionar por los motivos “correctos”. Entre los motivos aceptables están el amor al arte y el deseo filantrópico de apoyar a los artistas. Mientras que pareciera que todos, marchantes incluidos, odian a los especuladores, los coleccionistas establecidos detestan, sobre todo, a los conspicuos trepadores sociales. “A veces me da vergüenza identificarme como coleccionista. Porque significa ser rico, privilegiado y poderoso”, dice Mera. Don escucha con cariño a su mujer y agrega:

* En este juego de palabras, el apellido “Rubell” está modificado: “Rubble” suena casi igual pero significa “escombro”. (N. de la T.)

“Hay como una incompetencia implícita. De todos los participantes del mundo del arte, los coleccionistas son los menos profesionales. Lo único que tienen que hacer es llenar un cheque”. Tanto Don como Mera hablan con un sensato acento de Brooklyn. Sus alturas difieren en treinta centímetros. Casados desde 1964, cada uno retoma el diálogo donde el otro lo deja. “La de ‘coleccionista’ tendría que ser una categoría que hay que ganarse”, dice Mera. “Un artista no se vuelve artista de un día para el otro, y un coleccionista no debería volverse coleccionista de un día para el otro. Es un proceso de toda la vida.”

Los Rubell tienen un museo de veintisiete habitaciones donde van rotando las obras de la colección familiar. También tienen una biblioteca de investigación con más de 30.000 volúmenes. “Leemos, miramos, escuchamos, viajamos, encargamos, hablamos y dormimos arte. Al fin y al cabo, prácticamente cada centavo que ganamos —todos nuestros recursos— lo dedicamos al arte”, declara Mera con un puño a medio levantar. “Pero no es un sacrificio. Es un verdadero privilegio.”

Si bien su colección incluye obras de la década de los sesenta, la familia siente especial atracción por el “arte emergente”, término que, en sí mismo, indica que los tiempos están cambiando. En los ochenta, cuando a la gente le empezó a incomodar la palabra “avant-garde”, se adoptó el eufemismo “cutting-edge”. Ahora, con “emergent art”, la anticipación del potencial del mercado reemplaza el experimento de vanguardia.* Y un modelo según el cual los individuos aparecen al azar derriba el modelo de historia lineal en la que son los líderes quienes promueven los movimientos. A los Rubell lo que más les gusta es llegar primeros. Disfrutan de ser los primeros coleccionistas en visitar el estudio de un artista, los primeros en comprarle sus obras y los primeros en exhibirla. Como explica Mera con toda seriedad, “la mayor pureza se encuentra en los artistas jóvenes. Cuando les compras en la primera o la segunda exposición quedas incluido en la construcción de la confianza, la construcción de la identidad de un artista. No se trata

* Los términos en inglés podrían traducirse como “vanguardia”, “últimas tendencias” y “arte emergente”, respectivamente. (N. de la T.)

solamente de comprar una pieza. Comprándola te metes en su vida y eres parte del camino que tomará. Es un compromiso mutuo, lo cual es bastante intenso”.

Cuando les pregunto si puedo seguirlos en su visita a la feria y observar cómo compran, Mera hace un gesto de horror: “¡De ninguna manera!”, exclama. “Es como querer entrar en nuestro dormitorio.”

Las once en punto. Y allí van los coleccionistas, atravesando molinetes y alejándose de los guardias suizos tan rápido como lo permite su dignidad. A mis espaldas un ávido coleccionista bromea a medias: “¡No estás empujando lo suficiente!”. Los interesados en arte de primera línea desaparecen en las esquinas de la planta baja, mientras los buscadores de arte emergente se amontonan en las escaleras mecánicas. Me dejo arrastrar por la corriente y aparezco en el primer piso, con una buena vista del stand de Barbara Gladstone. Una vez, un coleccionista me dijo: “Barbara es uno de los puntos de mi brújula. Están el Norte, el Sur, el Este y Barbara”. En Art Basel, el puesto de Gladstone está en la fila de delante, mirando al patio interno; una ubicación agresiva, muy apropiada para una galería que viene operando desde 1980 y lidera el despiadado mundo del arte neoyorquino. La propia Gladstone tiene el cabello color negro azabache y viste Prada de pies a cabeza, toda de negro. Nadie imaginaría que esta sofisticada hechicera fue —hace mucho, mucho tiempo— una madre de familia de Long Island, profesora part-time de historia del arte en la universidad local. Hasta que hace gala de su encanto y su sencillez. Gladstone se para erguida y gesticula con gracia en dirección a dos fotografías, con alto nivel de producción, de la serie *Drawing Restraint 9* de Matthew Barney. Al mismo tiempo conversa en voz baja con una pareja mayor y, por encima de ellos, le sonríe a un coleccionista inquieto que espera su turno. Tiene cuatro empleados diestramente apostados en distintos puntos del stand, pero también ellos están atrapados en intensos intercambios. “La primera hora siempre es excitante y horrorosa”, dice Gladstone. “Es halagüeño ser la primera parada de buenos coleccionistas, pero es imposible tener una verdadera conversación. Dependo del buen humor de todos.”

En su galería, Gladstone disfruta de conversar en profundidad sobre el trabajo de los artistas, pero aquí en la feria... “Es como ser prostituta en Ámsterdam”, dice. “Estás atrapada en estos cuartitos y no hay ningún tipo de privacidad.”

Gladstone suele anclar su puesto con unas pocas piezas clave. “No quiero que parezca una mala exposición colectiva”, me explica. “El truco es encontrar un lugar para cada cosa, de manera que las obras puedan respirar. Esto significa colgar menos y pensar en la conexión temática y las líneas visuales.” Algunos piensan que un buen stand debe representar una actitud o un gusto en cuanto al arte, que debe declarar el estilo de la galería. “¡No sé cuál es el estilo Gladstone!”, ríe. “Mi gusto artístico surge del conceptualismo. ¡Eso sí lo sé! Incluso cuando me gusta un cuadro, es un cuadro conceptual. Me gustan los artistas que tienen una visión individual, y quiero que cada artista sea visto por sí mismo.”

“¿Qué tal? Barbara Gladstone.” Se presenta con una aniñada inclinación de la cabeza y una mano extendida hacia el hombre que la ha estado esperando pacientemente. Ignora con destreza a todas las otras personas que intentan saludarla. Juntos caminan hacia un Richard Prince predominantemente rosa, que contiene una broma sobre un hombre saliendo de un burdel. “Ésta es la primera obra en la que Richard tomó imágenes de revistas femeninas de los setenta y las dispuso como collage a través del lienzo, igual que hizo con los cheques cancelados”, le dice Gladstone. “Es un punto de partida apasionante para los que seguimos su trabajo. Un momento definitorio.”

Gladstone admite que su agenda es “más complicada de lo que solía ser, ahora que damos por hecho que las obras se van a vender”. Ubicar obras en colecciones “que se forman por el gusto de convivir con el arte, de disfrutarlo”, sigue siendo lo principal. Pero, con el tremendo crecimiento del mercado del arte, se ha vuelto más difícil diferenciar a los coleccionistas genuinos de los especuladores (ya sean mercenarios —conocedores, más que nada, de los precios— o marchantes del mercado secundario haciéndose pasar por coleccionistas). “Antes, yo conocía a todos”, dice Gladstone con franqueza. “Si no los cono-

cía como clientes, los conocía de nombre. Pero ahora todo el tiempo hay gente nueva.”

En Art Basel es raro presenciar una venta agresiva, pero es posible —cada vez más— detectar lo que he dado en reconocer como “compra agresiva”. Se trata de un coleccionista que describe sus propios “puntos de venta únicos”, como por ejemplo las obras notables de su colección, los comités de adquisición de los que forma parte en diversos museos, cómo se compromete con el préstamo de obras y la financiación de costos de exhibición y catálogo. “Para identificar a la gente importante... o tienes el instinto o haces un par de llamadas telefónicas”, explica Gladstone. “El mundo del arte sigue siendo un pueblecito.”

Surge ante mi vista Amy Cappellazzo, la especialista de Christie’s que me ayudó a entender el mundo de las subastas. En medio de la intensa interacción galerista-coleccionista, ella parece excesivamente relajada. “Las ferias son menos estresantes que las subastas”, explica. “Eso de estar delante del objeto que una quiere y de la persona que te lo va a vender... me doy cuenta qué tiene de atractiva una transacción en tiempo real.” Cappellazzo sonríe, y a continuación confiesa: “¡Acabo de comprar una obra genial!”. Me dice que le encanta Gabriel Orozco, y que ella y su compañera tienen varias piezas del influyente artista mexicano. Después, como si recordara que las ferias de arte son la competencia de las casas de subastas, agrega: “Abajo, es evidente que a los galeristas les está costando montar inventarios de máxima calidad. He visto un montón de ex lotes...”. Luego regresa la enorme sonrisa. “Pero bueno, ¡estoy contenta!” Hace un espontáneo jueguito de dedos, interrumpido por el sonido de su BlackBerry. “Disculpa”, me dice, guiñando un ojo. “Tengo que consultar las condiciones de una pieza para un cliente.”

A dos puestos de distancia se ubica otra galería que intimida por su suntuosidad. En Londres, la galería Victoria Miro se extiende en un espacio de 1.580 metros cuadrados, que incluye sala de exposiciones y oficinas. Aquí en Basilea, el stand es un cuchitril de 84 metros cuadrados. El apuesto director de la galería, Glenn Scott Wright, es una mezcla de

británico con asiático y tiene uno de esos acentos imposibles de definir, resultado de años de constantes viajes. Es cómodamente homosexual en un mundo donde incluso los heterosexuales parecen amanerados.

No hay precios ni puntos rojos en la pared. Semejante alusión al comercio se considera de mal gusto. Más aun, la averiguación de precios por parte de un posible comprador, según Scott Wright, es “una oportunidad de conocernos”. A una pareja joven, acerca de un pequeño cuadro de Chris Ofili —retrato de una imponente mujer negra con lo que el artista podría denominar cabello “afrodisíaco”—, Scott Wright le explica: “La Tate tiene un grupo de estas acuarelas. También están en las colecciones del MoMA y del MOCA de Los Ángeles. De hecho, tienen mucho éxito con los museos”. Éste, por supuesto, está reservado, pero podría llegar a estar disponible. Se inclina hacia delante y, en voz baja, dice el precio. “Le doy un veinte por ciento más”, dice el marido. Scott Wright parece mortificado. Sólo los neófitos ofrecen una cifra superior a la del precio de venta. “Discúlpenme, por favor”, dice mientras se precipita hacia un coleccionista que admira un jarrón punk-rococó de Grayson Perry. Cuando los galeristas tienen confianza en una obra, no la entregan al primero que aparece o al que más dinero está dispuesto a pagar. Confeccionan una lista de interesados para poder ubicar la pieza en el hogar más prestigioso. Esto es parte esencial del manejo de la percepción que el público tendrá de sus artistas. A diferencia de lo que ocurre en otras industrias, donde los compradores son anónimos e intercambiables, aquí la reputación de los artistas se ve realizada o contaminada por las personas que poseen su obra.

Scott Wright levanta la vista. Son los Rubell. La familia recorre el stand sin detenerse delante de ninguna obra en particular, y luego forma un apretado círculo. Mera está erguida, con las manos detrás de la espalda. Don se encorva con los brazos cruzados sobre el pecho. Jason mira sobre su hombro, después susurra. En otra ocasión, Mera me dijo: “¿Cómo te das cuenta de que tienes que adquirir una pieza? ¿Cómo te das cuenta de que estás enamorada? Si escuchas a tus sentimientos, sencillamente te das cuenta”. Con un estilo más racional, Don agregó:

“Con la gran mayoría de los artistas nos encontramos, porque cuando compras arte joven no puedes juzgarlo sólo por las obras. Tienes que juzgarlo por la personalidad del que lo hace”. Y Mera aportó más detalles: “En ocasiones, conocer a un artista destruye su arte. Es casi como que no confías en él. Crees que lo que estás viendo en la obra es un accidente”. Por último, Don concluyó: “Lo que nosotros buscamos es integridad”. Los tres Rubell espían a su alrededor y conferencian por última vez. Jason se acerca a Scott Wright, le da la mano mientras lo abraza con la otra. Esta conducta puede parecer extraña, pero es típica de quienes no quieren que se sepa dónde radican sus intereses, por temor a atraer competencia y elevar los precios.

La propia Victoria Miro todavía no ha llegado. Una vez oí que un galerista rival se refería a su ausencia como “un acto artístico”. Miro es considerada distante, o incluso tímida, lo cual es inusual en alguien que pone su nombre sobre la puerta de entrada. Ella dice que no disfruta de las ferias, por lo que suele llegar tarde e irse temprano. Como muchos galeristas, cree que su principal actividad debe ser elegir y aconsejar a sus artistas, y ser su curadora. Los coleccionistas pueden ir y venir, pero un fuerte núcleo de artistas con carreras en desarrollo es esencial para el éxito de una galería. En el negocio del arte a nivel museo, la oferta es más delicada e incierta que la demanda.

Scott Wright ve el stand en Basilea como una “publicidad interactiva, que cuesta casi lo mismo que un año de anuncios a página completa en *Artforum*”. En la mesita baja ubicada en el centro del stand hay un ejemplar del extragrueso número de verano. Knight Landesman, uno de los tres directores de *Artforum International*, pasó y lo dejó allí. Mide un metro setenta pero, con su traje amarillo y su corbata a cuadros amarilla y blanca, es imposible pasarlo por alto. Todos sus trajes están hechos por un sastre de Hong Kong en rojo, amarillo, azul marino o estampado escocés. Todo el mundo conoce a Knight. No sólo porque ha trabajado en la revista durante más de treinta años, sino también porque conduce la venta de publicidad como si se tratara de arte dramático. “Hace veinticinco años, la mayoría de las galerías

eran nacionales”, me dice, en sobrio contraste con su indumentaria. “Hoy en día casi no hay un galerista que exponga solamente artistas de su propio país. Significaría que es provinciano y limitado.” Landesman habla caminando, y yo lo sigo. “Últimamente, la globalización del mundo del arte se ha acelerado. Y las ferias de arte nos están resultando muy beneficiosas”, explica. “Por ejemplo, una galería coreana puso un anuncio por primera vez, para anunciar que iba a estar en Basel.” Landesman se distrae con un par de mujeres hermosas; les dedica un momento de apreciación estética y luego concluye: “Tanto Art Basel como *Artforum* fueron proféticas al definirse como internacionales”.

Me encuentro en el stand de otra galería londinense, ubicado en una esquina. En contraste con el puesto de Miro, colorido y pictórico, el de la galería Lisson es despojado y escultórico. Su dueño, Nicholas Logsdail, entró al mundo del arte a través de su tío, Roald Dahl, que solía llevarlo a visitar las galerías de la calle Cork, en Londres, en la década de los cincuenta. El primer estadounidense que Logsdail conoció fue Walt Disney: había ido a la casa de campo de Dahl a comprarle los derechos de *Gremlins*. El imponente galerista estudió como pupilo en Bryanston y más tarde en la Slade School of Fine Art, de Londres. Nunca se viste con ropa llamativa y, a pesar de su fortuna, vive en un estudio sobre uno de los dos locales de su galería. Está fumando un cigarrillo y estudiando una escultura de pared de Anish Kapoor, rojo intenso con un hueco ligeramente descentrado. El puesto está muy concurrido, pero él ignora a la muchedumbre. Deplora a los “coleccionistas apresurados que van a las galerías apresuradas y compran artistas apresurados”. Le gustan los artistas “de combustión lenta, muy buenos, muy serios, que no van por la vía rápida sino que persiguen sus propios intereses artísticos con tenacidad, singularidad y confianza”.

Logsdail abrió su galería en 1967, y en 1972, con veintiséis años, tuvo su primer stand en Art Basel. Desde entonces, no se ha saltado un solo año. “Es casi como ciencia ficción, la sensación de *déjà vu* de estar en una repetición temporal, volviendo al mismo lugar a principios de junio año tras año”, dice. A comienzos de los setenta había sólo

dos ferias con ambiciones internacionales: la de Colonia, que empezó a funcionar en 1969, y la de Basilea. En los últimos quince años, sin embargo, las ferias de arte internacionales han proliferado. Ahora, Lisson participa en un promedio de siete ferias por año, mostrando distintos tipos de obras en distintos lugares: si en ARCO, de Madrid, pone el acento en sus artistas españoles y latinoamericanos, en Miami (donde Art Basel lleva a cabo una feria gemela) promueve la obra de artistas jóvenes estadounidenses. Es tal la cantidad de visitantes en las ferias que el 50 por ciento de las transacciones de la galería se produce a través de estos eventos.

Logsdail distingue entre las galerías y lo que él desacredita como “marchandismos”. Las primeras descubren y desarrollan artistas; los segundos comercian con objetos de arte. “El mundo del arte no tiene reglas”, explica. “Por eso, la longevidad de mi galería se la atribuyo al hecho de que escribí mis propias reglas.” Muchos galeristas exitosos se ven a sí mismos como disidentes. Algunos tienen una orientación artística: por lo general van a la escuela de arte, y abandonan la idea de ser artistas cuando descubren que tienen aptitud para organizar exposiciones. Otros son más cercanos a un coleccionista: suelen empezar de aprendices en Sotheby’s o Christie’s y a menudo empiezan siendo, ellos mismos, coleccionistas. Un tercer grupo podría ser el de los galeristas curadores; estudian historia del arte y se destacan por la justificación académica de la obra de sus artistas. En cualquier caso, no existe un entrenamiento o un título establecido. Cualquiera puede autodenominarse marchante o galerista.

Logsdail me entretiene catalogando los tipos menos creíbles de coleccionistas. “Los especuladores son como adictos al juego. Estudian la forma, leen las revistas, escuchan lo que se dice en la calle, tienen co-razonadas. Nos quejamos, pero el mundo del arte no podría funcionar sin ellos.” Después están los “barcos pesqueros”. “Es como la industria pesquera”, me explica mientras frunce la nariz. “Salen con una gran red, para no perderse nada y poder decir ‘yo estuve ahí, tengo uno, ése lo compré en 1986’”. En contraste, “comprar en profundidad”, o la

práctica de adquirir muchas obras del mismo artista, a menudo se menciona como una manera muy respetable de coleccionar.

“Una colección es más que la suma de sus partes. Crea algo único”, dice Logsdail. Las peores colecciones son desordenadas, inconexas e inconstantes. Las mejores tienen “una fuerza propulsora”. Logsdail se inclina hacia mí y menciona, maliciosamente, el nombre de un coleccionista. “Compra con la entrepierna”, me dice. “No es mi tipo de colección, pero es una gran colección. ¡Muy coherente!”, agrega, con sonrisita suficiente.

Son las 14.00. Hora de encontrarme para comer con una coleccionista italiana. Arriba, en el salón VIP, la horda está resuelta a obtener su sushi ya mismo. Después de levantar el dedo con insistencia y efectuar intensos contactos visuales, finalmente logramos pedir nuestro almuerzo. Sofia Ricci (no es su nombre real) es coleccionista full-time. Pasa sus días en galerías y museos, manejando la llegada y la partida de obras a y desde su colección, resolviendo los asuntos de seguro y conservación. Aun así, como ella y su marido poseen solamente unas cuatrocientas obras importantes (comparado con las miles que poseen otros coleccionistas), y dado que suelen gastar hasta 300.000 euros (y no varios millones) por pieza, no siempre se encuentra en la cima de la jerarquía internacional de coleccionistas.

“¿Cómo estás?”, le pregunto.

“Va *tutto male*”, me responde. “Todo está tan caro y cada transacción es tan desgastante. Hemos comprado buen arte, pero hay un artista —no te puedo decir quién— que realmente queremos comprar. En un stand hay una obra diez puntos, pero está reservada y no sabremos si podemos comprarla hasta las cinco de la tarde. En otro stand hay otra obra suya que es algo así como ocho puntos. Representa un punto en el desarrollo de la obra del artista. Complementaría lo que ya tenemos, pero no es una pieza icónica. El problema es que el galerista de la de ocho puntos nos mantiene la reserva solamente hasta las cuatro de la tarde. Tenemos que aplacar a un vendedor mientras damos prisa al otro. *E terribile!*”

“¿Qué probabilidades tienen de conseguir la obra diez puntos?”, le pregunto.

“Se supone que estamos segundos en la fila. Al galerista lo conocemos hace tiempo”, me dice, apesadumbrada. “Lo único que sé del coleccionista que está delante de nosotros es que tiene su propio museo. Vamos a tener que montar una fundación pública para poder competir por las mejores obras.” Es cada vez más frecuente que los coleccionistas abran sus propios espacios de exhibición. Sus razones oficiales son filantrópicas, pero sus motivos encubiertos tienen más que ver con el marketing. Para que genere consenso, la obra de los artistas vivos necesita ser promocionada. Más aún, los coleccionistas de arte contemporáneo tienen que ser proactivos en el desarrollo del aura de su colección. En nuestra abarrotada cultura multimedia, una colección significativa no surge: se hace.

“¿Por qué coleccionas?”, le pregunto.

“Soy atea, pero creo en el arte. Voy a las galerías como mi madre iba a la iglesia. Me ayuda a entender mi modo de vivir.” Hace una pausa; después, como si estuviera harta de contenerse, agrega en voz baja: “El arte nos apasiona tanto que se ha convertido en una parte más grande de lo que pretendíamos de nuestra cartera financiera. Coleccionar arte es una adicción. Alguna gente puede pensar que soy una adicta al consumo que fue ascendiendo de rango, de Gucci a Pucci y de Pucci al arte, pero para nosotros realmente no es así”.

Cuando Ricci se pone en la cola para recibir su helado y su café de cortesía (no puede esperarse que los coleccionistas lleven calderilla para semejantes nimiedades), yo retomo mi observación participativa. Nadie le presta la más mínima atención a los inmensos collares de diamante bajo el cristal del improvisado local de Bulgari. Las joyas no logran distraer a la incorruptible multitud artística de su objetivo del día. El servicio de jets de tiempo compartido tiene su propio espacio VIP dentro de este espacio VIP. “Es un oasis; no hay cuadros en las paredes”, dice la recepcionista con beatífica sonrisa. Los organizadores de la relativamente nueva y tremendamente exitosa Frieze Art Fair, de

Londres, están de pie en un rincón de la sala. Como yo, parecen estar analizando la escena.

Las 15.30. Regreso a la zona de stands. El estruendo ha amainado. La gente vagabundea, menos estresada. A la distancia, atravesando el largo tramo de alfombra industrial, diviso la blanca y rebelde cabellera de John Baldessari. Se destaca entre los coleccionistas, de manera similar a los personajes bíblicos representados en los retablos, que doblan en tamaño a sus parroquianos. Imagino que interrogan al gran artista sobre el sentido del arte y de la vida. Más tarde me cuenta que había quedado enredado en una sucesión de conversaciones triviales.

Cinco galerías –cada una cubre un territorio geográfico diferente– representan, en la feria, la obra dadaísta de base fotográfica de Baldessari. No obstante, suele decirse que “una feria de arte no es lugar para un artista”. Uno de los chistes que repite Baldessari es que un artista que entra a una feria de arte es como un adolescente que entra en el cuarto de sus padres mientras están teniendo relaciones sexuales. “En las ferias, los galeristas quedan reducidos a mercaderes”, explica Baldessari, “un papel en el que preferirían que no los vieran sus artistas. El gesto de alarma en la cara de los padres quiere decir: ‘¿¡Qué estás haciendo aquí!’”.

Por lo general, los artistas ven las ferias de arte con una mezcla de horror, alienación y diversión. Les incomoda que el duro trabajo en el taller pase a abastecer la voraz demanda, y se estremecen ante la visión de tanto arte acompañado de tan poca charla sustancial. Cuando le pregunto a Baldessari si ha estado en la feria desde el horario de apertura, me responde: “¿Estás bromeando? Ni loco pongo un pie en la feria antes de la hora del almuerzo. Me arrollarían. Un inocente al matadero”.

Anoche, Baldessari tuvo una pesadilla relacionada con la feria y, después de eso, durmió muy poco. En su sueño, estaba aplanado. Se convertía en un retrato de sí mismo, cada parte recortada y pegada una junto a otra. “Recuerdo vagamente que muchos médicos me examinaban. Estaba bajo escrutinio físico y visual”, dice, con su áspera voz. “Nadie decía nada, pero todos me miraban.”

Durante muchos años, Baldessari pudo librarse de la carga de socializar con los coleccionistas. “Yo surgí de una generación en la que arte y dinero no se relacionaban. Después, de un día para el otro, en los ochenta, el dinero entró en escena”, dice. “Antes de eso había muy pocos coleccionistas, así que cuando aparecían, yo reaccionaba. No quería tener esa conexión. Era como ser visto con una puta. Yo quería mantenerme puro. Pensaba: ‘Compras mi arte, no me compras a mí. No quiero ir a cenar a tu casa’.” Respira hondo y echa un vistazo alrededor. “Después, poco a poco, me fui dando cuenta: mmm... ese coleccionista... sabe mucho de arte, no es tan malo. Uno a uno, gradualmente, empecé a entender que no se puede condenar de manera general.” Aun así, el mercado del arte le parece irracional y poco saludable. Cuando se trata de la relación entre valor artístico y valor monetario, “no puedes poner el dinero como índice de calidad. Eso es una falacia. ¡Eso te vuelve loco!”.

Es una de las razones por las cuales Baldessari ha enseñado en escuelas de arte todos estos años. Para él, la docencia ha sido una forma de mantener la independencia del mercado (para “poder cambiar mi arte cada vez que quisiera”) y un medio para poder conocer el futuro a través de las nuevas generaciones (“te guste o no, tienes la posibilidad de conocerlo desde temprano”, dice). Baldessari es inflexible en cuanto a preservar su autonomía artística; si haces lo tuyo, puedes estar un paso adelante del mercado. Como les dice a sus alumnos cuando atraviesan malos momentos: “Tienen que hacer trabajo nuevo para vender el viejo”.

Mientras Baldessari se aleja por los pasillos, me topo con un curador estadounidense. Está actuando como caja de resonancia para los miembros del consejo de su museo, y controlando quién compra qué, ya que las obras que se compran hoy aquí podrían, a la larga, ser dadas en préstamo o donación al museo. También intenta mirar la obra expuesta; tanto como para poder responder, esta noche en la recepción que da el museo, la recurrente pregunta: “¿Qué cosas viste? ¿Qué vale la pena ver?”. Por lo general, los galeristas les prestan especial atención a los curadores; hoy, sin embargo, el foco está en los coleccionistas. Como

explica el curador, “por un sentido de cortesía, el primer día trato de no imponerme, salvo que esté negociando un descuento para alguno de los miembros del consejo. Es una feria de seis días; tendré mis conversaciones con los galeristas mañana o pasado mañana”.

Son casi las cinco de la tarde. A esta altura estoy sobrerrefrigerada por el bien acondicionado aire de la feria. Tengo sed, y me pesa la cartera. Me atrae un gran autorretrato de Sophie Calle. En la foto, en blanco y negro, está ella de pie en la terraza de la Torre Eiffel, en camisón, con una almohada colocada detrás de la cabeza. La obra se llama *Room with a View* (Cuarto con vista) y hace referencia a una noche que Calle pasó sobre el famoso monumento parisino, durante la cual veintiocho personas le leyeron cuentos “de antes de irse a dormir”. En este momento, estoy desesperada por entrar en su espacio ficticio. ¿Es una imagen increíble, o me fascina porque es un bálsamo para la confusión de estímulos visuales e interacción social que produce la feria? No estoy segura; tengo fatiga de feria.

Reboto a la deriva alrededor de los stands hasta que aparezco en el puesto de Blum & Poe. Los dos se han acicalado para el gran día. Blum se ha puesto una serie de rimbombantes prendas hechas a medida por diseñadores italianos, sin corbata. Poe lleva un traje a rayas finas de Hugo Boss y zapatos de gamuza marrón, sin corbata. Mientras Blum conversa con Michael Ovitz, coleccionista y agente de Hollywood, Poe se me acerca y me dice que han vendido todo.

“¿Quién compró el cuadro de Takashi Murakami?”, le pregunto.

“No puedo decirlo”, replica con firmeza.

“Entonces dime por cuánto”, trato de sonsacar.

“Un millón doscientos, pero oficialmente uno cuatrocientos”, dice, retorciéndose las manos con fingido regocijo. Aquí la discrepancia entre el precio real y el precio para relaciones públicas no es más que un respetuoso embellecimiento, comparada con las flagrantes mentiras de otros galeristas. Charles Saatchi, por ejemplo, ha manipulado percepciones hasta lograr poner en los titulares de los diarios a ciertos artistas, inflando así los precios de a millones. Cuando vendió *The Physical*

Impossibility of Death in the Mind of Someone Living (La imposibilidad de la muerte en la mente de alguien vivo, conocido también como “el tiburón”), de Damien Hirst, un “portavoz del señor Saatchi” dijo que se había recibido una oferta por doce millones de dólares, cuando en realidad el trato se cerró por sólo ocho millones. Veo a Saatchi con el rabillo del ojo: una camisa de lino de mangas cortas cubre su bien alimentada barriga; camina con las manos en la espalda mientras su mujer, Nigella Lawson —chef estrella y “diosa doméstica”—, sonrío profesionalmente ante un cuadro que parece haber sido hecho con demasiados ingredientes.

“Necesito una cerveza”, anuncia Poe. Justo en ese momento oímos un tintineo de vasos. Dobla la esquina una camarera de negro con delantal blanco, empujando un carrito de champán. “Con eso me arreglo.” Sonríe y toma una botella de Moët con cuatro copas. Nos sentamos en el escritorio al frente del stand.

Ante la pregunta de qué define a un buen marchante, Poe se reclina y piensa unos momentos. “Hay que tener ojo, una capacidad casi erudita para reconocer que cierta obra es sintomática de un artista con real inteligencia, originalidad e impulso.” Mientras que los artistas tienden a ser críticos de la noción de “buen ojo”,* los marchantes y los coleccionistas, por lo general, la veneran. La expresión, definitivamente singular, evoca a un experto con monóculo o un cíclope de infalible instinto. Mientras que su opuesto, “buen oído”, es menospreciada por depender de la opinión de los otros, un buen ojo sirve para reconocer algo inefable, para elegir a los mejores artistas y, de entre las obras de esos artistas, los mejores trabajos. “Después, hay que quedarse junto a los artistas que se eligen”, continúa Poe. “Mirar el horizonte, señalar al genio y lograr que todos los demás asientan, estén de acuerdo.” Se queda contemplando su copa de champán, como si pudiera leer las bur-

* El artista Dave Muller, por ejemplo, me dijo: “Prefiero la expresión ‘pésimo ojo’, que es cuando alguien siempre elige la obra incorrecta. La postura del ‘formagustos’ me despierta escepticismo. Es como adivinar la suerte, tratar de reconocer qué va a ser significativo antes de que lo sea”.

bujas a la manera de las hojas de té; después levanta la vista: “También hay que tener un buen sentido comercial. Si dos más dos te dan tres, estás jodido”. Con respecto a la venta concreta de las obras, Poe agrega: “Tienes que armar el cuento. Producir historias y argumentación. El mercado es demente: no está regulado pero está repleto de pretensiones en cuanto a cómo se supone que nos hemos de comportar”.

Poe cree que una feria de arte puede ser un entorno difícil para un artista. “Si realmente es bueno se dedica al arte porque tiene que hacerlo”, dice. “No lo hace para agradecerle al mercado. Así que, para algunos artistas, andar por aquí puede ser un poco enloquecedor. Además, hay que admitirlo: éste no es el mejor lugar para mostrar la obra. Aquí las notas más sutiles de una obra de arte quedan ahogadas por la cacofonía.” Poe ahoga una risita. Impresionado por su propia metáfora musical, le da otra vuelta de tuerca: “Esto es como un concierto de free jazz con un mono borracho en la mesa de sonido”.

Nos interrumpe un coleccionista alemán con una pregunta urgente sobre una pintura abstracta de Mark Grotjahn. Mientras Poe se hace cargo de la situación, yo saboreo el problema. Los galeristas son intermediarios. Les gusta supervisar el contacto directo entre artistas y coleccionistas, pero se angustian ante la posibilidad de un encuentro fortuito entre sus artistas más lucrativos y algún marchante rival que pueda estar tratando de pescarlos. En este sentido, las ferias son peligrosas. Además, sigue existiendo una antítesis ideológica entre arte y comercio, aun cuando ambos están inextricablemente entrelazados y los artistas hacen del mercado una parte manifiesta o irónica de su actividad. En un mundo donde la habilidad técnica ya no es criterio dominante para juzgar el arte, el carácter del artista es especialmente valorado. La percepción de que un artista trabaja simplemente para proveer de obras al mercado compromete su integridad, por lo tanto el mercado pierde confianza en su trabajo.

Poco a poco el stand se ha ido llenando y, de pronto, está atestado. Blum mira a Poe, exasperado, como diciendo: “Levántate y ven a echarme una mano”. Estoy a punto de irme cuando veo a David Tei-

ger, el coleccionista que “olía el perfume” en el remate de Christie’s. Teiger me dice que ha terminado sus compras del día, su consultor se ha ido con otro cliente y su novia, que sé que es rubia y tiene la mitad de su edad, no llega hasta mañana. Necesita compañía. Admite haber sido el propietario del 727 original de Murakami, que luego donó al MoMA. Vamos a la planta baja, a visitar las galerías más caras.

Teiger colecciona arte, intermitentemente, desde 1956, y ha desarrollado un ojo clínico. “Están los estudiosos y están los eruditos”, explica. “A los primeros les gusta el arte contemporáneo, les gustan los artistas vivos, el arte de su época. A los segundos les gusta el arte del pasado.” Ahora que se acerca a los ochenta quiere, más que nunca, mantener viva la mente, y el arte emergente satisface ese deseo. Teiger posee cierta humildad gentil. “Soy sólo una persona rica común y corriente”, dice. “Estos jóvenes billonarios con sus jets privados... son de otra liga. Ahora mi ‘dinero nuevo’ es ‘dinero viejo’, lo que hoy en día significa ‘menos dinero’.” Se ríe. Teiger describe su colección como “optimista” y despliega una extrema modestia cuando dice: “No sé si lo que tengo es una colección. Tengo un montón de cosas”.

Su broma delata una ansiedad profundamente arraigada, compartida por muchos coleccionistas. Más gente que nunca está comprando arte, y hay muchas posibilidades de que la mayor parte de ese arte sea históricamente intrascendente. Podrá ser personalmente significativo, inteligente, incluso edificante, pero a largo plazo muchas de estas colecciones terminarán luciendo como las harapietas sedas de una era pasada o los restos arqueológicos de un antiguo montón de basura. No serán decisivas ni influyentes. No habrán modificado nuestra visión del arte.

En cada stand al que entramos, los galeristas corren a recibir a Teiger. A una hora del día en que muchos están exhaustos y apenas tienen energía para responder preguntas, es gracioso verlos de pronto tan vitales. Teiger siempre encuentra algo halagador para decir. Incluso en un stand sin grandes atractivos, felicita al galerista por las vitrinas de exhibición. Parece haber un afecto genuino entre él y estos galeristas, aun si hoy no les ha comprado nada. Todos le agradecen que visite su

stand. Para mí, la situación es menos cómoda. Teiger se comporta como un caballero y me presenta con nombre y apellido. Los galeristas son extremadamente atentos, pero es obvio que piensan que soy su nueva amiguita. En un momento, un marchante neoyorquino de edad avanzada le susurra algo al oído. No escucho lo que dicen pero, por cómo se miran y cómo me miran, me doy cuenta de que el marchante le pregunta algo así como: “¿Es la última adquisición de tu colección?”.

El teléfono de Teiger suena sinfónicamente. Lo llama la jefa de curadores de un importante museo estadounidense. Tiene con ella una charla larga y afectuosa. Le informa de sus actividades pero no busca explícitamente aprobación. La provoca sobre la misteriosa adquisición que ha hecho hoy: “Si no te gusta —y aquí murmura un nombre—, lo querrá”. (La persona mencionada es el curador de una institución rival y más audaz, con una excelente colección de arte de posguerra.) Después de esa llamada, Teiger tiene una larga conversación con otro curador de un importante espacio público que ha atravesado momentos difíciles. Es obvio que le encantan estas relaciones. Disfruta de ser un jugador en el juego de poder que es el arte, particularmente a este nivel, donde un patrocinio es capaz de influenciar la conciencia pública. Mientras guarda su teléfono, admite con sonrisa diabólica: “Mi objetivo es comprar obras por las que los grandes museos babeen”.

Presiono a Teiger para que me muestre su recién adquirida obra maestra. Atravesamos un pasillo, doblamos en una esquina y ¡chachán!, se alza ante nosotros. Una escultura de acero de casi 4 metros de altura, con un acabado dorado. *Elephant*, de Jeff Koons. Parece un enorme número 8 con corona fálica. Podemos ver nuestro reflejo en su lustroso acabado; si damos un paso atrás, toda la feria parece ser una burbuja de oro. Una niña de siete u ocho años se ve reflejada en la escultura, se detiene y saca la lengua. Frunce el ceño. Hace crujir los dientes, ensancha las aletas de la nariz, alza y baja las cejas y finalmente sale corriendo para alcanzar a sus padres.

Son las 20.00. Menos de una hora para que cierre la feria. Entre los agotados compradores que arrastran los pies hacia la salida princi-

pal, un vaquero solitario camina con paso ágil. Sandy Heller me saluda con un teléfono en una mano y un mapa de la feria en la otra. El consultor de arte —treinta y cuatro años, camisa de cuello abotonado colgando fuera del pantalón, mangas enrolladas hasta el codo— me dice triunfal: “Parece que nos vamos como con cuarenta piezas”. Heller maneja las colecciones de seis administradores de dinero de Wall Street, varios de los cuales son billonarios. Todos tienen entre cuarenta y cincuenta años. “Son hombres de familia”, dice Heller. “Todos se conocen y se respetan entre sí. Algunos son buenos amigos.” Aunque no quiere entrar en detalle, porque eso violaría sus rigurosos acuerdos de confidencialidad, es bien sabido que uno de sus clientes es Steve Cohen, cuya colección de arte, de 500 millones de dólares, incluye el tiburón de Damien Hirst. Según la revista *Business Week*, la empresa de fondos de inversión de Cohen “habitualmente representa el 3 por ciento de las transacciones diarias de la Bolsa de Valores de Nueva York”, y su doctrina es “conseguir la información antes que ningún otro”.

Le pido a Heller que me cuente su día.

“Mi día empezó hace seis semanas. Ni te imaginas lo que he trabajado para Art Basel. Tengo cuatro personas en la oficina. Todos estamos trabajando como locos para la feria. Todos los días al teléfono, consiguiendo información, tamizándola, después pasándosela a nuestros clientes”, me dice. “Así que esta mañana vengo con mi listita. Doy vueltas por todas partes y digo: ‘Bueno, esto lo compramos, esto no, esto lo compramos, aquello no’. No compramos nada sin verlo personalmente. Lo mejor de una obra no se suele ver en JPG...Y además me aterra que algo no esté en buenas condiciones.”

Encontramos un lugar donde sentarnos. Heller se inclina hacia delante, con los codos apoyados en las rodillas, como un jugador de baloncesto en el banquillo. “Por la tarde se pueden tener conversaciones más complicadas”, continúa. “Galeristas que respeto y que no me conocen... voy y les digo: ‘Mire, soy un ser humano y represento a estos clientes. No andamos revolviendo cosas. No somos especuladores.’” Los gerentes de fondos de inversión son relativamente nuevos

en el mundo del arte, por lo que algunos temen que estén comprando arte como si fueran acciones, con ojo lucrativo. Otros sostienen que están por encima de esas cosas, que un industrioso billonario no tiene necesidad de hacer unos pocos millones más a través del arte. “Lo que los lleva a coleccionar es la curiosidad por una vida más plena”, dice Heller. “Y hoy en día, en los Estados Unidos, es lo que haces si tienes dinero, como ha sido para los europeos desde hace décadas.”

Suena su teléfono. “Espera un segundito. No te muevas”, me ordena. “¡Hola!”, le dice cálidamente al que llama. “Takashi les dio una obra maestra para marcar su regreso a la feria”, alcanzo a oír que dice mientras se aleja para hablar en privado. Lo veo caminar para un lado y para el otro. Hacia el final de la conversación, regresa lentamente.

“¡Compraste el Murakami!”, lo increpo.

“¡Sin comentarios!”, me responde, con agresividad. Se le nubla el rostro, luego vuelve a iluminarse. “Lo único que puedo decir es que quedaron todos anonadados con ese nuevo cuadro de 727. En general no se ve material original así de bueno en una feria de arte. Están todos hablando de eso. El precio es un poquito pesado. Tal vez lo vale.”

Heller me cuenta que trabaja con honorarios anuales fijos y no por comisión. “La consultoría tiene el potencial de volverse un asunto mezquino”, dice. “La perspectiva de la gente para la que trabajo... si les aconsejo que se la jueguen por una pintura de veinte millones de dólares, va a haber cierta duda si me quedo con un porcentaje del precio de compra. Es un conflicto de intereses inherente al negocio.”

La gente que sale de la feria se ha convertido en multitud. También nosotros nos levantamos y enfilamos hacia la puerta. “¿Quieres saber la diferencia entre un gran marchante y un gran consejero?”, me pregunta Heller. “Un gran marchante hace un buen trabajo para el coleccionista pero un gran trabajo para los artistas. Un gran consejero hace un buen trabajo para los artistas pero un gran trabajo para el coleccionista.” Heller se guarda el mapa de la feria en el bolsillo. Delata un carácter combinado: gallito e inseguro al mismo tiempo. En otros tiempos, a los consultores se los contrataba, principalmente, por su conocimiento de

la historia del arte. Ahora su responsabilidad es negociar la transacción dificultosa. Facultados, por un lado, por la confianza, y por el otro por una sólida red de contactos, los consejeros de este nuevo mundo del arte suelen encontrarse en una situación agotadora, donde la clave es la velocidad y no la contemplación. Para Heller, las recompensas son únicas y obvias. “El dinero es un subproducto”, afirma. “Se trata de ser parte de los legados que estoy ayudando a construir.”

El refrescante aire del atardecer nos da en la cara cuando abrimos las puertas de la Messe. Heller se despide y yo me quedo un rato a observar a la exhausta concurrencia. Quieto, de pie y como perdido entre el éxodo está Jeremy Deller, artista británico ganador del Premio Turner, muy admirado por los curadores. Ha venido a instalar su habitación en Arte Ilimitado, y se ha quedado para el primer día de feria. Tiene el cabello por los hombros, unas sandalias enormes con calcetines de color blanco brillante y una chaqueta de pana roja. Salvando la remota posibilidad de que sea un excéntrico curador de izquierdas que ha tenido la desgracia de perder su equipaje, Deller se anuncia como artista de pies a cabeza.

“¿Tuviste un buen día?”, le pregunto.

“Ha sido un día extraño, flotando de un lado para el otro”, me responde. “Es caótico, confuso. La cantidad de arte que hay en el mundo es un poquito deprimente. La mayor parte parece arte pero no lo es. Son cosas hechas con cinismo para una cierta clase de coleccionista. A mí no me motiva mucho la cosa económica. Si me motivara, no estaría haciendo lo que hago. Mi arte es mayormente invendible.” Para los artistas que no hacen objetos fácilmente comercializables —porque son efímeros, invisibles o puramente conceptuales—, los patrocinadores primordiales suelen ser las instituciones públicas. Después de un día abrumador en una feria de arte, muchos aficionados sólo anhelan una bien planeada exposición en un museo.

Capítulo 4

El Premio

Son las 9:30 de la mañana del primer lunes de diciembre. La Tate Britain —el museo Tate original, ubicado río arriba respecto de su hermano más joven y más sexy, la Tate Modern— no abre al público hasta dentro de media hora. Dentro, en una ampliación hecha en los setenta sobre el edificio victoriano original, sir Nicholas Serota —director del museo— y los miembros de su jurado realizan una última y determinante visita a las muestras de los cuatro finalistas del Premio Turner, el concurso de arte contemporáneo más famoso del mundo. Los jueces no hablan mucho entre sí. Contemplan las obras y examinan sus propias opiniones. Más tarde, uno de ellos me confiesa que alterna entre esforzarse por tener la mente abierta y ensayar argumentos a favor de su preferido. ¿Cómo se hace para comparar manzanas, naranjas, bicicletas y portabotellas?

Fuera, una estatua de Britannia domina la fachada neoclásica de la Tate. Con un casco en la cabeza y empuñando un tridente, ¿quién diría que lo suyo es el arte contemporáneo? Varios metros debajo de su fiera mirada, en los escalones de piedra del museo, Phil Collins, un videoartista, fuma un Benson & Hedges. Se enteró de que estaba nominado en un teléfono público del metro de Brooklyn. “Me sobresalté terriblemente”, dice Collins. “El Premio podía llegar a ser un escenario para el escarnio; podía pasar que hiciera el ridículo a lo grande. Me imaginé una escena como de una película de Brian De Palma. Me sentí como Carrie, cubierto de sangre de cerdo.” Collins tiene treinta

y seis años y un corte de cabello asimétrico tipo new wave. Usa ropa de segunda mano, cuidadosamente escogida. “Me llevó una semana aceptar la nominación. Tuve que pensar mucho en las bondades y las amenazas de la exposición pública.” Agita el cigarrillo en el aire. “Claro que Carrie, cuando está cubierta de sangre, cierra las puertas del gimnasio y mata a todos. Así que... no todo es malo.” Collins es impasible. Espera cinco segundos, después arquea las cejas y sonríe. Da tres rápidas caladas, tira la colilla, la aplasta con el pie y me dice: “Me tengo que poner a trabajar”.

A las diez en punto, cuando los visitantes empiezan a atravesar la entrada principal, el jurado del Premio Turner se sienta en una sala de sesiones normalmente utilizada para las reuniones del consejo. Hoy deben determinar quién es el ganador. Esta noche, a uno de los artistas una celebridad le entregará un cheque por 25.000 libras en una ceremonia televisada a todo el país. Algunos presentadores de años anteriores fueron Brian Eno, Charles Saatchi y Madonna, que se distinguió por gritar “¡Hijos de puta!” por televisión en vivo. Esta noche, la presentadora será Yoko Ono. Los tres finalistas no ganadores se sentarán a un lado, tratando de poner cara de contentos, y recibirán un premio de consolación de 5.000 libras cada uno.

La Tate introdujo el Premio Turner en 1984, y su historia está, en parte, en los titulares de los diarios. En 1995 Damien Hirst resultó ganador, y fue noticia en varios continentes por una escultura en la que una vaca real y su ternero, bisecados de la cabeza a la cola, eran expuestos en cuatro tanques de formaldehído. La obra se llamaba *Mother and Child, Divided* (Madre e hijo, divididos). En 1999, Tracey Emin recibió tanta atención mediática por su pieza —una instalación que incluía su propia cama sin hacer, cubierta de ropa interior manchada de sangre, profilácticos y botellas de bebidas alcohólicas vacías— que mucha gente cree que en efecto ganó el Premio, cuando sólo fue una de las finalistas. Y en 2003 Grayson Perry, cuyo medio principal es la cerámica, y que gusta usar vestidos propios de un niño victoriano, recibió su premio con las palabras: “¡Ya era hora de que un alfarero travesti ganara el Premio Turner!”.

En los últimos años, se ha puesto tanto énfasis en el arte actual que ya nadie espera que la historia tome decisiones en cuanto a qué es grandioso, bueno o simplemente competente. En la narración de una carrera ideal, que comienza con la graduación en una buena escuela de arte y culmina con la retrospectiva individual en un museo importante, los premios son significantes puntos argumentales: clarifican el valor cultural de un artista, otorgan prestigio y señalan el potencial de grandeza duradera.

Mientras que la mayoría de los premios de arte son poco más que una línea en el currículum vitae de un artista, el Premio Turner es un evento nacional; la gente toma partido, discute sobre el concurso y hasta apuesta sobre quién va a ganar. El proceso es el mismo cada año. En mayo, un jurado de cuatro miembros, presidido por Serota, preselecta cuatro artistas. Los artistas tienen que ser menores de cincuenta, vivir en Gran Bretaña y haber llamado la atención del jurado con una exposición sobresaliente en algún momento del año anterior. En octubre, cada uno de los nominados inaugura una muestra en el gran salón de la Tate Britain. Ocho semanas después, por lo general el primer lunes de diciembre, el jurado se vuelve a reunir y elige al ganador.

Este año, los nominados al Premio Turner son muy diversos. Además de Phil Collins, el videoartista, están Rebecca Warren, una escultora, Tomma Abts, una pintora, y Mark Titchner, un artista que trabaja con varios medios. Una mañana de octubre, varias docenas de periodistas y fotógrafos concurren a la presentación para la prensa de las muestras del Premio Turner. La sala de Rebecca Warren contenía tres tipos de esculturas: figuras de bronce en diversas posiciones, formas de arcilla sin cocer y unos exhibidores con partecitas de desechos, entre ellos un hueso de cereza y una bolita de algodón usado. Las esculturas en bronce eran como Giacomettis después de una buena comida, un porro y una inyección de libido. Las piezas en arcilla tenían un aspecto más de preescolar que de escuela de arte.

Una menuda curadora —con tejanos negros de tiro bajo que dejaban al descubierto unos centímetros de abdomen— proporcionaba

información sobre la obra de Warren: “Estas aproximaciones femeninas encarnan una creatividad desatada y exuberante. Se deleitan en la distorsión y la degradación”. Dijo también que entre las influencias de Warren estaban Robert Crumb, Edgar Degas y Auguste Rodin. Los periodistas no se lo tragaban. Se resistían a la ausencia de destreza técnica. “¿Arcilla sin cocer?”, murmuró un periodista. “¿Es a medio cocer o totalmente cruda?” A un presentador de la BBC 4 le mencioné una memorable exposición de la obra de Warren en la galería Saatchi: una gran sala llena de figuras femeninas sin cabeza, con tetas y culos descomunales. Su rápida réplica: “Pero estas cosas son puro codo y cadera”. Sugerí entonces que Warren había realizado todo un nuevo cuerpo de trabajo para esta exposición, por lo que tal vez había que darle un poquito de tiempo. “Me voy acostumbrando, igual que uno se acostumbra a un dolor de cabeza”, respondió.

Vender a precios altos y ganar premios son dos de las cosas más dignas de interés periodístico que un artista puede hacer; hechos concretos en una vida de logros relativamente no cuantificables. En Gran Bretaña, además, la prensa nunca se cansa de preguntar: “¿Esto es arte?”, y es incapaz de resistirse a los chistes de índole sexual. De modo que, en la muestra de Warren, los fotógrafos se animaron un poco al descubrir cierta sugerencia de pechos y, mejor aún, pezones erectos sobresaliendo de los montículos de arcilla gris. Los cronistas, sin embargo, parecían malhumorados. Les habían informado que ni Warren ni la otra nominada mujer, Tomma Abts, querían conceder entrevistas. Yo ya había tenido una conversación con el galerista londinense de Warren, que me había dicho que podía hablar con ella “siempre que fuera totalmente off the record”. Lamentablemente el “sí” pasó a ser un “vamos a ver”, para finalmente convertirse en un “lo siento”. Llamé a un conocido, amigo cercano de Warren, para ver si podía interceder a mi favor, y me dijo: “No necesita hablar contigo. ¡De todas formas va a ganar!”.

El Premio Turner consagra y profana al mismo tiempo. Para muchos artistas, la oportunidad de exponer en las veneradas salas de la Tate Britain, en una muestra que convoca a cien mil personas que

pagan entrada, es demasiado tentadora como para dejarla pasar. Para otros, el brutal escrutinio, la posibilidad del daño público y/o las concesiones ideológicas son demasiado grandes, de modo que a la sombra del Premio se ha ido acumulando una hilera de *refuseniks*. Este año, por ejemplo, una pintora escocesa de veintinueve años llamada Lucy McKenzie rechazó la nominación. McKenzie ha trabajado como modelo porno y su obra es, a veces, sexualmente explícita (uno de sus cuadros la muestra tomando un tazón de sopa debajo de un dibujo enmarcado de una mujer masturbándose); sin duda, las revistas sensacionalistas habrían mostrado gran interés. Según una amiga, McKenzie no estaba dispuesta a “comprometer el diálogo flexible y crítico alrededor de su trabajo”.

La obra de Phil Collins forcejea con los temas mediáticos, por lo cual, a pesar de la ansiedad que le produjo inicialmente la nominación, consideró que el Premio podía llegar a ser una plataforma ideal. Pocos días después de la presentación para la prensa, iba siguiendo a Collins por la Tate. En un momento asomó la cabeza en la sala 28 de la colección permanente, donde dos pantallas de vídeo reproducían una obra suya de 2004, *They Shoot Horses*. El vídeo muestra a nueve jóvenes palestinos en un maratón de baile en Ramallah. Los jóvenes se menean y se retuercen, de vez en cuando hacen la danza del vientre, y finalmente arquean y arrastran sus cuerpos cansados al ritmo del cancionero pop internacional, con letras como “déjame libre, nena, por favor”.

Collins siguió su camino, atravesó las magníficas Duveen Galleries y continuó en dirección a las salas del Premio Turner, hasta que se cruzó con una guardiana del museo. “Hola, cariño. ¿Hoy dónde estás?”, le preguntó. La mujer, de sesenta y pico, con la camisa color borgoña del museo y falda negra, respondió con acento de vieja londinense: “Por la mañana en la sala dieciséis, pero por la tarde supongo que en la veintiocho”. Suele estar en la puerta de *They Shoot Horses*, y le cuenta a Collins las reacciones del público. Al exhibirse en una sala a oscuras, la obra parece alentar la subversión del comportamiento de museo. La gente no sólo mira el vídeo; baila, canta, se echa en el suelo, se sienta y

solloza, hasta se da besos de lengua. “Ayer vinieron unos estudiantes”, le dijo la mujer. “Querían saber por qué bailaban tan mal.”

Collins siguió atravesando salas hasta llegar a su “oficina”, instalada como parte de su muestra para el Premio. Desapareció por una puerta oculta y emergió del otro lado de un gran panel de vidrio, en una especie de cuarto de operaciones lleno de computadoras y teléfonos, con alfombra color rojo coral y paredes color melocotón. Allí estaba su equipo de Shady Lane Productions, investigando para un vídeo llamado *Return to the Real*, sobre personas que se arruinaron la vida después de aparecer en reality shows televisivos. Una mujer atendía llamados en una línea especialmente instalada por Collins para asistir a las víctimas. Otra recortaba un artículo del diario, mientras una tercera fruncía el ceño ante una pantalla de ordenador. Fue la primera vez en la historia del Premio que un artista trasladó su estudio al museo. La gente que asiste a los museos puede ver muchísimo arte, pero rara vez ve a un artista trabajando, y este espacio trastocó las expectativas de ver un taller salpicado de pintura. Collins se dio vuelta e hizo un gesto divertido a los espectadores; después me indicó que fuera hacia una ventanita corrediza, como las que puede haber en las salas de espera de los consultorios. Asomó la cabeza. “Normalmente no podría pagar un inmueble de este tipo. Estoy instrumentalizando el Premio, usando el espectáculo para realizar una obra.” Ahogó una risita y agregó: “Necesitaba ser víctima de mi propia lógica, así que aquí estoy: un mono en el zoológico”.

Algunos días después nos encontramos en un pub, debajo de un teatro de la calle Charing Cross. Se respiraba una mezcla de desodorante con el humo de un siglo. Un ambiente tranquilo, pero poblado de personajes para quienes la vida era, obviamente, un escenario. Encendí mi grabador digital y le pedí a Collins que dijera cualquier cosa, para verificar el volumen de la grabación. “Mi nombre es Phil Collins; no el, sólo un”, dijo. “Eso es lo que tengo que decir todo el tiempo. Si llamas para pedir un taxi o una pizza y dices que te llamas Tina Turner te dicen: ‘Sí, claro, por qué no te vas a la mierda’. Es como una maldi-

ción.” Collins encendió un cigarrillo y se reclinó en su asiento. Acababa de llegar de una entrevista preliminar con un personaje de reality show; una mujer que, después de aparecer en *Intercambio de esposas*, se enteró de que a su hijo le pegaban en el patio de la escuela.

Collins está fascinado con la supervivencia y lo que él llama la “belleza específica de la gente que vive en situaciones de horror”. Aunque oficialmente vive en Glasgow con su novio y su dálnata, pasa la mayor parte de su tiempo viajando a ciudades destruidas por la guerra (Belfast, Belgrado, Bogotá, Bagdad) y haciendo elaborados vídeos con la gente de cada lugar. En *Baghdad Screentests*, por ejemplo, hombres y mujeres iraquíes se sientan frente a la cámara; se inquietan, coquetean, miran fijo. El vídeo se grabó antes de la invasión de 2003, y ahora es imposible mirarlo sin preguntarse qué ha sido de los participantes.

Collins pidió copas para los dos, pero después se dio cuenta de que no tenía efectivo. No tiene tarjeta de crédito ni teléfono móvil. Jamás ha conducido un coche y, hasta el año pasado, no tenía lavadora. Aunque su arte se basa en su extrema sociabilidad, Collins no conoce muchos artistas y raramente va a “exhibiciones privadas” (el término británico, bastante cerrado, para denominar las inauguraciones). “La escuela de arte me resultó liberadora, pero el mercado del arte... ¿existe algún lugar donde uno pueda sentirse más pequeño? Es el único lugar donde puedes dar bebida gratis y que no venga nadie.” Collins hundió el mentón entre las manos; tanto, que se le estrujó la cara. “No soporto cuando alguien dice: ‘Tengo que hacer arte sí o sí’”, me dijo. “Es muy privilegiado poder decir una cosa así.” Collins me dijo que no sentía mucha competencia con respecto al Premio. “No tengo interés en empujar para situarme el primero de la fila. Prefiero que algún otro se baje del tren antes.” Se quedó contemplando un desgastado cenicero de cristal, después levantó la vista. “De todas maneras, prefiero no reconocer las reglas del juego. ¿Arte premiado? La categoría no se aplica. Puedes encontrar una gran obra de arte en alguien que se cae en el supermercado. Ese puede ser el encuentro visual más extraordinario de tu día.”

Ubicada junto a la Tate Britain en un edificio de ladrillo rojo llamado The Lodge, la oficina de Nicholas Serota es eduardiana por fuera y modernista por dentro. En el centro, a modo de escritorio, hay una mesa de Alvar Aalto cubierta de una cuidada parrilla de delgados documentos. Es evidente que no permite que el papel se apile. En la pared derecha hay estantes con coloridos libros de arte, y a la izquierda hay ventanas a través de las cuales se ven las escalinatas del frente del museo y, alzándose sobre ellas, el altivo perfil de nuestra señora Britannia.

Serota llegó un poco tarde a la cita conmigo; venía en un catamarán por el Támesis desde la Tate Modern. Su asistente salió a ofrecerme un té. Me dijo que era encantador trabajar para Nicholas Serota. No se lo llama “señor” porque fue nombrado caballero en 1999; los tabloides lo llaman “Sir Nick”. A la gente del mundo del arte le gusta referirse a los poderosos del ambiente como si tuviera gran familiaridad con ellos, los conozca personalmente o no. Así, se oye nombrar a Damien (Hirst), Larry (Gagosian) y Jay (Jopling, dueño de la conspicua White Cube Gallery). En Londres, Serota posee el nombre “Nick”, mientras que a otros Nicholases se los suele nombrar por sus apellidos (por ejemplo, Nicholas Logsdail, el dueño de la Lisson Gallery, es conocido como “Logsdail”).

Hijo de un ministro de Trabajo, Serota estudió economía e historia del arte en Cambridge, y luego escribió su tesis doctoral sobre el pintor J. M. W. Turner (epónimo del Premio) en el Courtauld Institute of Art. Fue nombrado director en 1988, cuando el museo no era mucho más que un magnífico fortín del patrimonio nacional. Hoy en día encabeza un emporio de cuatro museos: Tate Modern, Tate Britain, Tate Liverpool y Tate St. Ives. Con más de cuatro millones de visitantes anuales, la Tate Modern es la atracción turística más popular de Londres y el museo de arte moderno más visitado del mundo. Los casi dos millones de visitantes de la Tate Britain también le aseguran un puesto respetable en los rankings mundiales. (En 2005-2006, por ejemplo, el MoMA de Nueva York tuvo 2.670.000 visitantes, el Pompidou de París, 2.500.000 y los Guggenheim de Nueva York y Bilbao, 900.000 cada uno.)

Serota aparece en la oficina con doce minutos de retraso. “Mil disculpas”, dice, con tono vigoroso. “Estaba haciendo un recorrido con coleccionistas norteamericanos. Llegaron tarde y me retrasaron a mí.” Serota tiene su reloj diez minutos adelantado (es un reloj pulsera oficial de los Ferrocarriles Suizos, que usa desde hace veinte años). Es alto y flaco. Su boca hace pensar en la expresión “labios apretados”. Siempre lleva traje oscuro y camisa blanca. En esta ocasión se puso una corbata color verde espárrago. Desaparece un momento y regresa sin la americana. Toma asiento y se arremanga con meticulosidad. Vamos directo al grano.

Mi larga lista comienza con una pregunta sobre el poder de la Tate para legitimizar artistas. Respecto del Premio Turner, la potente lista de ganadores previos funciona como respaldo a los nuevos nominados, pero Serota se mantiene cauteloso. “Ningún premio tiene carácter sacrosanto”, me dice. “Sólo transmitirá una sensación de autoridad mientras les sea otorgado a artistas que gocen de buena reputación o que en un tiempo relativamente corto demuestren tener méritos que tal vez la gente aún no había reconocido. Siempre depende de la última edición.”

La competencia entre artistas es casi tema tabú dentro del mundo del arte, y Serota admite que concursos como el Premio Turner son “injustos al hacer diferencias entre artistas de muy diversa índole”. Se supone que los artistas tienen que encontrar su propio camino, crear sus propias reglas y competir con ellos mismos. Si desarrollan la costumbre de estar mirando alrededor, corren el riesgo de perder originalidad. Pero si ignoran por completo el universo jerárquico dentro del cual operan, el peligro es que queden fuera, como outsiders, atrapados en la ciénaga de su propia conciencia, demasiado idiosincráticos como para ser tomados en serio*. “Pocos artistas disfrutan de la competencia directa”, dice Serota. “Los artistas luchan por

* La expresión “outsider art” o “naive art” (arte outsider, arte ingenuo) se refiere, por lo general, al arte producido por los internos de un psiquiátrico, por débiles mentales o artistas autodidactas que han tenido poco o ningún contacto con instituciones artísticas.

expresarse, y para eso necesitan una enorme cantidad de confianza en sí mismos. En algunas circunstancias, esa confianza muta en competitividad, pero casi nunca es agradable para nadie.” Se saca las gafas sin montura y se aprieta el puente de la nariz. “Cuando entré en la Tate yo también sentía esa incomodidad, pero después reconocí que el formato del concurso —que primero se anuncie la preselección y que se exponga la obra de cuatro artistas— estimula a reflexionar sobre el arte.” El material promocional del Premio Turner incita a cada espectador a “juzgar por sí mismo”. “Crea un marco”, agrega Serota enfáticamente, “que permite que la gente participe de una forma más activa que si se tratara de una exposición temática organizada desde el punto de vista de un solo curador”.

Serota evita hacer comentarios sobre los muchos premios instaurados a partir del Premio Turner, pero admite que le “agrada tremendamente” que la artista británica Tacita Dean haya ganado el Premio Hugo Boss, del Guggenheim. “Tacita estuvo nominada para el Turner en un momento [1998] en que la conocía relativamente poca gente. Habría sido sorprendente que ganara ese año. En esa etapa, haber sido preseleccionada fue de gran ayuda para ella.”

Solamente dos artistas mujeres han ganado el Premio Turner en sus veintidós años de existencia: Rachel Whiteread en 1993 y Gillian Wearing en 1997. Sobre este tema, Serota se expresa a la manera de un político: “Durante los primeros diez años no lo ganó ninguna mujer, así que son dos mujeres en los últimos trece. Hay una diferencia”. Frunce el ceño y suspira. “No creo que se pueda convencer a un jurado de discriminar a favor. Un jurado tiene voluntad propia. Si surgiera la sensación de que alguien va a ganar por su género o su etnia, el premio perdería toda credibilidad.” Levanta un dedo y lo coloca con precisión sobre la mesa, como si tratara de dejar su huella dactilar. “Pero si me preguntas si me parece correcta la proporción de artistas hombres y mujeres que han ganado el premio, en términos de contribución de los diferentes géneros al discurso del arte contemporáneo durante los últimos diez años, la respuesta es no.”

Serota ha presidido el jurado del Premio Turner desde 1988. Si bien al jurado se lo elige por su individualidad y se le requiere una “completa subjetividad”, pocos recuerdan quiénes fueron miembros cada año, y a menudo se dice que el Premio Turner representa su época. “En general, la gente es ambivalente en cuanto a formar parte del jurado”, me explica. “Son muy conscientes de la fragilidad del arte nuevo y de la vulnerabilidad de los artistas. Saben que sus decisiones van a despertar sentimientos profundos.” En un primer encuentro, les recomienda a los miembros del jurado que preseleccionen únicamente artistas a quienes consideran capaces de ganar. “No debería incluirse a nadie como relleno, porque ser nominado puede ser una experiencia difícil”, dice. “Recibo muchos palos de la prensa, pero ya estoy acostumbrado. Sé que lo que hoy es noticia mañana sirve para envolver huevos. Para los artistas y los miembros del jurado es más difícil. Les duele que los trivialicen y los caricaturicen.” Según Serota, este año los medios no terminan de entender las obras, que a ellos les parecen sensacionales. “¿Tal vez el concurso ha madurado?”, se pregunta. “¿Tal vez hemos pasado a otra generación de artistas, cuyo trabajo impone otro tipo de atención?”

El estudio de Tomma Abts es una habitación modesta, iluminada por una claraboya, en un laberinto de treinta y dos estudios, todos en planta baja. El lugar se llama Cubitt, es administrado por artistas y está ubicado en un callejón del norte de Londres. Aun con radiadores recién instalados, el aire es incómodamente frío. Sobre el limpio suelo de cemento, una mesa de caballetes con tablero laminado blanco y dos sillas de segunda mano. El estudio de Abts carece notablemente de referencias visuales: no hay postales ni recortes ni libros de arte más allá de sus propios catálogos. No tiene asistentes y pinta sus pequeños lienzos directamente sobre la mesa o sobre el pliegue de su antebrazo. No le gusta que la miren trabajar. “No pasa nada que no puedas imaginar. Estoy allí sentada y pinto”, me explica.

Abts es un miembro apreciado de la cooperativa. Suele ofrecerse como voluntaria para tareas antipáticas como la recaudación del al-

quiler, y aporta su buen juicio a las reuniones de comisión. Sus compañeros hablan con afecto de sus excentricidades. Parece que cuando alguien llama a la puerta, Abts apenas la entreabre o avisa, en voz muy baja, que saldrá en quince minutos. Terriblemente reservada, también es admirablemente discreta. Incapaz de avivar las batallas emocionales que surgen cuando un grupo de personas creativas trabaja, día a día, en el mismo edificio. Tan efectiva resulta en este ambiente que corre el rumor de que fue criada en una comuna. Cuando le pregunto si es verdad, me responde, irritada: “¿Tengo que responder eso? ¿Importa?”.

Abts tiene treinta y nueve años, nació en Alemania y vive en Inglaterra desde hace doce. El día en que nos encontramos no parece llevar maquillaje, salvo por el rímel. Con sus brillantes ojos celestes y su lustroso cabello hasta los hombros es, como sus cuadros, hermosa y controlada sin llamar la atención. “Cuando empiezo un cuadro, no tengo idea de cómo va a ser”, me dice en voz baja mientras señala los cuatro lienzos en diversos estados de acabado, que ha colgado al nivel de la vista en ocasión de mi visita. Todas sus pinturas son del mismo tamaño –48 por 38 centímetros– y produce menos de ocho cuadros por año. “No me molestaría ser más rápida”, dice. “A veces me llevan cinco años, a veces dos. Hace poco terminé uno que había empezado hacía diez años. Voy trabajando en fases, con muchas pausas en el medio.”

Abts comienza su trabajo con una mano de acrílico transparente; luego aplica, con precisión, capas de pintura al óleo con las que va creando abstracciones geométricas que provocan al espectador con indicios de figuración. “Mi trabajo oscila entre ilusión y objeto; te recuerda cosas. Por ejemplo, creo un efecto luz diurna o una sensación de movimiento. Algunas formas hasta tienen sombra.” En los cuadros de Abts, las líneas de colores fuertes por lo general quedan de la aguada original, mientras que los sombríos fondos que parecen alejarse son creados con las últimas pinceladas. “Siempre trabajo de adentro para afuera”, sigue Abts. “Sé que un trabajo está listo cuando siento que se independizó de mí.”

Todas las pinturas de Abts tienen títulos que saca de un diccionario de nombres alemanes. Nos quedamos largo rato delante de uno que se llama *Meko*: un cuadro rojo, blanco y verde de tendencia op-art. Los críticos describen sus obras como “cosas vivas” que incitan a la “confrontación intersubjetiva”. Abts se preocupa por qué cuadros van a exponerse juntos y cómo, exactamente, van a ser colgados, como si estuviera organizando las mesas de una cena y pudiera resultar desastroso que *Tete* se sentara junto a *Folme*. Cuando le menciono al pasar que siento curiosidad por su diccionario de nombres, se alarma, va hacia la mesa, arroja un suéter sobre el misterioso libro y dice: “Es mejor si es desconocido”.

A la pintora no le gusta hablar de su trabajo, pero ha desarrollado una cháchara profesional. “¿Por qué, como artista, una querría explicarse a sí misma?”, me dice tironeando de la pequeña herradura dorada que lleva al cuello con una cadenita. “La pintura es tan visual que es muy difícil decir cosas que no la comprometan.” Abts se niega a nombrar influencias o artistas con los que sienta alguna afinidad. Le gusta mantener las cosas en abstracto. Ante la pregunta de qué define a un buen artista, apunta al perfeccionismo: “Para mí, hay que involucrarse completamente en lo que se hace. No se puede decir ‘así está bien, pero podría haber sido de otra forma’. Se tiene una visión total de cómo deben ser las cosas, y así tienen que salir”.

Abts se esfuerza por no hablar de Chris Ofili, el último pintor que ganó el Premio Turner, en 1998. Eran novios en ese momento, por lo que ella tuvo una visión cercana del peculiar proceso público que implica el Premio. “Hace once años que soy parte del mundo del arte londinense”, me dice, mirando por la ventana. “Todos los años hay cuatro artistas nominados. Siempre se conoce al menos a uno. No importa quiénes sean.” Le llevó tres días decidir si aceptaba la nominación. “Quiero participar en cosas que tengan que ver con el arte, no con la personalidad de los artistas. Quería seguir siendo artista, no convertirme de pronto en otra cosa...” Hace una pausa larga e incómoda, luego sonrío. “...como alguien mediático”.

Sea cual sea el resultado del concurso, el New Museum de Nueva York ha decidido honrar a Abts con la primera exposición individual de su nuevo edificio, en abril de 2008. Laura Hoptman, curadora principal del New Museum –locuaz intelectual y vieja admiradora de Abts–, opina que “si Tomma no hubiera llegado en este momento, habríamos encontrado la manera de crearla. Parece raro hablar de pintura abstracta en estos términos, pero yo veo su trabajo como una especie de arte activista. Estamos viviendo una época terrorífica, y en estos objetos veo profundidad. Estas austeras geometrías no son sólo ejercicios formales. Aquí hay muchísimo trabajo, pero no se trata sencillamente del esfuerzo manual. Tomma se alinea en una tradición de pintores místicos como Barnett Newman, Piet Mondrian o Wassily Kandinsky. Ha dado con algo que los artistas han estado buscando durante siglos: cómo pintar lo incipiente. Sus cuadros tienen ese algo, esa sensación, esa noción de inmensidad del universo y del... alma interna”.

Es difícil imaginar dos artistas más disímiles que Phil Collins y Tomma Abts. Ella crea ficciones a fuego lento; piezas solitarias y contenidas que les dan la espalda a las especificidades de lo cotidiano. Él recolecta experiencias documentales en crudo, que dependen de la participación de otros y se sumergen en sus desordenadas vidas. Mientras que pocos artistas capturan el momento global tan bien como Collins, pocos artistas se resisten a nuestra época tan desafiantemente como Abts. Sin embargo, las similitudes en sus respectivas historias revelan lo pequeño que es este mundo del arte. Ambos expusieron en la tristemente célebre Wrong Gallery de Nueva York, ambos fueron celebrados en la Bienal de Estambul y ambos recibieron el Premio Paul Hamlyn, un subsidio para artistas con necesidad de “espacio para pensar”. Por último, tanto Collins como Abts gozan del apoyo de dos de los críticos de arte más influyentes de Gran Bretaña: Adrian Searle, del *Guardian*, y Richard Dormant, del *Daily Telegraph*.

Rebecca Warren, sin embargo, es la favorita de los corredores de apuestas. La agencia de apuestas William Hill lidera el mercado de apuestas especiales sobre eventos culturales como los premios Oscar,

el Booker Prize o las posibles líneas argumentales de los próximos bestsellers. Según el portavoz de la agencia, Rupert Adams, los resultados del Premio Turner son “tan aleatorios” que para investigar las posibilidades de cada nominado no hace falta saber de arte. “Googleamos a los artistas, y el más conocido es el que más posibilidades parece tener. Sugiere pedigrí”, dice. “Como un caballo, es una de seis o siete variables. Este año nos pareció que ya era hora de que fuera un pintor –para los legos, eso es el arte–, así que nuestro pronóstico en el momento de la nominación (en mayo) señalaba como favorita a Abts, seis a cuatro. Pero ahora Warren se ha puesto en cabeza, por las apuestas de la gente.” Con apuestas por unas 40.000 libras, el Turner es un mercado pequeño, a menudo influenciado por “las apuestas de los amigos y la familia”.

El artista Keith Tyson confiesa que era adicto al juego cuando fue nominado, en 2002. “Tenía un interés intelectual en el azar, así como la fantasía de romper las leyes de la matemática”, dice. “El Premio Turner fue mi primera ocasión de apostar y causar un efecto. Mis posibilidades eran siete a dos. En una carrera de cuatro caballos, eso es un insulto. No tenía ningún tipo de posibilidad. Estoy seguro de que únicamente por todo lo que aposté a mi propio nombre pasé de ser último a ser favorito. No voy a decir cuánto dinero me llevé, pero gané más con las apuestas que con el Premio, que entonces era de 20.000 libras.”

Un día de principios de noviembre, Mark Titchner, que entonces iba tercero en los pronósticos de las agencias de apuestas (tres a uno), hablaba con unos cincuenta visitantes en su sala de la Tate Britain. Mezcla de hippie tímido con estrella de rock, Titchner ya se había hecho con un buen número de groupies: chicas modernas con aros en la nariz y orgullosos escotes. Con treinta y tres años, Titchner es el más joven de los nominados de esta edición y representa el gusto de una nueva generación: su obra cuenta con el ávido apoyo de los estudiantes de arte, y la guía auditiva que acompaña su muestra incluye comentarios del cantante de una banda grindcore llamada Napalm Death. La sala de Titchner estaba deliberadamente sobrecargada: una escultura cinética

blanca y negra giraba produciendo un efecto psicodélico; monitores de televisión emitían manchas de tinta, como del test de Rorschach; una inmensa marquesina roja y negra proclamaba: TINY MASTERS OF THE WORLD COME OUT (Pequeños maestros del universo, ¡aparezcan!), y tres grandes esculturas en madera (representando, respectivamente, un púlpito, un árbol y una mesa cubierta de baterías de coche) estaban atadas entre sí con cables para que, según se explicaba, amplificaran el ánimo psíquico. La sala bullía de actividad.

Encorvado, con las manos en los bolsillos de sus vaqueros negros, Titchner explicaba la escultura giratoria, que se llama *Ergo Ergot*: “Ergo se refiere a la famosa frase de Descartes, ‘Cogito ergo sum’. Ergot es un hongo con propiedades alucinógenas que fue sintetizado para hacer el LSD”. Titchner no tiene problemas de expresión pero, temiendo parecer pretencioso, dio algunos rodeos antes de llegar a su conclusión: “Supongo que es algo así como que la realidad no es lo que parece ser. Construimos nuestros sistemas de creencias con fragmentos de fe”. Se sacó el cabello de delante de los ojos y luego preguntó, como pensando en voz alta: “¿Qué significa, para una obra de arte, tener éxito en este contexto? ¿Que le guste a la gente? ¿Que la compren por un montón de dinero? ¿Que les guste a los críticos?”. Se detuvo antes de mencionar al jurado.

La multitud se dispersó, pero Titchner permaneció en su sala. Me dijo que volver a la muestra era un poco como volver a la escena del crimen. Era difícil porque “uno empieza a cuestionarse algunas de las decisiones que tomó”. Al igual que los otros nominados, descubrió que el proceso que conllevaba el premio le resultaba incómodo. “Está bien que me hayan elegido”, me dijo. “Pero creo que uno puede obsesionarse y pasarse el día autogoogoleándose.” No soportaba leer las noticias. “En este momento no me interesan”, dijo, frunciendo la nariz como si acabara de percibir un olor repugnante. “He leído cosas y me he enfadado cuando me pareció que se había perjudicado mi trabajo. La verdad es que no tiene nada que ver conmigo.” Se miró los pies y luego, lentamente, recorrió con la vista el piso de madera. “Para un

artista, lo más importante es entretenerse todos los días. Y uno quiere ser capaz de mantener un nivel por un largo período y hasta mejorar.”

Le dije a Titchner que tenía la impresión de que la mayoría de los artistas nominados, más allá de sus posibilidades reales, creía que iban a ganar. Primero, los amigos, marchantes y diversos partidarios rodean de apoyo al artista; los comentarios negativos tienden a ser dichos a sus espaldas. Segundo, en el momento en que un artista acepta participar en el concurso, ingresa en una zona extraña en la que necesita enormes cantidades de fe en sí mismo para poder resistir el escrutinio público. “Pensar que vas a ganar es una buena manera de torturarte”, admitió Titchner con gesto afligido. “Mis contemporáneos me han apoyado mucho, pero un par me dijo: ‘Ay, sí, te felicito. La muestra es genial, pero no vas a ganar’.”

Después de leer un artículo sobre Rebecca Warren en la revista inglesa *Harpers & Queen*, donde la escultora se equiparaba a una “profesora de arte provinciana de mediana edad, un poco pervertida”, volví a insistirle a la gente de prensa de la Tate para que me consiguiera una entrevista. Cinco días antes del juicio final, me ofrecieron un espacio de una hora no negociable, de último momento. Nos encontramos en una sala de reuniones de la Tate Britain. Warren llevaba unos vaqueros y un blazer negro, con unas botas verdes de cuero que daban la impresión de ser sólo un par en una gran colección de calzado vistoso. Tenía el cabello oscuro atado hacia atrás, desordenado. “Traté de no pensar en el Premio de una manera competitiva, porque eso puede llevar a cuestionarte la manera de trabajar y terminar afectando tu arte”, me dijo. “Yo quise ser lo más leal posible al linaje de lo que he venido haciendo. A la larga, las cosas se cristalizan. Tu trabajo asume una forma reconocible; de otra manera nunca te harás conocido. Tiene que hacerse visible que... ‘ah, ese es el tipo de cosas que hace Rebecca Warren’.”

Aunque está claro que Warren no tiene dudas respecto de su carrera, es curiosamente ambivalente sobre su obra. “No necesariamente me encantan las cosas que estoy haciendo”, me dijo. “La cosa es permitirse aceptar lo que una hace.” Ante la difícil cuestión de qué dis-

tingue a una gran obra de arte, dio una respuesta tentativa: “Una gran obra te permite mirarla sin que te moleste. No es que esté abierta a cualquier interpretación, pero no tiene un significado limitado y fijo”. A Warren le divierten las bufonadas reduccionistas de la prensa sensacionalista. Cuando se anunciaron las nominaciones, el *Daily Star* sacó un artículo titulado “Premio a la peor obra de arte”. Estaba ilustrada con una de sus figuras de inmenso trasero junto a un globo de diálogo que decía: “¿Esto me hace muy culona?”. La reacción de Warren fue inequívoca: “Una vez has llegado al *Daily Star* sencillamente piensas: ‘Esto es genial’”.

La obra de Warren hace honor al legado de los Artistas Jóvenes Británicos o YBA, acrónimo acuñado por Charles Saatchi. Los YBA eran un poco tendencia artística, un poco marca de identidad, un poco grupo social. Su diversa producción artística, por lo general figurativa, tenía la capacidad de disparar “escándalos” mediáticos. Durante muchos años, Damien Hirst fue considerado el cabecilla de este amorfo y al mismo tiempo hermético sector del mundo del arte londinense. En un comienzo se vinculó con la escuela de arte de Goldsmiths, pero luego se fue desplazando hacia la galería White Cube. Le pregunté a Warren cuál era su postura en este aspecto, y me dijo: “Soy PYBA: Post-Artistas Jóvenes Británicos. Tengo la misma edad, pero aparecí más tarde. Estoy ligada a ellos, pero no tanto. A la mayoría los conozco, pero también conozco a los de una generación menos”.

Durante años ha circulado el rumor de que Nicholas Serota manipula los veredictos finales de los jurados del Premio Turner. Cuando se lo mencioné, respondió de manera indirecta: “Trabajo en una sociedad que no valora el arte tanto como debería, según mi opinión, y por lo tanto siempre me ha parecido que sería destructivo adoptar una posición intransigente respecto de una clase de arte”. Luego agregó, algo irritado: “Mis gustos son más amplios que mi reputación”. Cerró los ojos para pensar un rato bastante largo antes de admitir: “En la calma previa al evento –no voy a decir ‘a la tormenta’– empiezo a considerar cómo orquestar un buen resultado, cómo puedo poner un poquito

de énfasis aquí o allá para lograr una buena conversación que asegure que todos los que quieran decir algo tengan la ocasión de hacerlo. A veces, cuando hay un empate, tengo que inclinarme hacia algún lado, porque en esas circunstancias no me parece que tengamos que decidirnos por la tercera opción de todos”.

Este año, los miembros del jurado –cuyas preferencias personales, combinadas, producirán un ganador objetivo– son una periodista y tres curadores. Lynn Barber, columnista del *Observer*, es la única que no pertenece al mundo del arte. En octubre, dos días antes de que abriera la muestra, publicó un relato sobre su experiencia como jurado en una nota titulada “Cómo sufrí en nombre del arte”. “Odio decirlo”, escribió, “pero mi año como jurado del Turner ha amortiguado en gran medida –aunque no extinguido, espero– mi entusiasmo por el arte contemporáneo”. Barber se quejaba de no ser idónea para el puesto, de que las reglas del concurso eran “extrañas” y de que su criterio “había enloquecido”. Al mismo tiempo, afirmaba que, mientras que los cuatro artistas estaban produciendo un “trabajo interesante”, uno de ellos era tan “sobresaliente” que ella “habría creído que el ganador era deslumbrantemente obvio”. En realidad, el problema empezó antes, en la etapa de preselección; Barber denunció que sus sugerencias fueron tan “brutalmente rechazadas” que empezó a preguntarse si no la habrían elegido meramente como “hoja de parra” para cubrir las maquinaciones del mundo del arte.

Los directivos de la Tate enfurecieron en privado. “El artículo de Lynn va a hacer que sea más difícil, para el jurado, trabajar en conjunto”, admitió Serota. “En ocasiones anteriores, todos pudieron expresar sus opiniones confiando en que lo que dijeran no iba a ser puesto por escrito ni usado como evidencia en su contra.” Una de las acusaciones de Barber fue que el jurado no consideró seriamente las nominaciones del público. Serota no estuvo de acuerdo. “El jurado toma en serio esas nominaciones.” Levantó las cejas y rió entre dientes. “¡Pero no hasta el punto de investigar en profundidad a un artista que expuso una vez en Scunthorpe!”

Los otros miembros del jurado también se mostraron consternados. Uno de ellos, Andrew Renton, que dirige el programa de curaduría de Goldsmiths y maneja, además, una colección privada de arte contemporáneo, me dijo: "Me temo que se le disparó la carga. Se ha apartado de su papel de jurado saliendo a hablar antes de que termináramos el proceso". Renton dijo también que la falta de experiencia de Barber la había llevado a proponer nominaciones que los demás consideraban "más que prematuras". El Premio Turner, como cualquier premio que apunta a representar algo coherente, tiene que otorgarse en el momento adecuado. "Nominar al Premio Turner a alguien que acaba de salir de la escuela de arte", razonó Renton, "es completamente irresponsable. Del mismo modo en que no tiene que transformarse en un premio para artistas con la crisis de la mediana edad". El Premio Turner promueve a artistas que están en el vértice entre lo que el mundo del arte llamaría "emergentes avanzados" y "llegando a la mitad de sus carreras". Los premios a la trayectoria no tienen mucho dramatismo: no puede haber grandes errores. Los premios que, por el contrario, reconocen el potencial de artistas muy jóvenes, tienen menos emoción: es poco lo que está en juego.

Cuando hablé con él, Renton no había decidido quién quería que ganara. "En mi opinión, la obra crítica más importante es el Talmud", me dijo. "Es un argumento sustituyendo a otro; un diálogo permanente y de final abierto que permite múltiples puntos de vista. Yo creo que de eso se trata el arte." Los conflictos de perspectiva podrán iluminar, pero los conflictos de interés pueden confundir. Como supervisor de una colección privada, Renton compra arte todas las semanas. "Creo que fuimos los primeros verdaderos partidarios de la escultura de Rebecca. También tenemos varios vídeos de Phil Collins, y acabamos de comprar una pieza de Titchner. La única que nos falta es Tomma Abts." Renton siguió reflexionando: "Cuanto más calificada esté una persona para ser jurado, más conflicto va a haber... De todas maneras, tengo que comportarme con la máxima pulcritud. En las reuniones del jurado, no tengo programa propio. No tengo autoridad".

Margot Heller, otro miembro del jurado, es directora de la galería South London, un espacio público con un largo historial de exposiciones de artistas jóvenes que luego fueron nominados para el Turner. Como muchas de las personas que se dedican al discreto y selectivo mundo del arte, Heller les tiene fobia a los medios. Aun así, intentó ser abierta, como si mi visita fuera una muestra gratis de terapia de aversión. "He oído que mucha gente afirma, con total convicción, que tal artista va a ganar. Pero yo soy jurado y honestamente no sé quién va a ser el ganador." Cuando fui a verla a su blanca oficina, Heller vestía una camisa blanca abotonada hasta el cuello. "No me parece que exista algo así como los cuatro mejores artistas", dijo mirando con aprensión mi grabador digital. "Es una decisión colectiva. De verdad estoy contenta con los cuatro que elegimos, pero no es lo mismo que si me hubieran pedido que yo sola hiciera la lista de candidatos."

El cuarto miembro del jurado es Matthew Higgs, director de White Columns, el más antiguo espacio de arte de Nueva York manejado por un artista. Nos encontramos en su pequeña oficina, entre pilas de obras de artistas discapacitados, envueltas en plástico de burbujas. Higgs se formó como artista y sigue trabajando en sus obras, como por ejemplo páginas de libros que encuentra y enmarca bajo títulos tales como *Not Worth Reading* y *Art Isn't Easy* (No vale la pena leerlo y El arte no es fácil). Había oído decir que tenía la capacidad de inclinar las decisiones de un jurado y que podía ser "despiadado en sus rechazos y magníficamente articulado en sus defensas". Cuando se lo mencioné, Higgs me inspeccionó desde sus gafas tipo Buddy Holly. "Yo no condenaría nada", respondió. "Apoyo las cosas en las que creo, y creo en un montón de cosas." Aunque me dijo que el Premio colaboraba a la democratización del arte, también le parecía una pena que "obras tranquilas y sensibles queden ahogadas entre el resto, mientras que obras más llamativas y fotogénicas se convierten en el ruido mítico que rodea la muestra". ¿Era una insinuación? Su explicación de qué hace a una gran obra de arte fue otra señal de a quién, probablemente, apoyaría en la reunión del jurado: "No se trata de innovar por innovar, o por la ambición de ser original

o novedoso. El buen arte nos da la posibilidad de relacionarnos de otra forma con el tiempo”. A lo que agregó, en un susurro casi inaudible: “En general tiene que ver con la interpretación radicalmente idiosincrásica del mundo que hace un individuo. Nos fascinan intrínsecamente obras como esas porque nos fascinan intrínsecamente los otros”.

Una semana antes de la ceremonia, Phil Collins dio una conferencia de prensa en un desvencijado local de Piccadilly, todo brillos y espejos. Como parte de su obra *Return of the Real*, convocó a un panel de nueve personas que habían aparecido en reality shows para que contaran su experiencia ante un público de periodistas, Lynn Barber entre ellos. Un joven contó lo humillado que se había sentido cuando, en un concurso televisivo –desarrollado en Ibiza– para ver quién lograba “salir con Miriam”, descubrió que Miriam era un transexual preoperado. Barber interrumpió desde el público: “¿Y tú qué creías que hacías?”. Sin amedrentarse por el poder de Barber sobre su destino, Collins la mandó a callar.

Una vez que los panelistas terminaron de hablar, se aceptaron preguntas. Collins iba por la habitación con un micrófono inalámbrico, representando el dinámico papel del presentador televisivo profesional. Por momentos, sin embargo, se permitía actitudes alarmantemente “no profesionales”. Hundía los hombros, se miraba los pies, se mordía el labio y se rascaba la mejilla con el micrófono.

“¡Nicholas!”, le espetó a Nicholas Glass, corresponsal de arte del Canal 4 de noticias. Glass le preguntó al grupo qué sentía al formar parte de una obra de arte.

“A mí me gusta exhibirme”, respondió una mujer que había sufrido complicaciones médicas en *Brand New You*, un programa de cirugías estéticas.

“El arte es como tener una conversación. Esta obra es muy interactiva”, dijo un hombre que había sido culpado por la mala conducta de su hijo autista en *The Teen Tamer*.

“De eso se trata el Premio Turner”, dijo el hombre que había tratado de salir con Miriam.

Una periodista de la televisión alemana tenía una pregunta para Collins: “¿Realmente esto es arte?”.

Collins miró fijo a la cámara y le dijo: “Si esto no es arte, entonces te pregunto: ¿esto es una noticia?”.

El camarógrafo asomó la cabeza y exclamó: “¡Esto no lo podemos poner!”.

En efecto, la obra de Collins no parece arte. Cuando se fueron los medios, le pregunté por qué. Primero, él quiere que su trabajo “se ubique cerca de lo que está criticando, de manera que a veces la dimensión estética es intencionalmente rebajada”. Segundo, afirma que las mejores obras son las que menos se ajustan a las expectativas: “Es asombroso cuando no puedes creer lo que ves. Esos son los momentos que siempre espero. Para mí, el atractivo más profundo del arte es su naturaleza perturbadora”.

Tres días después, el sábado por la noche antes de la ceremonia, el Canal 4 transmite *The Turner Prize Challenge*, un programa de media hora con formato reality producido por la Tate, en el que cuatro participantes –dos estudiantes, un contable y un profesor de arte– compiten entre sí explicando al gran público la obra de los cuatro artistas nominados. Los participantes han sido seleccionados de entre varios cientos de “pruebas de cámara”: comentarios grabados en vídeo que hacían los visitantes del museo en la Cabina de Vídeo del Premio Turner. (La Tate se considera una “organización rica en contenidos”. Posee un amplio sistema de medios, con islas de edición internas y equipos de camarógrafos “que filman todo el tiempo”). En este programa, una de las participantes explicó que en el curso de su “viaje” apreciativo había aprendido que el arte no debía “sólo agradar a la vista”, sino “abrir violentamente tu punto de vista”. La ganadora, Miriam Lloyd-Evans, tiene veintiún años y estudia historia del arte. Corona su victoria llamando a la línea de ayuda a la víctima del reality show, y preguntando si Collins quiere conocer su experiencia en *The Turner Prize Challenge*.

Serota y el jurado han estado en la sala de reuniones durante tres horas, tratando de elegir al ganador. Cuatro mesas blancas están dis-

puestas en forma de cuadrado, pulcramente rodeadas por dieciséis sillas. De espaldas a la única ventana de la habitación, que da al opaco Támesis, se encuentra Serota. En el momento de sentarse, los jurados pertenecientes al mundo del arte —Renton, Heller y Higgs— se ubicaron, en línea, frente a él, mientras que Lynn Barber se sentó sola, del lado izquierdo. Pero Serota y Renton se miraron un momento; Renton se puso de pie y se pasó a la silla junto a la de Barber. Barber aprovechó el gesto para disculparse por su indiscreción, y prometió no escribir sobre las deliberaciones finales. Miraron las entrevistas de tres minutos que la Tate les hizo a cada uno de los nominados, y luego comenzó la conversación.

En un principio el jurado estuvo dividido, pero pronto tres de los cuatro miembros se declararon a favor de los mismos dos artistas. Nadie se detuvo a considerar el medio artístico o el sexo del artista. Se fueron acumulando pros y contras. Hablaron mucho sobre relevancia y oportunidad. Cada opinión parecía cambiar la configuración del terreno. Si Serota tenía un favorito, nadie se enteró. Apenas pasada la una de la tarde, les pareció que se habían puesto de acuerdo. Decidieron hacer una pausa para reflexionar sobre su decisión mientras comían una ensalada en el cuarto de al lado. Luego volvieron a la sala de reuniones, confirmaron el veredicto y conversaron sobre cómo redactar el comunicado de prensa. A eso de las dos de la tarde, habían terminado.

Andrew Renton se está yendo del museo, y me llama desde su Saab descapotable color “negro café”. “Fue mucho trabajo, muy intenso, ¡pero llegamos a una decisión!”, dice con una risa levemente histérica. “No llegamos a las manos... solamente hubo una fantástica articulación de los méritos de cada uno. Fue sorprendentemente adulto.” Renton deja de hablar; el intermitente chasquea: debe haber hecho una curva difícil. “Lo único que puedo decir es que la muestra es determinante. Es el último obstáculo.” Se oye un bocinazo y lo que debe ser el grave rugido de un ómnibus de dos pisos. Renton murmura: “¡Caramba!”. Después su voz regresa al teléfono. “La decisión tuvo una lógica interna”, me dice. “Finalmente, tuvo que ser así.”

El Premio Turner suele considerarse un indicador fiable de la capacidad de un artista de mantener una vital práctica creativa a largo plazo, pero tal vez se trate de una profecía autocumplida. La confianza en sí mismo derivada de la nominación puede galvanizar las ambiciones de un artista, y el respaldo del público de la Tate, por su parte, abre oportunidades para futuras muestras. De todas formas, el jurado no puede seleccionar a cualquiera; si no puede elegir al mejor artista debe, al menos, optar por el más adecuado. Mientras investigaba para este capítulo, experimenté la vieja confusión del huevo o la gallina: ¿el premio reflejaba o creaba esa definitoria sensación de actualidad? Por fin me doy cuenta de que es fundamental que haga ambas cosas.

A las 17.30, un poco más de una hora antes de que comience la fiesta de entrega de premios, la arrasadora exposición de la Tate Britain “Holbein in England” (un recordatorio de cómo Londres siempre ha atraído a los artistas de todas partes) todavía rebosa de público. Arriba, las Duveen Galleries han sido transformadas en lo que parece una discoteca chic, con luces púrpuras y sofás de cuero negro. En una galería lateral que ha sido dispuesta para el servicio de catering, los cocineros terminan de decorar los bocadillos. En otro recinto el DJ prepara sus platos. En el extremo más lejano del salón, ubicada entre cuatro inmensas columnas de piedra dorada, hay una plataforma cromada donde el equipo de Canal 4 realiza un minucioso control.

Nicholas Glass mira a cámara y dice, con voz suave y profunda: “Estamos todos conteniendo el aliento, a la espera de que cuatro personas puedan dejar de padecer. Ellos esperan. Nosotros esperamos. Y la espera está a punto de terminar. Yoko Ono ya está aquí. Nick Serota está subiendo al estrado. Aquí llega. Vamos con él”. Glass sonríe y baja el micrófono. “No voy a decir exactamente eso, por supuesto”, aclara. “Tenemos seis minutos en vivo a continuación de las noticias. Después de los discursos vamos a pasar un clip sobre el trabajo del ganador, luego le voy a hacer tres preguntas y espero que llegue a decir algo, cualquier cosa, antes de que una voz me diga al oído: ‘Bueno, hay que ir cerrando.’”

Glass se expresa con discretas frases cortas. “Serota es totalmente profesional. Va a subir y bajar del escenario rápidamente.” Se detiene, sonrío. “Lo que me pone un poco ansioso es la entrevista con el ganador alelado. Depende de quién gane, pero podría ser un momento televisivo muy embarazoso. Eso a la gente le encanta. Si el ganador no tiene nada que decir, van a disfrutar con mi incomodidad.” Hace una pausa, vuelve a sonreír. “A esas alturas probablemente me habré tomado uno o dos tragos, y espero que ellos también. Es fácil meter la pata, pero soy lo suficientemente mayor como para que no me importe.” El noticiario de las siete de la tarde del Canal 4 es uno de los pocos programas de noticias de una hora de la televisión británica, y aunque Glass se permite el lujo de contar con seis minutos —frente a los dos y medio de otros cronistas— admite que “no hay tiempo para ser profundos. Es como un evento futbolístico, en el que puedes compartir la ansiedad de la gente sobre quién va a ganar, y después disfrutar con la euforia de alguien al final del juego”.

Detrás de Glass, Yoko Ono sube lentamente los escalones que llevan al estrado. Lleva pantalones, sombrero de copa y gafas de sol al estilo Lennon. Baja el micrófono para adaptarlo a su altura y dice: “En 1966, estando en Nueva York, recibí una invitación de Londres y atravesé el océano. Eso... cambió mi vida para siempre”. Su voz delata las raíces japonesas. “En esos días, Nueva York era el centro del mundo del arte. Ahora, es Londres.” Lee las palabras con vehemencia, como si estuviera recitando un poema. “El poder de los artistas puede afectar el mundo...” Su voz resuena a través de la cavernosa galería. “Me complace abrir la puerta de la aceptación, por parte de la institución del arte, a otro artista joven... Y el Premio Turner 2006 es para...” Se detiene. Su sobre está vacío. Es sólo un ensayo.

Voy en línea recta hacia el punto donde se ha instalado su comitiva. “El espíritu del arte es expresar la verdad”, me dice tiernamente. “Los políticos están demasiado involucrados en el papeleo para ser humanos. Los artistas tienen más libertad para expresarse, pero si nos autocensuramos para complacer al mundo monetario, destruimos la pureza del

arte.” Me pregunto qué opina de los aspectos competitivos del Turner. “Me siento mal por tener que anunciar un ganador, pero creo que ya con ser candidato la vida de los cuatro va a cambiar. Los sectores de la industria de la paz siempre están criticándose entre sí, pero la industria de la guerra está tan unida... Tenemos que respetar la posición de cada uno. Es magnífico que el arte esté floreciendo.”

A las 18.45, se abren las puertas y entra la multitud. Los camareros esperan con bandejas de copas, provistas por el patrocinador del Premio, Gordon’s Gin. Entre el gentío hay varios ganadores anteriores: Rachel Whiteread (1993), Wolfgang Tillmans (2000), Martin Creed (2001), Keith Tyson (2002), Grayson Perry (2003), con un remilgado vestido de caucho negro, y Jeremy Deller (2004).

Desde su triunfo, Grayson Perry se ha convertido en uno de los artistas más famosos del mundo, y además de continuar con su arte ha pasado a ser columnista semanal del *Times*. “En lugar de seguir siendo un objetivo de la prensa, preferí convertirme en uno de ellos”, explica, haciendo girar la cartera y echando un vistazo a su mujer. “En el mundo del arte hay un esnobismo que sugiere que el artista tiene que ser una figura borrosa en el fondo, detrás de la obra. Esa especie de estrategia de marketing de la gran integridad es muy común. Después, si la gente la llama estrategia de marketing o integridad, ya es otro asunto.” Perry se detiene para dejarse adorar por un trío de fans, y luego continúa: “El artista-monje es un arquetipo atractivo en un mundo donde no hay demasiados: el borracho belicoso, la dama excéntrica, el alma fogosa y torturada. Es una gran parte del atractivo del arte: la obra como reliquia del artista/santo/tonto sagrado. La gente quiere tocar el paño o lo que sea. Es parte de la religión”.

Charlotte Higgins, la corresponsal de arte del *Guardian*, ya ha enviado su artículo. “Para la primera edición, tienes tiempo hasta las ocho de la noche”, dice, “pero no está muy bien visto... es una medida de emergencia, reservada para las muertes y los desastres. Mi editor, a las seis, ya suele estarme encima”. En una semana promedio, Higgins escribe cuatro mil palabras y se dedica a cinco noticias. “Todos los años,

a eso de las cuatro de la tarde, le hago una llamada a la única persona de prensa que sabe quién ganó; a las seis mando seiscientas cincuenta palabras, me pongo algo limpio y vengo corriendo para aquí.” Mira la hora en su BlackBerry. “Después de la conferencia de prensa, llamo y paso algunos chismes y una cita decente para la tercera edición. Ahora tengo ganas de que pase algo divertido; un poquito de caos o contienda.” Higgins escruta el gentío y se ríe. “Todo parece un poco como una comedia cuando ya sabes el resultado.”

El artista conceptual Martin Creed está nostálgico. La instalación con la que ganó en 2001, *Work No. 227: The lights going on and off*, actualmente se exhibe en el Museo de Arte Moderno de Nueva York. “Recuerdo que tenía miedo de perder, y que no me gustaba que me importara tanto”, dice. “Tenía un conflicto terrible entre querer ganar y pensar que era una estupidez. Aprendí mucho sobre mí mismo con este premio. Me di cuenta de que era tan competitivo —de que me asustaba tanto perder— que había entrado en un terreno donde, hiciera lo que hiciera, podía aparentar que había ganado.” Mira con suspicacia su alto vaso —lleno de alguna mezcla con ginebra de endrinas— antes de tomar un trago. Para Creed, nunca nadie es el mejor. “Si los artistas crean obras de arte, los jurados crean un ganador. Elijan a quien elijan, es un reflejo de ellos mismos.”

En una galería lateral, los nominados de este año tratan de disfrutar de una copa de champán. Vestidos para las cámaras, admiran con amabilidad la ropa de cada uno y evitan mencionar el premio. Serota hace su recorrido, felicitando a los artistas por las muestras, diciendo: “Sé lo difícil que es. Espero que haya sido una buena experiencia a pesar de las presiones”. Aunque el jurado está invitado, Matthew Higgs entra y sale, sintiéndose un intruso. Vuelve rápidamente a la fiesta de las Duveens.

Con el DJ y la iluminación, el evento parece un baile de graduación, aunque más cosmopolita que el de *Carrie*, de De Palma. De hecho, es una graduación, o al menos un importante rito de iniciación para muchos artistas británicos. Uno por uno, los nominados de este año van apareciendo, y son acorralados en un rincón a la izquierda

del estrado, como si se tratara de la elección de la reina estudiantil. Phil Collins va de punta en blanco y es un modelo de imperturbabilidad. Rebecca Warren alterna entre atontada y solemne, con un vestido negro de mangas cortas y zapatos grises de tacón alto. Mark Titchner, con blazer azul, tiene cara de nada. Su novia alza la mirada hacia él: un sostén emocional. Sentada en un banco, más lejos del escenario que sus compañeros, está Tomma Abts. Lleva un pulcro vestido gris y beige de costuras a la vista, pero parece concienzudamente malhumorada. Está encorvada, con la cabeza apoyada en las manos y los codos sobre las rodillas. Los artistas son vigilados por sus galeristas, que ostentan firmes sonrisas profesionales. Serota entra y sale de las conversaciones mientras avanza en dirección al escenario. Se ve atractivo, aunque levemente fúnebre, con su traje oscuro, camisa blanca y corbata plateada. Una mujer de relaciones públicas me susurra al oído: “Es la hora”, y el director del museo sube de un salto al estrado, pronuncia un discurso de sesenta segundos sobre “el cuestionamiento de los valores contemporáneos” y presenta a Yoko Ono como una “artista de reputación internacional”.

A la mayoría de los presentes les importa quién va a ganar. Algunos quieren que gane un amigo. Otros creen que ciertos triunfos son más justos que otros. Después de un tremendo silencio, durante el cual Ono manipula el sobre, finalmente se anuncia que el ganador es... “Tomma Abts”.

Abts sube al escenario, besa a Yoko Ono y pronuncia su breve e improvisado agradecimiento. Casi a rastras la bajan del escenario. A la derecha, el equipo del Canal 4 está listo para la entrevista en vivo. Serota avanza hacia la izquierda, para saludar a los artistas que seguirán siendo para siempre nominados. Abts, mientras tanto, es guiada hacia la sala de su muestra. Resplandecen los flashes, los paparazzi gritan: “¡Tomma, aquí!”, “¡Mira para aquí, cariño!” y “¿Un poquito más contenta?”. Enfrentándose a la prensa, Abts desvía sus preguntas de manera tan experta que el corresponsal del *Daily Telegraph* comenta: “Tendrían que darle un puesto en Relaciones Exteriores”.

Una hora después, en las Duveen Galleries, la multitud se ha diluido y corren los chismes. Alguien me dice que todas las esculturas de la muestra de Rebecca Warren han sido vendidas a doce coleccionistas diferentes por un total de medio millón de dólares, o tal vez de libras. (Suele decirse que una nominación al Premio Turner incrementa en un tercio los precios de un artista, mientras que una victoria los duplica.) Phil Collins pronto estará en un avión hacia Indonesia, donde planea investigar para un vídeo. Tanto él como Warren se han ido a sus respectivas “post-fiestas”: la de Collins es en el pub Three Kings, en Clerkenwell Green, y la de Warren, “muy privada”, la organiza una “figura del mundo del arte” italiano.

Mark Titchner sigue por allí, apoyado contra la barra, rodeado de amigos. Va a exponer en una muestra colectiva en la Bienal de Venecia. Mientras toma una botella de cerveza, me dice que ha tenido muchas veladas mejores que ésta. “Fue como si me hubiera dejado mi novia delante de todos, y después me hubiera pedido que siguiéramos siendo amigos”, me dice. “Saber que va a pasar no lo hace menos raro.”

Capítulo 5

La revista

Las 8.30 de una mañana helada, día de San Valentín. Camino por la Séptima Avenida hacia las oficinas de *Artforum International*. Un vendedor callejero canturrea: “¡Tome un A.M. New York gratis!”, con hermosa voz de barítono, mientras los pasajeros van saliendo del metro. El mundo del arte podrá ser descentrado y global, pero no hay ciudad con más críticos de arte que Manhattan. Saludo al portero al entrar; el discreto edificio Beaux Arts de la década de los veinte alberga la editorial y el departamento de publicidad. *Artforum* es al arte lo que *Vogue* a la moda y *Rolling Stone* al rock and roll. Es una revista especializada que goza de prestigio en diversos ámbitos, y una institución con controvertidas influencias. En un episodio de *Sexo en Nueva York*, la relación entre los personajes interpretados por Sarah Jessica Parker y Mikhail Baryshnikov está empezando a vacilar. ¿Cómo lo sabemos? Él está leyendo *Artforum* en la cama. Asimismo, cuando Bart Simpson se hace artista y abre una galería en su casita del árbol, ¿cómo podemos juzgar el éxito del *enfant terrible*? Sale en la portada de *Bartforum*.

El anticuado ¡ting! del ascensor anuncia el piso diecinueve y salgo a un sucio rellano frente a una doble puerta de vidrio que dice ARTFORUM de un lado, BOOKFORUM del otro. Un papelito anaranjado pegado en la puerta proclama: “Los de la pizzería, entren y griten”. Más allá de las puertas sin llave se extiende un banco de plaza, enfrente al escritorio de recepción y a un mapa de los códigos postales de Manhattan. Unos pasos más dentro de la oficina, mayormente de planta abierta,

revelan una vista de escritorios laminados color blanco, adornados con marchitas margaritas blancas y también blancos Macs Apple. “¡Hola!”, llamo en voz alta. Silencio. Todos los sonidos vienen de fuera: sirenas, bocinas, golpes y crujidos de alguna construcción.

En un mostrador frente a la entrada hay una pila de ejemplares de febrero. La revista tiene una cubierta característica, cuadrada, y la portada de este mes muestra un detalle de *The Plumbing*, un óleo retromodernista de Amy Stillman. En la página 3, la tabla de contenidos ilustrada comienza con los obituarios de un director de museo sueco y del cineasta Robert Altman, para luego pasar a una reseña del último libro del eminente historiador del arte T. J. Clark. A los artículos sobre arquitectura y diseño los siguen los “top ten” de varios artistas jóvenes, en los que listan sus exposiciones favoritas y otras experiencias culturales. A continuación, algunos artículos teóricos más extensos; la mayoría son monografías que analizan la obra de un artista vivo. Luego vienen las reseñas de exposiciones de arte alrededor del mundo: cuatro son extensas, cuarenta breves. Hojeo la revista en busca de “1.000 palabras”, escrita por la artista performática Miranda July, pero me cuesta encontrarla entre tanta publicidad.

Suena mi móvil. “¡Sarah! ¡Soy Knight!” Knight Landesman es el director de *Artforum* que siempre está vestido con colores primarios y maneja la venta de publicidad como si se tratara de arte dramático.

“Estoy en tu oficina”, le digo.

“¿Todavía piensas ir a ese evento hoy por la noche?”, me pregunta.

“Absolutamente.” Quiero experimentar los polos entre los que se mueve la revista; de ahí que programé una tarde entre historiadores del arte —una conferencia en la Asociación de Escuelas de Arte— seguida de una velada en una galería de Chelsea. “¿Vas a ponerte un traje rojo?”, le pregunto.

“Por supuesto”, responde. “No pensarás que hoy iré de amarillo, ¿no?”

Cuando corto aparece Charles Guarino. Sale desde detrás de una estantería, en vaqueros y uno de sus muchos suéters negros con cie-

re. “Cariño”, me dice, con tono satírico y los brazos extendidos. In-somne chispeante y arduo trabajador, a Guarino le gusta apropiarse de la oficina vacía. La organización de *Artforum* es desincronizada como puede serlo una familia con adolescentes. Los directores, los contables y la gente de publicidad llegan y se van temprano, y por la noche el territorio queda a merced de la redacción. Mientras vamos hacia su oficina, Guarino dice: “*Artforum* es carne picada. ¿Qué vas a hacer con nosotros, budín de carne o albóndigas?”

Guarino, Landesman y Tony Korner, los tres directores de *Artforum*, llevan casi treinta años trabajando juntos. Korner compró la revista en octubre de 1979, cuando consistía en dos máquinas de escribir, cuatro líneas de teléfono y una lista de suscriptores. Pronto se sumaron Landesman y Guarino. Para entonces *Artforum* ya era dueña de una historia distinguida. Fundada en 1962 en San Francisco, la revista pronto se mudó a Los Ángeles, donde estableció su crítico perfil como revista para especialistas. En 1967 se trasladó a Nueva York, y allí consolidó su posición como foro para el debate sobre minimalismo y arte conceptual. En noviembre de 1974 hubo una famosa pelea entre editores: varios miembros del equipo se opusieron a un anuncio publicitario en el que la esbelta artista feminista Lynda Benglis posaba desnuda con un consolador gigante, en respuesta a una imagen publicada en el número anterior —un autorretrato de Robert Morris, con el pecho descubierto, un casco nazi y cadenas—. En señal de protesta, dichos editores se fueron de la revista y lanzaron una publicación académica (sin ilustraciones), bajo el revolucionario apelativo de *Octubre*.

Poco después de que Korner adquiriera la revista, Ingrid Sischy fue nombrada editora general. Con ella a la cabeza, *Artforum* exploró la relación entre la alta cultura y la cultura popular, profundizó la información sobre la escena local en el East Village y el SoHo y expandió su cobertura del arte europeo, en particular de la pintura posmoderna alemana. Durante este período, *Artforum* dejó de ser un pliego para adoptar un lomo perfectamente encuadernado. Sischy renunció en 1988 para hacerse cargo de la redacción de *Interview*. Su sucesora,

Ida Panicelli, amplió aún más la cobertura internacional pero, dado que el inglés no era su lengua materna, la revista sufrió lo que alguien del equipo denominó “la clase incorrecta de ilegibilidad”. En septiembre de 1992 fue nombrado Jack Bankowsky, que amplió la lista de colaboradores con varios académicos serios reforzando, al mismo tiempo, el atractivo popular de la publicación con un amplio espectro de formatos que mejoraron su navegabilidad. Tim Griffin, actual editor general, se puso al frente de *Artforum* en septiembre de 2003.

“Un director se tiene que preocupar por todo”, dice Guarino mientras se instala en su silla giratoria de alto respaldo, detrás de su desordenado escritorio. “Mi trabajo es meterme en los asuntos de todos los demás, pero tratando de disimular. Knight tiene una capacidad perversa para vender publicidad. Yo soy más como un manipulador engañoso y maquiavélico.” Espera mi reacción, y luego agrega: “Toda mi identidad tiene que ver con ser invisible”.

La oficina de Guarino evoca una torre de marfil. Tiene ventanas en tres de las paredes: algunas muestran gloriosos fragmentos del East River, otras tienen vista abierta al Hudson. El espacio lo comparte con Korner (que hoy está en Europa), y entre sus escritorios está la “sala de conferencias”, una mesa redonda rodeada de cinco sillas de cuero marrón. Guarino se sube las gafas hasta la frente y estudia un diagrama que describe la entrada de textos para el nuevo número. “*Artforum* funciona como un reloj”, me dice, mientras deja el diagrama y gira hacia una pila de sobres blancos. “Una fabulosa invitación a un palazzo en Turín”, anuncia. “Voy a tener que poner a alguien que viva por mí.” Después de revisar la mitad de su correspondencia, pasa al ordenador. “Mi bandeja de entrada está muriendo de asfixia”, me dice. “Aquí hay algo tremendamente interno: Tim me copia una carta que le manda a un colaborador. Pero yo no me voy a meter entre los editores y los redactores. Es la escalera al infierno.”

“Una de mis misiones es lograr que los redactores se sientan queridos”, dice Guarino. “Yo los quiero por el esfuerzo que ponen, y quiero a todo el equipo por convertir su trabajo en algo que a la larga va

a aparecer aquí.” Entre la revista y la página web, *Artforum* alberga un amplio espectro de voces. A los colaboradores no necesariamente les gusta el estilo de los demás; algunos son como divas que se resisten a ser editados. “Me relaciono con un montón de escritores”, dice Guarino, fatigado. “En cierto punto uno tiene la opresiva sensación de ser un representante tratando con estrellas.”

Artforum tiene un departamento editorial de dieciséis personas, la mayoría de ellas graduadas en prestigiosas universidades de los Estados Unidos o sus equivalentes británicas. “Tenemos la suerte de trabajar con un grupo de gente a la que no se puede mandonear”, explica Guarino. “Es como tratar de pastorear a una manada de lobos.” La mayor parte no estudió historia del arte sino literatura inglesa o escritura creativa. “También tenemos la suerte de ser un destino buscado”, agrega. “Ellos llegan y nosotros tratamos de acorralarlos.”

Antes de entrar a la revista, Guarino trabajó con un grupo de artistas performáticos, y adora el mundo del arte por los personajes que viven en él. En cuanto al arte contemporáneo, “el noventa y cinco por ciento no puede ser tomado en serio”, declara. Guarino exhibe una visión del tema bastante más cínica de la que podría esperarse de alguien que participa en la producción de un volumen mensual sobre el mundo del arte. “Soy como el cura ateo que entiende el efecto curativo de la religión”, me dice. “No puedes ser el líder de la ciencia ficción si crees en extraterrestres y toda esa mierda.”

De manera similar a lo que ocurre con el Premio Turner, aparecer en la portada de *Artforum*, lograr un artículo o, a veces, incluso una reseña puede tener un gran impacto en la carrera de un artista. Y así como el premio se basa en la autoridad del museo y la confiabilidad del jurado, la influencia de la revista está directamente relacionada con su integridad. “Existe la sostenida creencia, basada en los hechos, de que no se puede comprar una reseña en *Artforum*”, declara Guarino. “La primera reacción de un galerista nuevo es molestarse y frustrarse un poco, pero a la larga nos respetan por eso. Nuestra reputación depende de toda una historia de esforzarnos por ser objetivos en un mundo

de subjetividad. Claro que una opinión objetiva es un oxímoron, pero eso nunca nos detuvo.”

Guarino destapa un marcador negro ultrafino y firma una nueva tarjeta de prensa de *Artforum*. Me la da, mientras me dice: “Acéptala, hermana. Úsala honorablemente. Úsala bien”. En el proceso de negociar el acceso a *Artforum*, terminé escribiendo informes para la página web de la revista. Participar parecía ser la única manera de poder observar. Acostumbrados al poder de representar, los directores y editores no siempre se sienten totalmente a gusto con la perspectiva de ser representados, pero quedó implícito que me abrirían las puertas si escribía para ellos. Resultó que la revista online y la revista en papel funcionan como entidades separadas con contenidos diferentes, de modo que nunca tuve acceso directo a mi principal objeto de investigación: la atractiva revista mensual.

Aun así, no pude evitar pensar en la máxima de Adrian Searle: “Sin conflicto no hay interés”. Searle, uno de los críticos más influyentes de Gran Bretaña —en parte por su fama de mantener una opinión independiente—, me dijo: “A menudo uno termina sabiendo demasiado. Algunos piensan que pueden ser puros y distantes, pero no sé siquiera si eso es recomendable. Todo lo que aprendí fue gracias a mis charlas con los artistas, pero eso también lleva a recopilar demasiada información personal; por eso yo hago una política de la mala memoria”. Searle me dio también una definición directa de la crítica: “Los críticos de arte somos sólo espectadores que decimos lo que pensamos. Si yo fuera artista, ¿no sería espantoso que no se dijera nada sobre mi obra? ¿Acaso las cosas no viven no sólo por la experiencia directa sino también a través del rumor, la discusión, la argumentación, la fantasía?”.

La integridad de *Artforum* es, sin duda, atribuible a los principios no intervencionistas de su dueño principal, Tony Korner. Segundo hijo de un banquero británico, estudió en Harrow para luego especializarse en derecho y economía en Cambridge. Korner es un caballero. Mide casi un metro noventa, usa blazers color azul marino y expresiones corteses como “el trasero”. A diferencia de la mayoría de los dueños

de revistas de arte, Korner nunca ha coleccionado arte contemporáneo. Cuando fui a entrevistarle a su apartamento londinense —un ambiente exótico lleno de objetos originarios de diversas épocas, desde la Edad Media hasta el siglo XIX—, me explicó: “Me pareció que era más transparente evitar los conflictos. Primero, no quería favores de los galeristas. No quería meterme en las turbias aguas del intercambio privado ni en la vía rápida entre lo que podía llegar a estar en mi pared y lo que podía llegar a aparecer en la tapa de la revista”. Me sirvió una copa de champán, me ofreció almendras, y siguió: “Segundo, me crié en una sociedad que apenas reconocía la existencia del siglo XX. Cuando empecé con *Artforum*, era un principiante y probablemente habría comprado las obras equivocadas. Fue bueno para mí y para la revista que yo tuviera una mirada inexperta y que no estuviera involucrado —y sigo sin estarlo— en ningún movimiento o tendencia artística en particular”.

Cuando le pregunté qué define a una buena revista de arte, Korner fue inflexible: “Lo único esencial es que no siga al mercado. Ni trate activamente de influir en el mercado. Tiene que tener punto de vista propio. Tiene que ser honesta. Después de eso, claridad de escritura, pureza de diseño”. Fijó una mirada pensativa en dos retratos flamencos del siglo XV, colgados a cada lado de la repisa de la chimenea. “Nosotros nos consideramos la revista de referencia en arte contemporáneo. Pasamos una increíble cantidad de tiempo verificando hechos, asegurándonos de tener las dimensiones y los materiales precisos de cada obra, etcétera.” Le dije que los críticos de los diarios se quejan de que las revistas de arte, que dependen de la publicidad de las galerías, casi nunca publican reseñas negativas. Korner mantuvo la calma: “Podemos tener credibilidad sin negatividad”, me respondió. “A veces lo significativo es lo que no publicamos.” Más aún, *Artforum* es conocida por publicar severas reseñas sobre muestras de museos o bienales. Korner está orgulloso de la revista, pero no se ufana. Cuando me estaba yendo, me hizo la vieja broma: “Si te has dormido en los laureles, estás usándolos en el lugar equivocado”.

Son las 10.00. El departamento editorial se encuentra en el lado oeste del piso diecinueve, mientras que el de publicidad ocupa el lado este. El departamento de producción, en el medio, hace de amortiguador. El editor jefe, Jeff Gibson, está controlando por cuarta vez un artículo para asegurarse de que esté “súper limpio”. El zumbido sedante de la música dub y el perfume ahumado del té Lapsang Souchong invaden su pequeña y ordenada oficina. Gibson vincula su trabajo al de un policía de tránsito: mantiene relaciones con y depura textos de entre ochenta y cien redactores. Antes de unirse a *Artforum*, fue coeditor de una revista llamada *Art & Text* y escribió un diccionario de estados alucinatorios comunes a artistas y críticos (*Dupe*). En el libro definió apreciación esquizofrénica como “bruscos cambios del criterio evaluativo provocados por envidia competitiva”, y omnisciencia lateral como “una incrementada sensación de iluminación basada en la falta de experiencia”.

Unas puertas más allá, la editora senior Elizabeth Schambelan se dispone a otro round de edición frente a un artículo “escrito por un extranjero a toda velocidad”. Ya ha tenido un “penoso toma y daca” con el autor, de modo que se ha resignado a perder la mañana con las revisiones. Schambelan fue asistente editorial en *Serpent’s Tail* y *Grove Atlantic* antes de venir a *Artforum*. “Me pasaba el día haciendo propuestas para publicar libros que nadie quería publicar”, dice. “Tenía ideas increíblemente no comerciales.” Schambelan cree que hay cierta verdad en la afirmación de que la escritura va con cincuenta años de retraso respecto a la pintura. “Estaba harta de leer novelas a lo Hemingway, llenas de lirismo musculoso”, explica. “El arte contemporáneo parecía estar tomando caminos más arriesgados e interesantes que la ficción contemporánea.” Posa los dedos sobre un impreso como si le espantara la tarea por hacer. ¿Qué pasa con los textos que se publican en *Artforum*; cuáles son sus convenciones? “Honestamente, no creo que tengamos un discurso dominante”, responde. La etimología de la palabra “magazine” (“revista”) sugiere un lugar donde se almacenan diversas mercancías. “Nuestra intención es ser una gran maleta que incluya diferentes cosas”, explica. “Algunos de nuestros colaboradores son muy

académicos, muy apegados a la teoría. Otros tienen antecedentes literarios o periodísticos.”

Entre la oficina del editor jefe y la oficina de la editora senior se encuentra, en una esquina, la guarida del editor general, Tim Griffin. Griffin tiene treinta y seis años. Su oficina es más grande que las otras: una avalancha de libros, revistas y paquetes amenaza con desmoronarse desde el sofá de cuero, el sillón, el escritorio. En el suelo, un televisor sobre un reproductor de DVD junto a otros desprendimientos; sobre el escritorio, el claro entre el teclado y la pantalla está demarcado por una lata de Dr Pepper y una taza del New York Shakespeare Festival. Con una licenciatura en poesía del Bard College, Griffin se une a la venerable tradición de poetas (desde Charles Baudelaire hasta Frank O’Hara) que se volcaron a la crítica de arte. “Siéntate donde quieras”, me dice cuando entro. “Voy a sacar algunas cosas del medio para que podamos vernos las caras.”

Vestido de negro de pies a cabeza, calvo y de modales solemnes, Griffin parece un clérigo problematizado, mitad moderno, mitad bicho raro. Se queda quieto, con las manos en la falda. Desde su primer número como editor general, el de octubre de 2003, la sensación es que la revista se ha vuelto más seria. “El arte”, me dice, “es un empeño intelectual, filosófico y espiritual”. Esta mañana, antes de salir de su casa, Griffin hizo un par de llamados a Europa, y mientras venía en metro desde Harlem leyó algunas “galeradas” (es decir, pruebas de página). Cuando llegó a la oficina revisó la portada, se aseguró de que hubiera llegado un artículo clave y confirmó “que no hubieran agujeros o emergencias”. Griffin está ocupado: trata de cerrar un número, una ordalía mensual que incluye largas horas de implacable triturado de palabras. Por lo tanto, voy directo a la entrevista: ¿qué define a un buen jefe de redacción?

“Hay que estar dispuesto a intercambiar ideas”, me dice Griffin. “Hay que mantenerse al tanto de todo. Estar abierto a todas las facciones... pero al mismo tiempo aplicar un criterio.” Cita la letra de una canción de Kenny Rogers —hay que saber cuándo seguir en el juego y cuándo retirarse—, y agrega: “Idealmente, *Artforum* termina contando

la historia del arte de su época”. Las páginas editoriales transmiten la narración crítica. Las páginas de anuncios, la narrativa del mercado. “Si no puedes tener un diálogo intelectual en una revista de arte”, cuestiona, “¿entonces dónde lo tendrás?”.

Le pregunto cómo describiría la influencia de *Artforum*.

“Todavía trato de llegar a alguna conclusión sobre ese punto”, me responde con sinceridad. “Se dice por ahí que alguna vez el crítico guió al marchante y el marchante guió al coleccionista, mientras que ahora, supuestamente, el coleccionista guía al marchante y el marchante guía al crítico. Sería tonto sostener que las cosas no han cambiado, pero sí seguimos tratando de conducir el discurso, o al menos de dar una perspectiva.” El contenido de la revista se centra en los artistas que están exponiendo, de modo que parecería que son las galerías las que buscan y eligen. Por otra parte, muchas veces los artistas eligen galeristas en otras ciudades una vez que han recibido el apoyo de un crítico convincente. No hay una cadena lineal de influencia; cada participante produce su vaivén, y el consenso va tomando forma de espiral.

“¿Cómo describirías tu relación con los galeristas?”

Griffin se encoge de hombros. “Podría pensarse que los galeristas tienen una sensibilidad de contribuyente de impuestos —‘te estoy pagando el sueldo, así que mejor que vea reflejados todos mis intereses’—, pero hasta ahora la gente ha sido muy generosa”, dice. “Creo que todos se dan cuenta de que la cosa se puede ir a pique si en alguna parte no se produce un diálogo significativo.” Griffin toma un sorbo de café y vuelve a posar las manos sobre las rodillas. “No quiero que mi gestión quede asociada al surgimiento de un par de artistas”, continúa, “sino más bien a un cambio en el tipo de lenguaje: un cambio sustantivo del discurso alrededor del arte y la clase de atención que esta comunidad le presta”. Griffin detesta todo lo que, según él, trivializa el arte. Esta es una de las razones por las que se burla de *Scene & Heard*^{*}, la sección social de *Artforum.com*. “El riesgo es que sólo refleje la ‘celebrificación’

* Juego de palabras, por similitud sonora, entre *Seen & Heard* (“visto y oído”) y *Scene & Herd* (“la escena y la manada”). (N. de la T.)

del mundo del arte y su creación de camarillas encubiertas”, declara con disgusto, como si el hecho de que yo escriba para esa sección, de lejos la más leída, de la organización *Artforum* equivaliera a prostituirme en un burdel.

De pronto, el edificio es invadido por una alarma contra incendios. Griffin se asoma a la puerta, pero se queda quieto. Aparentemente la alarma se dispara varias veces al día. Sobre el escritorio hay un regalo de Navidad de la Norton Family Foundation: una caja de música hecha por el artista Christian Marclay, que en la tapa dice SILENT y al abrirse revela el anagrama LISTEN.^{*} Como está claro que hay que ignorar la sirena, pregunto: “¿Cuándo fue la última vez que quedaste atrapado en un conflicto de intereses?”.

“Debe haber sido hace menos de lo que creo”, me dice. “Pero si empiezas a apoyar a artistas que no lo merecen o lo haces de una manera excesiva, alejarás a tus lectores y socavarás tu propia credibilidad.” Cuando cree en un artista, Griffin se vuelve devoto, pero en el caso contrario, en fin... “Hay cierto tipo de arte que directamente ni tocamos”, dice. “No tengo idea de por qué vende o por qué a la gente le interesa.” La alarma se detiene, y él parece aliviado.

La vista se le va hacia la pantalla del ordenador. Le pregunto si hay tiempo para una última pregunta.

“Bueno, lánzala”, me dice. “Después creo que tengo que desintonizar.”

Hay diversas metáforas en torno a la función de los críticos de arte: “La crítica de arte es a los artistas lo que la ornitología es a los pájaros”, o “la crítica es la cola que mueve al perro”. ¿Qué analogía utiliza Griffin para definir el papel de la crítica?

Mira las cortinas venecianas que bloquean su espectacular vista hacia el oeste, luego la cubierta del catálogo de Collier Schorr que corona uno de los montículos de su escritorio. “Un crítico es un detective”, dice finalmente. “Mira todo esto y trata de darle algún sentido.”

* “Callado” y “escucha”, que en inglés se forman con las mismas letras. (N. de la T.)

Mmm... “¿Entonces un crítico es un investigador privado?”, le pregunto. “¿Eso significa que los artistas son víctimas de asesinato y su trabajo es la evidencia? Sería feo pensar que estuviste investigando algo aburrido como un fraude a la aseguradora.”

“Es algo existencial”, responde Griffin. “Nunca nada es evidencia en y por sí mismo. Uno tiene que decidir qué podría llegar a ser una pista. Tal vez, como sucede en *El halcón maltés*, ni siquiera hay un crimen que resolver. Es cuestión de intentar crear significado en estas cosas del mundo que te rodea, y darle al arte un lugar en el que pueda resonar.” Toma otro sorbo de café y agrega: “De hecho mi detective preferido es Marlowe en *El largo adiós*, de Robert Altman”. En la sorpresiva escena final de la película, Marlowe mata a un amigo que había fingido su propia muerte para no ir preso por el asesinato de su mujer.

Cuando me levanto para despedirme, Griffin, agudamente consciente del legado intelectual de *Artforum* y no del todo cómodo con su condición comercial, me dice: “Sólo te pido que no me hagas quedar como el vendedor de pasta dentífrica de una contracultura”.

No hace mucho tiempo, fui a tomar un café con una clase muy diferente de poeta-crítico, Peter Schjeldahl, el principal columnista de arte del *New Yorker*. En su apartamento del East Village, rodeado de obras de arte obsequiadas por amigos en sus tiempos de trabajador freelance, Schjeldahl me contó que había dejado la universidad. “Era narcisista, impaciente, indisciplinado, me drogaba... Era el comienzo de los sesenta. Parecía que era lo que había que hacer.” En esa época, el mundo de la poesía se fundía con el mundo del arte. “Todos los poetas escribíamos críticas para *ArtNews*”, me dijo. “Poco a poco, fui descubriendo que, de las cosas por las que se ganaba dinero, era lo único que sabía hacer.”

Para Schjeldahl, el propósito de la crítica de arte es “darle a la gente algo que leer”. La ve como un “arte menor, como la stand-up comedy” más que como un empeño metafísico. “Un gran crítico de arte es lo último que obtiene cualquier civilización”, siguió diciendo. “Empiezas con una casa, después pones un farol en la calle, una estación de servicio, un supermercado, un centro de artes escénicas, un museo.

Y la última de las cosas que aparecen es un crítico de arte.” Más aún, “no vas a encontrar un buen crítico de arte en St. Louis. Para ser un buen crítico tienes que ser capaz de ganarte un enemigo por semana, y aun así nunca quedarte sin amigos. En este país, eso pasa en Los Ángeles y en Nueva York. De otro modo, tendrás que mudarte todo el tiempo”.

Mientras que Griffin ha editado “paquetes de artículos” sobre teóricos culturales europeos y no le teme a la jerga, Schjeldahl es un populista y se queja de los intelectuales profesionales que “se creen científicos y aspiran a algún tipo de conocimiento objetivo”. Lo reconforta el hecho de que “la mala escritura es una ofensa con castigo incluido. Nadie la lee, salvo aquellos que están obligados”. De todas maneras, puede llegar a divertirse la función de la jerga en conversaciones técnicas. “Escuchas a dos mecánicos de automóvil y no tienes idea de lo que están diciendo. Hay una especie de poesía en esas frases impenetrables. ¿Por qué no puede tener eso la crítica de arte?”

A menudo, Schjeldahl siente que “esto ya lo he visto”. Por eso es cada vez menos frecuente que vaya a ver arte contemporáneo por placer. “El arte es generacional, y *Artforum* es una revista que se identifica con la juventud”, me explicó. “Es la revista de arte, cuyo papel es sostener un espejo de dos caras ante la nueva generación, para que ellos puedan verse a sí mismos y nosotros podamos verlos desde el otro lado.” Muchos de los redactores de *Artforum* son jóvenes o académicos que, más que un sueldo del cual vivir, tratan de hacerse una reputación. “Con lo poco que paga *Artforum*, los que escriben para la revista lo hacen por la gloria”, me dijo Schjeldahl. “Pero llega un momento en que tu medidor de gloria está exultante y te das cuenta de que te estás muriendo de hambre.”

Los bajos sueldos de los críticos llevan a que sus intereses personales y relaciones sociales puedan, con facilidad, eclipsar sus obligaciones profesionales. “Es un conflicto”, admitió Schjeldahl. “De verdad me gustan los artistas, pero me doy cuenta de que ya casi no soy amigo de ellos. Tuve que dejar de aceptar obras.” En la década de 1980, una gallerista que todavía tiene su local en Chelsea trató de contratar a Schjel-

dahl. "Me ofreció toneladas de dinero. Yo le dije: 'Lo que no entiendes es que todo el valor que estás buscando desaparecerá en el momento en que acepte tu cheque'. Después me llamó y me dijo: 'Ya sé que no aceptarías dinero. Ni se me ocurriría ofrecerte dinero. Pero te diré qué voy a hacer: voy a pagar la educación de tus hijas'." Entre risas, Schjeldahl agregó: "En otra ocasión me dijo: 'Vuélveme a contar lo de tu ética'". En el *New Yorker*, que el crítico describió como "tan arriba en la cadena alimentaria que estoy flotando en una nube", Schjeldahl está muy atento a cómo expone sus gustos. "Uno de mis principios", me explicó, "es que mis lectores sepan o intuyan cuál es mi interés en la situación. Si tengo alguna opinión que no manifiesto en el cuerpo del artículo, entonces les estoy robando".

Fuera de la oficina de Griffin, el golpeteo de los teclados y el runrún de las enormes impresoras silencian el zumbido de las luces fluorescentes. Camino junto a una hilera de cubículos en los que todos leen textos bajo lámparas Anglepoise. El asistente de Griffin, un elegante joven de veinticinco años con un ejemplar de *Vanity Fair* debajo del escritorio, se sienta junto a la verificadora de datos, una licenciada en historia del arte que usa pieles vintage. Junto a ellos hay dos editores asociados: una con título de Harvard, cuyo uniforme de trabajo incluye tacones altos y tapones para los oídos, el otro con título de Oxford, uno de los pocos miembros de la redacción que cuelga su americana en una percha.

Perpendicular a esta hilera se extiende un pasillo, que de un lado funciona como "la biblioteca" (una pared con libros desde el suelo hasta al techo) y del otro como "la cocina" (un fregadero sucio, una nevera pequeña y un microondas). Dos mujeres de publicidad y el editor de reseñas están esperando que hierva el agua, de pie junto al dispensador de agua. Paso junto a un mapa de Europa bastante manoseado y una serie de notas autoadhesivas en tinta roja sobre fondo amarillo, implorándoles a quienes se vayan tarde que limpien y cierren con llave. Todas exhiben la reconocible caligrafía de Landesman. Después doblo y me encuentro nuevamente en la entrada. Ahora el escritorio de recepción

está atendido no por una chica vivaz sino por un artista delgado que contesta el teléfono con tono moroso.

Me paseo por el sector, sociable y puramente femenino, que se ocupa de la publicidad, la distribución y la contabilidad. *Artforum* tiene una tirada de 60.000 ejemplares; aproximadamente la mitad se envía por correo a los suscriptores, y la otra mitad se vende en puestos de diarios. El 65 por ciento de los ejemplares se quedan en Norteamérica, mientras que el otro 35 por ciento vuela hacia otros países, mayormente europeos. Aunque tanto *ArtNews* como *Art in America* tienen mayor circulación, no cuentan con el tipo de lector profesional que hace de *Artforum* la publicación líder del mundo del arte. "No vamos a admitir que nadie sea nuestra competencia. Nosotros somos *Artforum*, ellos no", dice Guarino con una sonrisa. "No perdemos de vista a *Frieze* [la revista de arte británica].* Ellos trabajan bien, pero nos gusta pensar que nosotros somos mejores", dice Landesman.

Más allá del rincón de las contables está la oficina cerrada del editor de *Bookforum*, Eric Banks. En la puerta, una postal declara: NO MORE ART (Basta de arte). Su escritorio es un paisaje urbano de libros nuevos pulcramente apilados, pero la oficina, en sí misma, está vacía. Siento una corriente de aire y atravieso el umbral para investigar de qué se trata. "Estoy en la cornisa", anuncia Banks con su grave tonalidad sureña. Ha salido por la ventana hasta un balcón para fumar varios Marlboros, uno tras otro. "¿No te encanta mi vista warholiana?", agrega, señalando en dirección al edificio Empire State. Banks trabajó ocho años en *Artforum* antes de tomar el mando de este retoño bimestral, *Bookforum*, una revista de reseñas literarias para lectores "intelectualmente curiosos, no del todo intelectuales; nunca usaría la palabra modernillos, pero sin duda jóvenes e inteligentes". Me siento sobre el descascarado radiador y Banks empieza a cautivarme con sus puntos de vista sobre la dinámica psicológica de *Artforum*. "La estructura familiar

* *Frieze* es una revista de arte internacional que empezó a publicarse en 1991 y sale ocho veces por año. Desde 2003, sus dueños, Amanda Sharp y Matthew Slotover, también organizan la Feria de Arte de *Frieze*.

es beneficiosa y no tanto”, dice. “A veces nos sentimos como la familia Brady, otras veces es más como la familia Manson. A mí me encantan los Manson. Siempre han sido mis asesinos favoritos.”

Suena mi móvil. “¡Sarah! ¿Dónde estás?”

A tres metros de la oficina de Banks, en una de sus muchas terminales de trabajo, está Knight Landesman. Sólido, de ojos vivos, enfundado en un traje bermejo, Landesman hace pensar no en uno sino en una multitud de personajes de ficción. Imagínense a Pepito Grillo, siempre listo para darle a Pinocho un buen consejo, o a Puck, el duende pagano, en una nueva comedia de oficina de inspiración shakespeariana, por los creadores de *Todopoderoso*. Mientras que resulta visualmente demandante, Landesman es verbalmente retraído. “Hace rato que he subsumido mi identidad en la institución”, me dice. “Creo que lo mismo ocurre con todos los que trabajan en *Artforum*. No es un lugar que va a llevar tu nombre a las marquesinas, pero trabajar aquí te aporta dignidad.” Junto con la directora publicitaria, Danielle McConnell, y su equipo, Landesman produce la mayor parte de los ingresos. Durante los últimos dos años, con el florecimiento del mercado, la revista ha sido gruesa como una guía telefónica, ganándose el apodo de *Adforum*.* “Soy como el personal de tierra”, me dice. “Hay que ponerle combustible al avión, dejar todo listo para que, en un mundo ideal, los editores y los redactores puedan volar adonde quieran.”

“Ven conmigo”, me pide Landesman. No le gusta estar quieto mucho tiempo. Lo sigo a la oficina de Guarino. En el centro de la mesa redonda está la maqueta de la revista, donde se especifica la ubicación de todos los anuncios de este mes. Inclinado sobre ella, Guarino levanta la vista y dice: “Knight, estoy confundido. ¿Por qué esta porquería encabeza la sección de los museos en lugar de algo glorioso, hermoso y poderoso?”

“Cámbialo”, le responde Landesman. “No quise empezar con el Schaulager porque quería mantenerlos cerca del MoMA.” Guarino me

* “Foro del anuncio publicitario”, en lugar de “Foro de arte”. (N. de la T.)

mira y me explica: “El MoMA siempre es el último anuncio antes de la parte editorial. Les dice a los demás: ‘Oigan, están antes que el MoMA, así que cállense la boca y no protesten’”. Cuando los galeristas abren un nuevo número de *Artforum*, lo primero que hacen es fijarse dónde se ubican sus anuncios en la jerarquía de páginas. Las galerías pagan un recargo para aparecer en el primer 30 por ciento de la revista. “Poder pagarlo no significa que puedas entrar”, sigue Guarino. “Para que esto mantenga su valor, tenemos que asegurarnos de que sólo cierta gente puede vivir aquí.” Algunas de las ubicaciones son permanentes: Marian Goodman siempre enfrenta la página del índice; Larry Gagosian viene después de la página de los colaboradores, y Bruno Bischofberger, cuyos característicos anuncios consisten exclusivamente en fotos de Suiza, ha tenido la contraportada de la revista desde los ochenta. Pero muchos otros lugares varían mes a mes.

“Es como un cubo mágico”, me explica Landesman. “Cada anuncio tiene detrás una historia. El anuncio de la Feria de Basilea no puede ir al lado del anuncio de una galería que no esté en Basilea. Las galerías más grandes pueden comprar páginas dobles para controlar estas cosas, pero depende de nosotros hacer que quede bien.”

“Incluso al final de la maqueta hay anuncios hermosos”, dice Guarino. “Pero si yo fuera galerista y anunciara en *Artforum*, pondría el anuncio más tranquilo, más elegante, más sutil que pudiera conseguir, porque así obtendría una buena ubicación. Me recompensarían por mi moderación.”

Hace algunos años, *Artforum* tuvo una crisis de identidad cuando se planteó si admitir o no anuncios de moda. Finalmente, se decidió aceptarlos pero sólo ubicándolos en páginas pares. En ese momento, no creían que las joyas fueran “el significante adecuado”, pero terminaron por aceptar a Bulgari cuando se convirtió en patrocinador oficial de su página web.

El intercomunicador emite un sonido agudo. “¿Knight?”

“Sí”, dice Landesman.

“Stefan, de Gallery B, en línea uno.”

“Está bien, la cojo aquí”, dice Landesman. “Eh... está bien... Déjame decírselo a Mike Wilson, nuestro editor de reseñas, a ver si puede pasar a verla él... Mmm... sí, definitivamente es una exposición singular. ¿Hasta cuándo está? Voy a asegurarme de que vaya. Verás su nombre en el libro. Es el editor de reseñas. El que toma las decisiones. Bueno. Perfecto.”

Landesman cuelga el teléfono. “Siempre me llama gente para asegurarse de que veamos sus exposiciones”, me explica. “Nosotros estamos fuera del proceso editorial. Si le preguntas a alguno de nuestros colaboradores ‘¿por qué reseñaste esta exposición en Londres, en Berlín o en Nueva York?’, te dirán que es porque quisieron. Eso se nota al leer las reseñas; se ve que los autores están emocionalmente involucrados.”

El único terreno editorial que los directores de *Artforum* oficialmente pisan resulta ser el espacio que ofrece la mayor afirmación de la obra de un artista: la portada. Cada mes (o, mejor dicho, diez veces por año) el director de diseño hace tres o cuatro portadas diferentes y las pone a consideración de los directores y los editores. A Landesman le gustan las portadas comerciales, “algo que venda en los puestos de revistas. Las chicas y los aviones que suben hacia el cielo están bien. No puedes poner una montaña de basura en la tapa... aunque lo hemos hecho”. Griffin, en cambio, dice: “A mí no me preocupa el quiosco. La portada es un portal a la revista. Es icónica y metonímica. Lo ideal sería que todos los aspectos de lo que pasa en un número estuvieran, de algún modo, comprimidos en una única imagen. Tratamos de hacerlo sin traicionar al artista. Algo puede ser emblemático de cierto número de la revista, pero no de la obra del artista, así que nuestro punto de vista requiere ciertas concesiones mutuas”.

El director de diseño de *Artforum*, Joseph Logan, trabajó en la *Vogue* francesa antes de pasar a la revista de arte. Su mínima oficina, ubicada junto a la de Griffin, exhibe una selección de números de *Artforum* de la década de los sesenta, diseñados por Ed Ruscha: delgados, casi sin publicidad. Para Logan, una pregunta clave al momento de decidir qué obra de arte poner en la portada es: ¿funciona como cuadrado?

“El formato cuadrado es buenísimo porque no privilegia las imágenes horizontales ni las verticales”, explica. “Pero puede convertirse en una pesadilla. Se supone que, por respeto a la obra, no la voy a recortar, y que cada reproducción imita la manera en que la obra está colgada.” Desde que entró a la revista en 2004, Logan ha reducido el logo de *Artforum*, convirtiéndolo en “una pequeño sello” para que interfiera menos con la imagen. “La obra que va en portada no es nuestra voz, pero el hecho de ponerla en portada la convierte en nuestra voz”, dice. “En el momento en que el logo de *Artforum* se coloca sobre una obra de arte, la obra deja de ser sólo de su autor.” El impacto de validación de la portada depende de en qué punto de la carrera de un artista sucede. “De vez en cuando”, dice Logan, “nos gusta correr un riesgo con la portada, dándosela a un artista joven”. No es que Logan se siente con los editores a hablar de la longevidad de cada artista, pero no le darían el lugar principal a alguien que no consideren que posee cierta capacidad de permanencia.

Una de las portadas que más dio que hablar en los últimos años reproducía un díptico de Christopher Williams, cincuenta y tantos, “artista para artistas”. En ese número, la revista tuvo dos tapas: para la primera mitad de la tirada, una foto de una hermosa morena que sonreía con la boca cerrada y lucía una toalla amarilla en la cabeza. Para la segunda mitad, una imagen de la misma mujer, sonriendo con la boca abierta. La doble portada es una de las favoritas de Logan. “Jugaba con el lenguaje de la publicidad y la fotografía de estudio”, dice. “Recordaba una revista de moda, por más que la modelo no estuviera vestida o retocada. En *Vogue*, le habríamos borrado las arrugas y las venas.”

Para Christopher Williams fue raro ver su trabajo en un quiosco de Texas, en el baño de una galería de París o en las carteleras de Viena. Me lo encontré por casualidad en un patio cervecero cerca de Art Basel. Me dijo: “Todo artista experimenta ciclos. Antes de la portada de *Artforum*, ya sentía que algo estaba pasando; pero cuando salió la revista, definitivamente las cosas cambiaron. De pronto tenía reconocimiento más allá de mis colegas: coleccionistas, gente de los museos”.

A Williams le gustó especialmente la idea de las dos portadas. “Gran parte de mi trabajo tiene que ver con el duplicado y con pequeños cambios, como la sonrisa de la chica”, me dijo. “Los tipos se dieron cuenta de eso. Mi obra no fue solamente ‘representada’, sino que la revista logró transmitir conceptualmente uno de sus aspectos.”

Después de hablar sobre su portada, le pregunté a Williams cuál era su visión general de la revista. “Aunque llegue a casa a las diez de la noche y esté encendida la televisión, la abro y miro los anuncios”, me contó. “Es como un boletín ilustrado. Muchas veces organizo mis planes de viaje para poder ver una exposición.” A la mañana siguiente, “tal vez hojeo la parte de reseñas, porque es una manera de ponerme al día con lo que me perdí y es un reflejo de cómo son percibidas las cosas. Si le hacen una mala reseña a un amigo, los llamo y les digo: ‘Esa crítica es una mierda. No sé por qué no lo entendieron’. Si la reseña es buena, llamas y dices: ‘¡Es buenisima!’”. En cuanto a las columnas y los artículos, “soy más selectivo. Siempre leo las notas de ‘Inauguraciones’ sobre artistas jóvenes, y los ‘Top Tens’, en especial las sugerencias sobre música. También me gusta leer las cosas más difíciles. Si me gusta el autor, puedo leer un artículo sobre un artista que no me interesa”.

El poder de *Artforum* como vehículo promocional no es algo con lo que todos sus colaboradores se sientan totalmente cómodos. Hace unos meses me encontré con Rhonda Lieberman, conocida redactora free-lance, que escribe para la revista desde 1989 y en 2003 pasó a ser editora colaboradora. Dada la naturaleza pesadamente sarcástica de su voz escrita, en persona me resultó inesperadamente esbelta y elegante. “En el mundo del arte, un crítico es un vendedor exaltado”, me dijo. “Cuando estás escribiendo un artículo, más allá de lo que escribas, estás colaborando para un folleto ilustrado; y cuando elevas un poco una reseña, eres poco más que un agente de prensa ensalzado. Si yo me dedicara a eso, ¿por qué diablos no sería marchante?” Lieberman sostiene que la crítica honesta debe contextualizarse. “No puedo no fijarme en el mercado. Muchos artistas se fijan en él y juegan con eso. Los periodistas no deberían hacerse los distraídos”, me dijo, negando con el

dedo. “Dentro de esas portadas de gran categoría, *Artforum* alberga un constante ir y venir de charlatanes que elevan el arte y lo separan del mercado a través del uso estratégico de la teoría.” Lieberman sugirió que cuanto más elevada es la escritura, más efectivamente legítima. “Se supone que tenemos que comulgar con su autosuficiente emporio de finas ideas”, concluyó. “Y obviar el hecho de que, para los fetichistas del consumo, ciertas cosas son sobrevaluables. ¡Es represión por omisión, y es para volverse locos!”

Artforum suele ser atacada desde varios sectores. Como explica Guarino, “la gente tiene una ambivalencia en cuanto a la revista. No nos quieren los artistas que nunca reciben lo que se merecen, los galeristas que nos deben mucho dinero y los críticos a quienes nunca les pedimos que escribieran para la revista. Y mientras que muchos coleccionistas están suscritos, muchos se quejan de que sencillamente no la pueden leer”. Korner lamenta que el jefe de redacción esté siempre bajo intensa vigilancia. “De alguna extraña manera, *Artforum* es establishment”, me dice. “Por lo tanto, la gente siempre quiere derrocarla. Siempre están tratando de pescarnos desprevenidos.” Cuando le pregunté qué segmento del mundo del arte era más vociferante, respondió: “Los académicos, sin duda alguna”.

Son las 14.00. Salgo de *Artforum* y me dirijo al Hotel Hilton, en el centro, donde seis mil historiadores del arte y otros investigadores de temas afines convergen para la conferencia anual de la Asociación de Escuelas de Arte (CAA). Tengo dos citas seguidas con historiadores, como para completar mi comprensión de la revista. El hotel es extraordinariamente insulso salvo por el impacto de la estridente alfombra. Historiadores con ropa de Banana Republic y trajes de diseñador en versión económica pululan por el edificio, tratando de encontrar mejores puestos, reclutar colegas y conseguir contratos de edición. Algunos se relacionan individualmente; otros recorren los pasillos rodeados de estudiantes de posgrado, que no les pierden de vista.

La CAA puede compararse con una feria de arte. Es un mercado, en el que los historiadores del arte se venden a sí mismos dentro

de una modesta economía. Por el precio de una obra de un fotógrafo alemán de mediana posición (una en una edición de seis), un coleccionista podría conseguir un original historiador del arte durante todo un año. Como las ferias, la conferencia se centra, cada vez más, en el arte nuevo. Las tesis doctorales solían centrarse en obras de al menos treinta años. Ahora, a los artistas que seis meses atrás ni se los nombraba ya se los “historiza” en la CAA.

Tomo el ascensor hasta el piso más alto del hotel, donde he quedado en encontrarme con Thomas Crow, historiador del arte y editor colaborador de *Artforum*. Crow acaba de dejar una cima de su profesión para pasar a otra. Director, durante siete años, del Getty Research Institute, ahora trabaja en el Instituto de Bellas Artes de la Universidad de Nueva York, al frente de la cátedra Rosalie Solow de Historia del Arte Moderno. Un hombre sólido de frente amplia, cabello negro y barba gris, Crow ha publicado celebrados libros sobre arte del siglo XVIII, moderno y contemporáneo. Según su opinión, la fuerza de *Artforum* radica en que incluye la historia: “Ponen un importante artículo histórico en casi todos los números”. Es más, cuando escribe para *Artforum*, su enfoque no se diferencia del que utiliza para las publicaciones académicas. “Sólo se trata de saber condensar”, explica, mientras toma su café de filtro. “Los artículos son más cortos, así que no me puedo permitir el lujo de desarrollar demasiado y hacen falta más ganchos, pero no trato de escribir algo menos ambicioso. Nunca me pidieron que bajara el nivel de mis escritos o que los hiciera más accesibles.”

Los estratégicos vínculos de *Artforum* con el mundo de la historia del arte tal vez contribuyan a la forma en que “mantiene su predominio con impresionante agudeza” sobre las revistas de la competencia, según Crow. “*Artforum* es como el equipo deportivo que siempre encuentra la manera de ganar”, me dice. “Es como los Yankees de Nueva York o el Manchester United. Siempre está allí, y uno tiene la sensación de que siempre estará.” Si bien todas las revistas de arte contemporáneo intentan producir con lo efímero algo más permanente, *Artforum* hace de esto una política manifiesta. Como me dijo Griffin: “Quie-

ro ir hacia la historia del arte y hacerla parecer contemporánea, e ir a las obras contemporáneas y hacerlas parecer históricas”. El resultado puede ser una publicación que brinda un contexto para lo que Crow denomina “arte en su más alto nivel”; en otras palabras, el arte destinado a la historia del arte.

Crow no se ve como crítico y se resiste a adoptar una escritura afectada, de gran estilo. “Sólo trato de mantenerme fuera del texto”, me dice. “La mitad de la batalla está en la descripción. Si tu material es lo suficientemente vívido, no necesitas adoptar una voz egocéntrica que siempre reflexione sobre tus propias experiencias formativas o tu complejidad mental.” Crow da un golpecito en la programación de la conferencia. “No me gustan los cultos a la personalidad, ni siquiera los cultos menores.” Se levanta para volver a llenar su taza en el bar de autoservicio. Las dos mujeres a mi izquierda mantienen una alegre conversación sobre el uso del lapislázuli en los retablos del temprano Renacimiento italiano, mientras que el hombre a mi derecha, solemne, le relata con tranquilidad a su atento amigo lo que evidentemente es una fascinante historia de contratos, despidos y “supuesto acoso sexual”.

Crow vuelve y le pido que se extienda sobre el tema del autocontrol. “Muchos de los artistas que en este momento llevan la voz cantante (Jeff Koons, Maurizio Cattelan, Damien Hirst, Tracey Emin) explotan un personaje construido”, me dice. “Los cultos a la personalidad son una realidad, a la gente le atrae todo eso, pero tiene que haber un espacio entre uno y las personas sobre las que se está escribiendo, para que uno no sea un eco de la situación que está tratando de analizar.” Si bien los historiadores del arte están siempre juzgando en qué vale la pena que empleen su tiempo, Crow cree que “las actitudes severas y los juicios extremos están un poco fuera de lugar”. En el caso de los columnistas a quienes la gente lee por la coherencia de sus gustos, “los lectores establecen una relación regular con ellos. Quieren saber si les pareció una farsa o les resultó genial”. Sin embargo, “si eres historiador del arte, no puedes decidir que te gusta esta parte de la historia porque tiene que ver con tus propios intereses. Un verdadero historiador

no hace algo así". En este sentido, Crow lamenta aspectos del libro de texto *Art Since 1900*, del enérgico cuarteto académico formado por Hal Foster, Rosalind Krauss, Yve-Alain Bois y Benjamin Buchloh. "Si lees el capitulito sobre el *assemblage* californiano, por ejemplo, a Ed Kienholz lo destrozan, lo consideran mal artista. Esto crea confusión, y es contraproducente. Odiaría ver que, después de leer ese capítulo, los estudiantes no vuelven a mirar a Kienholz."

Le agradezco a Crow su tiempo, me meto en un ascensor atestado y bajo a un café cerca del vestíbulo para entrevistar a un historiador más joven, Tom McDonough, que enseña en la Universidad de Binghamton y escribe para *Art in America*. Mientras hacemos cola para el té, el alto y pálido autor de un libro sobre el "lenguaje de refutación" en la Francia de posguerra defiende las circunvoluciones lingüísticas de *Artforum*. "Se necesita un lenguaje complejo para analizar ideas complejas", dice con genuino entusiasmo. "De modo que hay justificación para toda esa faramalla pomposa con notas al pie. Obviamente, nosotros —aquí tengo que incluirme— también llevamos adelante una serie de competencias. Nos estamos asignando un grupo de pares por medio de la utilización de cierto lenguaje. Es código. Demarca un determinado grupo."

McDonough cree que hubo un tiempo en que la gente estaba convencida de que el papel de la crítica era hacer avanzar la cultura. "Ahora, en lugar de mover la cultura hacia delante, se trata de encontrar un grupo de personas a quienes promocionar", explica. "Promocionan una obra no porque crean que es la obra más importante que se está haciendo o porque sea asunto de vida o muerte, sino porque es un rinconcito del que pueden adueñarse." Hace una pausa, luego agrega: "No es que yo mismo no haya encontrado mi propio nicho y no le haya sacado todo lo que podía llegar a sacarle. No estoy excluido de este juego de búsqueda de pertenencia".

Aun así, a McDonough lo decepciona que *Artforum* se haya "establecido en unas fórmulas impredecibles", y condena su "rápida rotación" de listas de top ten y sus "ciclos de obsolescentes anticipos".

(Tres veces por año, pero no en febrero, la revista publica anuncios breves sobre exposiciones futuras.) Pero lo peor que tiene *Artforum*, según McDonough, es que no ofrece "controversia, ni un debate real. Es un mundo confortable donde la gente básicamente está de acuerdo con lo que opinan los demás. Ese concepto de forum (foro) —una esfera pública donde pueden discutirse ideas— ha desaparecido". Si bien *Artforum* pone énfasis en la inclusión de opiniones contrapuestas, se maneja con un pequeño cuadro de historiadores y críticos. McDonough no es el único que considera que los debates son estrechos y elitistas.

A las 17.30 me despido de McDonough y, mientras cruzo el vestíbulo plagado de académicos, me topo con Jerry Saltz, que va hacia el salón de baile donde se realizará la ceremonia de entrega de premios. Se supone que el evento será "lo más cerca que los historiadores pueden estar de los Oscars", y la columna de Saltz en el *Village Voice* va a ser honrada con el Premio Frank Jewett Mather a la Crítica de Arte. Dos veces finalista para el Premio Pulitzer, Saltz me dice que el Mather tampoco es poca cosa. "Lo ganaron Greenberg, Rosenberg y Roberta —los pesos pesados—, y también algún que otro idiota", dice, refiriéndose al dogmático formalista Clement Greenberg, su archirival ideológico Harold Rosenberg y la esposa de Saltz, Roberta Smith, crítica del *New York Times*.

Uno de los hechos reveladores sobre el pequeño mundo del arte contemporáneo es que dos de los críticos más influyentes de los Estados Unidos, Jerry y Roberta —como los llaman todos—, son marido y mujer. El sábado anterior me había citado para comer con Smith en una deli al viejo estilo neoyorquino. Nos sentamos una frente a otra, en una cabina marrón, y pedimos sopa de pollo con arroz y pan integral con queso fundido. Smith tiene cincuenta y nueve años, un rostro fresco y una tupida cabellera roja. Usa gafas de montura multicolor. Hizo un máster en Historia del Arte y se "obsesionó" con *Artforum*. "Era donde todos querían estar", dice Smith, que luego escribió reseñas para la revista entre 1973 y 1976. "Cuando empecé, mi meta era hacer crítica como actividad principal y que no se me endurecieran

las arterias. La mayoría de los críticos tienen mucha dificultad para desarrollarse más allá del arte que fue su primer amor.” Últimamente, Smith mira sin falta la revista, pero raramente la lee. “Los anuncios son geniales. Todos tienen que mirarla para ver qué está pasando. Es verdaderamente esnob, como Anna Wintour.” Smith no puede imaginarse trabajando otra vez en una revista mensual de arte. “Escribir para una revista de arte es como grabar en estudio, mientras que escribir para un diario es como subirte directamente al escenario. ¿Qué crees que es más divertido?”

Muchos piensan que no hay crítico con más poder que Smith. “Llamas la atención hacia ciertos artistas y le das a la gente formas de pensar en ellos”, me explica con un gracioso movimiento de mano. “El poder es algo que tienes porque te lo has ganado. Sube y baja con cada artículo.” La integridad es fundamental. “Por eso una no compra arte ni escribe sobre sus mejores amigos”, continúa. “Por eso una pone el foco en su tema principal, que es el arte. El poder que tengas tienes que manejarlo de manera responsable, si quieres que la gente te escuche.”

Smith opina que es esencial, aunque no siempre fácil, ser honesto sobre la propia experiencia. “Tienes que estar dispuesta a dejar que tu gusto te traicione”, me explica con tono de hermana. “Cuando estás escribiendo, tienes un montón de ruido de fondo. La duda es una parte central de la inteligencia, y es difícil de controlar. Lo que yo hago es escribir primero y cuestionarme después. Después de entregar, tengo una pequeña sesión de queja: algo me hace sentir mal; podría haber sido mejor; cierta gente me va a odiar al día siguiente.”

Sobre mi pregunta en cuanto a la relación entre crítica de arte e historia del arte, Smith ofrece toda una serie de lúcidas respuestas. “La crítica de arte se hace sin el beneficio de la visión retrospectiva”, dice. “Se hace en el momento. No involucra investigación. Se pone al frente, brinda algunas reacciones.” Como los objetos artísticos se mueven a través del espacio y el tiempo, la gente “les arroja ideas, lenguaje, toda clase de interpretaciones. Algunas de estas cosas prenden, otras no”. Smith siempre tiene la esperanza de que sus

ideas sean “lo suficientemente útiles y precisas como para ser usadas”. Le da un mordisco al sándwich e inclina la cabeza. “El arte acumula sentido a través de un amplio acto colaborativo”, dice. “Yo pongo en palabras algo que todos han visto. Es exquisito ese clic desde el lenguaje hasta el banco de memoria de la experiencia. Es como si tu visión se reencendiera.”

Cuando ya terminábamos con la sopa, llegó Saltz y se sentó junto a su mujer. Jerry y Roberta miden casi lo mismo. No se parecen —ella tiene ojos marrones, él azules—, pero combinan a la perfección. A pesar de tantos años reflejándose, tienen voces marcadamente diferentes. Saltz es un crítico-boxeador: escribe sobre el mundo del arte y también sobre arte, y a menudo se mete en peleas por asuntos de principios. Smith, en contraste, es más parecida a una patinadora artística. Se desliza dentro y fuera de las discusiones antes de que sus lectores se enteren de que ha discutido. Les pregunto qué se siente al ser el rey y la reina de la crítica. Saltz declara: “Somos sólo una pareja”, mientras que Smith confiesa: “Lo pasamos muy, muy bien. Somos capaces de hacer todo lo que hacemos porque para escribir no necesitamos estar solos. Nos encanta lo que hacemos”.

Les pregunto si sus fechas de entrega suelen coincidir.

“Él tiene lunes y martes. Yo tengo martes y miércoles”, responde Smith.

“Pero no hablamos de una exposición si los dos vamos a escribir sobre ella”, dice Saltz. “Ésa es una regla absoluta.”

“¿Es común que escriban sobre lo mismo?”, les pregunto.

“No mucho”, dice Smith. “Nuestro método para no interferir con el trabajo del otro ha evolucionado a lo largo de los años. Ya casi nunca nos superponemos con las galerías, salvo que se trate de un artista de los más famosos. En ciertos casos, uno de los dos le advierte al otro que no vaya a alguna exposición en la que tiene un interés especial. El trato es más o menos: el primero que lo dice, va. Cuando se trata de museos, especialmente las grandes exposiciones en museos, es un poco diferente.”

“A mí me parece que los artistas se merecen aparecer en el *New York Times*”, afirma Saltz. “A veces, me gustaría reseñar la muestra pero pienso que es injusto, especialmente para un artista vivo, negarle la posibilidad del *Times*.”

Quiero saber si sus gustos difieren.

“Lo del gusto es un tema difícil”, responde Smith. “Los dos tendemos a pensarlo como algo polimorfo y fluido, pero pienso que nuestros enfoques son distintos, lo cual probablemente influye en la clase de arte que nos atrae. En rasgos generales, yo soy más formalista. Me interesan más los materiales y cómo son utilizados. Probablemente esté más interesada en la pintura abstracta. Jerry tiene un sentido mucho más agudo del significado psicológico: el contenido profundo, la narrativa.”

Saltz interviene: “Me interesa todo lo formal, pero entré al arte por una puerta diferente. Recuerdo estar con mi madre en Chicago, donde me crié —a enorme distancia del discurso neoyorquino sobre la abstracción—, en el Instituto de Arte, mirando dos cuadros de san Juan Bautista hechos por Giovanni di Paolo. Yo tenía diez años. Miraba uno, luego el otro. En el de la izquierda, San Juan estaba de pie en una celda de la prisión. En el de la derecha, su cuerpo seguía en la celda, pero le habían cortado la cabeza con una espada. La sangre chorreaba por todos lados y la cabeza volaba por el aire. De pronto comprendí que las pinturas podían contar una historia muy completa”. Saltz se rasca la cabeza. “A medida que fui creciendo, la parte narrativa se ha ido complejizando. Trato de ver qué es lo que el artista quiere decir y qué es lo que dice accidentalmente, qué revela la obra sobre la sociedad y sobre las intemporales condiciones de estar vivo. Me encanta la abstracción, pero incluso en las obras abstractas busco un contenido narrativo.”

Mira cariñosamente a su mujer, para ver si quiere agregar algo. Ella sonríe y le devuelve la mirada.

Las 19.00. Estoy parada en el tráfico camino a Chelsea, la zona de galerías que Saltz menciona como “las trincheras”. No hace mucho tuve una charla con Jack Bankowsky, editor general de *Artforum* entre 1992 y 2003, y actualmente editor especial. Vestido como un dandy,

con chaleco, americana y corbata de telas escocesas impecablemente combinadas, su estilo contrasta bastante con el de Griffin. Bankowsky asumió el cargo de editor general poco después del colapso del mundo del arte, en 1990. “Estábamos al límite”, me explicó. “La salud de la revista estaba en peligro. Todos trabajábamos sabiendo que no se recaudaba, que estábamos allí gracias a la generosidad de Tony” (Tony Korner, el dueño principal). Para cuando Bankowsky dejó su cargo, *Artforum* ya no estaba en números rojos, pero la mentalidad de “tiempos duros” siguió presente en la cultura corporativa de la revista. “Siempre ha sido agotador hacer *Artforum*”, me dijo Bankowsky. “La gente trabaja muchísimas horas y está siempre a punto de enloquecer. Cuando era editor temía que fuera todo culpa mía, pero ahora que no estoy producir la revista sigue siendo una lucha.” De hecho, es posible que Bankowsky haya heredado esta extrema ética de trabajo de su predecesora, Ingrid Sischy, famosa por llevar a cabo sesiones de edición nocturnas.

Para describir su enfoque editorial, Bankowsky habló de la importancia de ser conocedor de la crítica de arte: “Es típico que la gente interesada en teóricos como Rosalind Krauss aborrezca a autores como Peter Schjeldahl, pero a mí me gusta lo mejor de ambos bandos, e intenté cortejar a los dos”. Aunque la condición suplementaria de la crítica la convierta en una “empresa difícil”, Bankowsky cree que influye en la gente a la hora de pensar sobre arte. “La crítica se va filtrando y tiene una participación importante en el mercado, y en cómo el arte se mueve a través del planeta”, me dijo. “Alguien como Benjamin Buchloh —contraintuitivamente, dado su temperamento izquierdista— tiene una enorme influencia en la validación del arte dentro del mercado.”

El poder de *Artforum*, según Bankowsky, reside en su seriedad. “Tienes que entender las devociones”, me explicó. “En *Artforum*, y en el mundo del arte en general, la seriedad es un producto. Hay galeristas que quieren que la revista sea seria aun cuando no cuentan con coordenadas reales para distinguir un artículo serio de uno que explota el significativo vacío de la seriedad.” Bankowsky me dio a entender que el desdén de los intelectuales neoyorquinos por los “falsos académicos

yahoo del mundo del arte” es, a menudo, bien fundado. “Antes me estaba todo el rato tratando de combatir la charlatanería en el mundo del arte, pero me di cuenta de que es casi imposible”, me dijo. “La revista tiene algunas cosas estructurales que hacen que sea difícil sostener los niveles profesionales básicos. Su internacionalismo requiere reseñas traducidas; suelen ser delirantes y/o absurdas y presentan dificultades editoriales que simplemente no aparecen en una revista más popular. Y la relación de *Artforum* con la academia lleva a que algunos colaboradores trafiquen en jerga académica sin tener idea de lo que están diciendo, mientras que otros tienen un argumento importante para transmitir pero están acostumbrados a escribir para publicaciones especializadas donde no interesa que la prosa sea elegante.” De cualquier manera, la “extraña lengua franca” de la crítica de arte tiene su peor versión en los comunicados de prensa de las galerías.

Cuando concluíamos la conversación, mencioné a un amigo artista que no tiene marchante y detesta *Artforum* por “exclusiva, incestuosa, presumida, siempre autoalabándose”. Bankowsky respondió, riendo: “Todo eso es cierto. Esa es su identidad de marca, pero podría jactarse de cosas peores”.

Mi taxi se detiene frente a la galería Paula Cooper, ubicada en los lados norte y sur de la calle Veintiuno Oeste (y en la página 33 del número de febrero de *Artforum*). Fundada en 1968 y habiendo representado a muchos importantes minimalistas –para no mencionar que pagó el famoso anuncio de Lynda Benglis en 1974–, la galería tiene una relación de larga duración con la revista. Hoy en día, la mayoría de los anuncios de Paula Cooper carecen de imágenes. Todos los meses, la galería publica un anuncio discreto, de tipografía sencilla, con las diferentes exposiciones, sus fechas de inauguración y la dirección de sus dos locales. El formato es siempre el mismo; lo que cambia es el color del fondo y de las letras. Un asistente me contó que a Cooper no le gusta poner texto encima de una imagen, y que quiere que las obras tengan mucho espacio alrededor. Siempre ha buscado una experiencia purista del arte, de manera que lucha con las ilustraciones.

Una mirada al libro de invitados, que incluye una firma roja, me confirma que el líder de *Artforum* está aquí. A Landesman le gusta salir a ver y entender arte. “Si estás sintonizado con el programa de las galerías”, me había dicho un poco antes, “sabes cuándo están en un momento importante, cuándo se lanzarán a agrandar sus anuncios o a sacar uno nuevo por una exposición en un museo. En general no se presiona, pero a veces te das cuenta de que les convendría un anuncio”. En un momento divisó al director–dueño charlando con una asistente de piernas largas; recuerdo que le encanta el mundo del arte porque “es un terreno neutral donde la gente se encuentra e interactúa de un modo diferente del que se da en sus guetos de clase”. Trato de mirar un poco la exposición de Walid Raad, pero el gran salón rectangular está tan colmado de estudiantes de Cooper Union (donde Raad es profesor), historiadores de la CAA (donde el conceptualista libanés está de moda), colegas artistas (como sus compañeros Hans Haacke y Christian Marclay) y una variedad de otros, que sólo puedo hacerlo empujando gente y pisando pies.

Son las 21.00 horas y regreso a las oficinas de *Artforum*. El edificio parece estar totalmente vacío salvo por el grupo de editores sentados alrededor de la mesa de producción, cenando comida tailandesa en cajas de cartón. “Ven, únete al fogón”, me dice Griffin cuando entro. “Acabamos de tener un genuino intercambio editorial, pero te lo perdiste”, agrega mientras toma un trago de cerveza.

“¡Podemos recrearlo!”, ofrece Schambelan, a quien le había expresado mi frustración por no ver, en la oficina, mucha interacción dinámica.

“Sí, Elizabeth, por favor comienza la plegaria”, dice Griffin.

Los editores comen en silencio. Ahora, los escritorios se ven dignificados por rozagantes gerberas rojas.

“Hablábamos un poco vagamente sobre las próximas entregas de ‘1.000 palabras’”, aporta Griffin. “1.000 palabras” es una columna de *Artforum* donde un artista expone sobre un proyecto reciente o a punto de presentarse, en sus propias (y a menudo, por necesidad, fuertemente editadas) palabras.

“Las ‘1.000 palabras’ del número de verano...”, dice Scott Rothkopf, editor senior que ha pasado a ser part-time para poder terminar su doctorado. “Hace poco, nuestro querido amigo Francesco Vezzoli me contó de su proyecto para el pabellón italiano de la Bienal de Venecia. Parece hecho a medida para ‘1.000 palabras’.”

“Francesco te estuvo trabajando como a flor de macetero”, bromea Griffin con una de sus típicas comparaciones botánicas.

“Va a montar una serie de campañas electorales falsas, vagamente republicanas contra demócratas, protagonizadas por Sharon Stone y Bernard-Henri Lévy”, dice Rothkopf, sin inmutarse. “La gente va a leer la revista, y cuatro días después se va a subir a un avión para ir a verlo en Venecia.”

“Y después van a necesitar una copa”, se ríe Griffin. “Suena bien. Hagámoslo, pero con cuidado, porque estoy seguro de que habrá mucha prensa. ¿Podrías decirle que sería un enorme disgusto que hiciera las mismas declaraciones para *Flash Art*?”

Uno por uno, los editores regresan a sus escritorios para seguir puliendo y clarificando sus textos. “Estoy grogui porque acabo de cruzar una línea de llegada, y tenemos que seguir corriendo un poco más”, me explica Griffin, gruñendo. “Finalmente hemos llegado a un punto en que cerramos cada número de una forma razonable, y a estas alturas de la temporada estamos todos agotados.” En efecto, el mundo del arte se ha expandido y se ha acelerado. Con todo el dinero que entra y todas las páginas adicionales por llenar, imagino que es difícil mantener el ritmo. Como editor en tiempos de florecimiento, Griffin se permite el lujo de ignorar las presiones comerciales y buscar un intercambio ambicioso sobre arte. “La misión de la revista es privilegiar el arte.” Suspira. “Es la única manera de darle sentido a todo esto. Si no, sería sólo matar árboles.”

Capítulo 6

La visita al estudio

Son las 9.04. El reluciente vestíbulo de mármol rojo del Westin Tokyo, como la mayoría de los hoteles de la ciudad, está salpicado de empleados que inclinan la cabeza cuando pasan los huéspedes. Tim Blum y Jeff Poe, a quienes vi por última vez en Basilea, están junto a la puerta principal con los brazos cruzados y las piernas ligeramente separadas. A través de sus Ray-Ban, me clavan la mirada cuando llego unos minutos tarde; luego emprendemos viaje. Vamos a ver una importante obra nueva. Durante siete años estos galeristas de Los Ángeles han estado observando la evolución artística del *Oval Buddha* (Buddha oval) de Takashi Murakami. Todavía falta el baño de platino pero, salvo por eso, la escultura —con un presupuesto de película independiente de Hollywood— está terminada. El autorretrato, de cinco metros y medio de altura, se encuentra en una fundición de Toyama, una ciudad industrial en la costa noroeste de Japón, esperando audiencia.

“Aeropuerto de Haneda, por favor”, dice Blum en fluido japonés. El taxi, por fuera, es de un negro lustroso; por dentro tiene los reglamentarios asientos tapizados en encaje blanco. El conductor usa guantes blancos y mascarilla quirúrgica. Parece un extra de una película de serie B sobre bioterrorismo, pero está cumpliendo una norma indumentaria para quienes están resfriados o sufren alergias. Detrás de su asiento, un cartel nos informa que los pasatiempos de nuestro conductor son: (1) el béisbol, (2) la pesca y (3) conducir.

Poe va sentado en el asiento delantero. Tiene jetlag y resaca. Blum

y yo vamos atrás. Blum vivió cuatro años en Japón. “La verdad es que me gusta hablar el idioma”, me cuenta. “Para mí es como teatro. Me habría encantado ser actor.” Está bronceado, con barba de una semana. Lleva un anillo de calavera que a veces le trae buena suerte. “Schimmel dice que parezco una estrella de cine trastornada”, añade, mostrando los blancos dientes, burlándose de sí mismo. Mientras que Blum podría ser un primer actor cualquiera, Poe se parece al Dude de Jeff Bridges en *El gran Lebowski*.

Paul Schimmel, curador en jefe del Museo de Arte Contemporáneo de Los Ángeles, también está viajando hacia Toyama. Su retrospectiva de la obra de Murakami, titulada © MURAKAMI, inaugura en cuatro meses y se supone que culmine con *Oval*. Blum se inclina hacia el asiento delantero. “¡Schimmel recaudó por cuadruplicado!”, protesta, un poco en broma. “Primero donamos cien mil dólares para la exposición. Segundo, Larry, Perrotin y nosotros pagamos la publicidad.” Habla de los marchantes de Murakami en París y Nueva York. “Tercero, tenemos que hacernos cargo del traslado vía aérea de *Oval* para que llegue a tiempo. Y cuarto, quieren que compremos unas cuantas mesas de veinticinco mil dólares para la gala.” Blum se da vuelta y me mira. “Háblale de dinero. Es un trauma. Odia gastar.”

Poe sacude lentamente la cabeza sin levantarla del apoyacabezas. “Schimmel ha hecho historia varias veces”, dice en tono monocorde. “Ha hecho varias idioteces académicas y varias muestras espectaculares. Es dinero bien gastado; una minucia, comparado con lo que pusimos para la construcción de *Oval*.” Da un gran trago a su agua mineral y se abraza a la botella de dos litros. “*Oval* es muy importante para nosotros, y no sólo por ser la producción de mayor presupuesto de la galería hasta el momento.” Cuando Blum y Poe abrieron la galería en 1994, vendían cigarros cubanos por la puerta del fondo para poder cubrir los gastos. Incluso en 1999, cuando expusieron el trabajo de Murakami en la sección Art Statements de Art Basel, tuvieron que pedirle a gente de otros stands que los ayudaran a levantar la obra porque no podían contratar instaladores. “Ver esta pieza”, sigue Poe, “va a ser conmovedor”.

La primera retrospectiva de un artista vivo es un momento de balance, no sólo para los críticos, los curadores y los coleccionistas sino para el propio artista y para sus marchantes. Según Blum, no sorprende que Murakami, de cuarenta y cinco años, sea “validado” en tierra extranjera. “Japón es una cultura homogénea. No les gusta que alguien sobresalga demasiado. Quieren volverlo a meter para adentro.” Blum mira por la ventana; cruzamos una intersección con aturdidora señalización electrónica. “El nivel de creatividad aquí es mucho más bajo”, continúa. “El mercado del arte es débil, y no hay una red de museos bien montada para el arte contemporáneo. La difusión es difícil.”

Con el objeto de acrecentar al máximo su impacto y dedicarse a todos sus intereses, Murakami dirige una empresa llamada Kaikai Kiki Co. Ltd., que tiene noventa empleados en y alrededor de Tokio y Nueva York. La empresa se dedica a lo que los galeristas llaman una “insana” gama de actividades. Hace arte. Diseña mercancías. Funciona como representante, agente y productora de otros siete artistas japoneses. Lleva a cabo una feria de arte con festival llamada Geisai, y realiza trabajo freelance por millones de dólares para la industria de la moda, la televisión y la música. (Cambiando el orden de las palabras, Kaikai Kiki forma un adjetivo japonés, *kikikaikai*, con el que se hace referencia a fenómenos incómodos, extraños o perturbadores.)

“Takashi es un hombre increíblemente complicado, pero no es preciosista, y no se anda con estupideces”, dice Blum. “Su padre era taxista, pero él tiene un doctorado... y ha curado una trilogía de exposiciones verdaderamente épicas sobre la cultura visual japonesa.” La tercera de estas exposiciones, llamada *Little Boy: The Arts of Japan's Exploding Subculture* (Niño pequeño: las artes de la explosiva subcultura de Japón), presentada en la Asociación Japonesa de Nueva York en 2005, recibió varios premios.

Uno de los encargos más famosos que se le hicieron fue el del gigante de los accesorios, Louis Vuitton. En el año 2000 el director artístico de la compañía, Marc Jacobs, le pidió a Murakami que reformulara la “tela del monograma”, el centenario estampado característico de la

marca, donde las iniciales LV, en beige y marrón, flotan en un campo de flores de cuatro pétalos y figuras de diamantes. Se produjeron tres de los diseños de Murakami, y uno de ellos, "multicolor", que utilizaba treinta y tres colores "golosina" sobre fondos blancos y negros, tuvo tanto éxito que se convirtió en línea estándar. A continuación, Murakami le dio la vuelta a las cosas y metió la gran marca en su propia obra, con una serie de pinturas que consistían, simplemente, en el diseño LV multicolor. "Las pinturas de Vuitton van a ser importantes más adelante", declara Poe. "La gente todavía no se da cuenta. Las ven como estrategia de marca y eso es aburrido, pero son tan superplanas como todo lo que ha hecho", dice, usando el término con el que Murakami se refiere a su modo de aplanar las distinciones entre arte y bienes de lujo, alta cultura y cultura popular, Oriente y Occidente.

Pasamos junto a un canal; desde aquí se puede ver una estructura roja y blanca tipo Torre Eiffel, conocida como Torre de Tokio. "¿Cuál es el papel de un galerista en el estudio?", les pregunto.

"La gente, cuando piensa en el estudio de un artista, se imagina a Jackson Pollock danzando alrededor de un lienzo", rezonga Poe desde debajo de su gorra de béisbol color beige. "Los galeristas somos editores y conspiradores. Ayudamos a determinar qué se muestra y cómo se muestra, y ayudamos a poner el arte en proceso de producción." Poe se da la vuelta, mira a Blum, después a mí. "Al fin y al cabo, nuestro negocio es vender síntomas articulados como objetos", declara. "Me gusta pensar que tengo una relación más honesta con nuestros artistas que algunos otros galeristas, pero no quiero psicoanalizar a nadie."

Dos días antes había visitado los tres estudios japoneses de Murakami. Acompañada de mi intérprete, tomé un tren hasta la prefectura de Saitama, después un taxi; pasamos junto a arrozales de un color verde vivo, atravesamos calles residenciales. Llegamos finalmente al taller de pintura principal, un espacio con forma de establo y revestimiento de aluminio beige. Fuera había seis bicicletas con cestillo y un taxi con el motor en marcha. Murakami acababa de terminar su inspección diaria, y ya se iba. Parecía desanimado. Tenía puesto lo que re-

sultaría ser su uniforme de la semana: camiseta blanca, unos amplios shorts color verde militar y zapatillas Vans blancas, sin calcetines. El pelo negro y largo estaba recogido en un moño samurái. Confirmé nuestra entrevista de esa tarde en Motoazabu, su cuartel general de diseño en Tokio. Él asintió solemnemente y se fue.

Los asistentes de pintura tenían cara de haber sido reprendidos. Esa mañana, como siempre, el equipo había llegado a las 8.50 (en Japón nadie llega tarde, nunca) y había comenzado el día con diez minutos de raijo taiso o calistenia, balanceando los brazos al ritmo de una melodía en piano. Es un ritual nacional del que han participado desde la escuela primaria. Cuando Murakami está, lo hace junto a ellos. Hacia las 9.30, cuando yo llegué, doce empleados estaban distribuidos alrededor de una sala blanca del tamaño de una cancha de tenis. Tres de ellos trabajaban en un tríptico de pinturas circulares cuyos personajes, flores gesticulantes, aparecen también en los títulos de apertura que diseñó Murakami para una popular telenovela japonesa. Tenía que estar listo para una conferencia de prensa, prevista para tres días más tarde. Algunas de las líneas negras estaban turbias y temblorosas: "No lo suficientemente concisas". Algunos colores eran opacos y veteados: "No lo suficientemente densos". La cobertura de platino, en algunas partes, se estaba descascarillando. Además, el tríptico tenía que estar terminado... "¡YA!". Una de las pintoras me contó que tiene un sueño recurrente, en el cual Murakami le grita. "Siempre está enfadado", me explicó, encogiéndose de hombros. "En general, la atmósfera es intensa."

Un hombre le sacó una foto al primer lienzo con una camarita digital. Murakami documenta rigurosamente cada capa de pintura, para seguir el proceso incluso cuando está de viaje y poder volver a mirar las capas en el futuro, si quiere reproducir los efectos en otras obras. Dos mujeres habían colocado la segunda y la tercera pintura sobre una mesa con caballetes. Una estaba sentada en el suelo con las piernas cruzadas, sus ojos a cinco centímetros del borde del cuadro. Tenía un delgado pincel de bambú en la mano izquierda y un hisopo enganchado en el cabello. La otra, una artista llamada Rei Sato, volvía a aplicar partículas

de platino arrodillada en el suelo. Todos usaban idénticas sandalias de plástico marrones y guantes blancos de algodón con las puntas de los dedos cortadas. Nadie tenía más de una o dos manchitas de pintura en la ropa. Trabajaban en silencio o inmersos en el mundo de sus iPods. Le pregunté a Sato si su tarea admitía algún espacio para la creatividad. “En absoluto”, me respondió. Sin embargo, es una de las siete artistas representadas por Kaikai Kiki, y su obra estaba a punto de exhibirse en una exposición colectiva en España. “Mi trabajo es completamente diferente. ¡Es deliberadamente áspero!”, agregó con regocijo.

Di vueltas por la sala, curioseando en los rincones, y descubrí una canasta de plástico llena de cuadros de hongos de veinticinco centímetros cuadrados. Murakami ha creado cuatrocientos diseños de hongos distintos, por lo cual el examen que se les hace a los nuevos empleados —para ver si son capaces de empuñar el pincel en su nombre— consiste en pintar un hongo. Internándome en la sala, me topé con una falange de pequeños lienzos redondos y en blanco, que habían recibido veinte finas capas de imprimidor de yeso, para que quedaran lisos como vidrio. Apoyado contra la pared, otro batallón de “obras en espera”. Un total de ochenta y cinco lienzos estaban camino de convertirse en lo que Murakami informalmente denomina “flores de cara grande”. Oficialmente se llaman *Flowers of Joy* [Flores de la alegría]. La galería Gagosian vendió las cincuenta que exhibió en su muestra de mayo de 2007, a 90.000 dólares cada una. (El precio oficial era 100.000, pero cualquiera que sea alguien obtiene un 10 por ciento de descuento.)

Al fondo del salón había una importante obra a medio hacer: dieciséis grandes paneles con la cara pudorosamente vuelta hacia la pared, medio escondidos debajo de unas láminas de plástico translúcido. De hecho, todo este estudio fue instalado, hace apenas seis meses, para albergar justamente esta obra. Por encargo de François Pinault —el influyente coleccionista y dueño de Christie’s—, el cuadro iba a ser la cuarta obra con el 727 en el nombre (la primera está en la colección del MoMA, mientras que la segunda pertenece al gerente de fondos de inversión Steve Cohen). Como las otras pinturas 727, ésta incluiría a

Mr. DOB, el Mickey Mouse posnuclear de Murakami, como un dios a bordo de una nube, interpretable también como un tiburón haciendo surf sobre una ola, inspirado en la famosa xilografía de Hokusai, *La gran ola de Kanagawa*. La gran obra de dieciséis paneles iba a colocarse a lo largo del atrio del museo Palazzo Grassi, de Pinault, durante los primeros días de la Bienal de Venecia, pero algunos miembros impresionables del equipo de Murakami renunciaron en un momento crucial, y el proyecto tuvo que ser suspendido.

“¡Que Takashi se retrase en un cuadro para Pinault es como que Miguel Ángel se retrase en un cuadro para el Papa!”, era la broma recurrente, lanzada originalmente por Charles Desmarais, subdirector de arte del Museo de Brooklyn, donde la retrospectiva de Murakami llegaría en abril de 2008. (Después de eso, la muestra se trasladaría al Museum für Moderne Kunst de Frankfurt y al Guggenheim Bilbao, en España.) Ese mismo día, más tarde, en su inglés finamente cortado al estilo sashimi, Murakami narró los hechos de otra forma: “Yo estaba con gran tensión. Ellos estaba mucho cansados. Todos los días enojo. Ellos pensaron: ‘A la mierda, Takashi’. Yo pensé: ‘Dios mío, no puedo hacer el trabajo’. Pero no puedo decirle nada a Monsieur Pinault. Fue un momento muy difícil”.

Murakami tiene un estudio de pintura en Nueva York que se asemeja a éste en muchos aspectos. Conectado por correo electrónico, chat y regulares llamadas en conferencia, el otro estudio es ordenado, de paredes blancas y silencioso, excepto por el zumbido de la ventilación y el ocasional secador de pintura. Lo visité dos veces: una en abril, cuando se trabajaba las veinticuatro horas para la muestra en Gagosian, y otra a mediados de mayo, cuando la gente tenía más tiempo para hablar. En mi segunda visita, observé a Ivanny A. Pagan, un pintor de origen puertorriqueño que acababa de salir de la escuela de arte. Detrás de él, sobre un taburete, había tres pequeños botes de plástico. “Verde tres veintiséis, amarillo sesenta y nueve y anaranjado doce. Es como un coloreado por números con una vuelta de tuerca”, me dijo. “No quiero discriminar colores, pero ¡los amarillos son pe-

gajosos! Son malignos, dejan ver las pinceladas.” Se detuvo para pasar el pincel por una zona difícil de una “pelota de flores de tamaño medio” con inspiración op-art, luego añadió: “Se supone que la pintura sintética es uniforme, pero cada color es diferente”. Murakami insiste en que no se vean rastros de su mano ni de la de ningún otro pintor. “Hoy nos hemos quedado sin hisopos y tengo un problema con el polvo”, me dijo Pagan, suspirando. “No está bien visto tocar la pintura”, agregó, reacomodándose los guantes. “Unos diez días antes de la muestra en Gagosian, Takashi vino al estudio. La mayoría de nosotros éramos nuevos, así que nunca lo habíamos visto. Fue muy estresante. Tuvimos que rehacer las cincuenta caras de flores pequeñas.” Pagan metió en agua el pincel de bambú y lo secó en sus pantalones. “Por suerte, nuestra directora de pintura, Sugimoto-san, trabaja con Takashi desde hace diez años. Es tan técnicamente precisa, es espectacular... Puede refinar una pintura en un segundo.” Para Pagan, ir a la inauguración en Gagosian fue “como ver el trabajo por primera vez”. No podía creerlo. “Trabajé más de un mes en una de esas pelotas de flores, pero con el barniz, debajo de las luces, fue una experiencia totalmente diferente. Habíamos aplicado la pintura capa tras capa, pero para el público general estoy seguro de que parecía como si acabara de llegar al lienzo.”

Murakami se diferencia de otros artistas en este reconocimiento de la labor colectiva inscrita en su trabajo. Por poner un ejemplo, en el caso de *Tan Tan Bo* (2001), un cuadro de tres paneles del siempre mutante personaje DOB, que el MOCA está utilizando para las publicidades de su revista (en este cuadro, DOB aparece como una nave espacial intergaláctica con ojos como platos), los nombres de las veinticinco personas que trabajaron en la pieza están escritos detrás del lienzo. Otros cuadros exhiben más de treinta y cinco nombres. Igualmente inusual es el deseo de Murakami de ayudar a sus asistentes a lanzarse en sus propias carreras. Muchos artistas odian perder buenos ayudantes y, lo que es más importante, la apariencia de aislamiento creativo es fundamental para su credibilidad.

Después de algunas horas en el estudio de pintura de Saitama, dos mujeres de relaciones públicas, mi intérprete y yo nos metimos en un Toyota para siete personas conducido por uno de los asistentes no pintores —un muchacho simpático con sombrero de fieltro y gafas estilo años cincuenta—, para ir al estudio original de Murakami, que el artista instaló, con tres asistentes, en 1995. Inicialmente llamado Hiropon Factory, en homenaje a la Factory de Warhol y su modelo industrial de producción artística, fue rebautizado Kaikai Kiki en 2002, cuando Murakami reconceptualizó por completo su operación en los términos de una compañía de marketing y comunicación. Así como Sega tiene a Sonic el erizo y Nintendo tiene a Super Mario, Kaikai Kiki lleva el nombre de las mascotas que aparecen en su membrete y en sus bienes culturales. Kaikai es un anodino conejito blanco, mientras que Kiki es un salvaje ratón rosado de tres ojos, con colmillos. Ambos tienen cuatro orejas, un par “humano” y otro “animal”, para sugerir que la compañía es todo oídos.

Nuestro viaje de quince minutos, entre viviendas modestas pero respetables con arbustos recortados como bonsáis, terminó en un camino de grava rodeado por un puñado de lúgubres edificios prefabricados, árboles silvestres y hierbajos. Además de albergar dos espacios de trabajo, el lugar contiene el archivo de Murakami, dos invernaderos con su colección de cactus y una gran plataforma de flores de loto rosadas en macetas de cerámica de un metro de alto. Los lotos contrastaban tanto con el humilde entorno que parecía que acababan de aterrizar allí.

En el primer edificio, sin ventilación, tres asistentes del estudio escuchaban una radio japonesa de rock y pop, JWAVE, mientras se preparaban para pintar una pequeña escultura en fibra de vidrio titulada *Second Mission Project Ko* (a menudo llamada *SMPKo*), una obra en tres partes en la que Miss Ko, un personaje de historieta con grandes ojos y grandes pechos, naricita respingada y un vientre liso y aerodinámico, se transforma en un avión en vuelo. La obra está en una edición de tres con dos pruebas de artista (*P.A.*). Las primeras tres ediciones ya habían

habían sido vendidas; esta primera *P.A.* tenía que estar lista a tiempo para la muestra en el MOCA. La cabeza, el cabello, el torso, las piernas y los labios de Miss Ko estaban dispuestos, por separado, en lo que parecían ser dos mesas de operaciones. En una mesa, dos mujeres recortaban cinta adhesiva en formas precisas, para cubrir la escultura antes de pintarla con aerosol. En otra parte de la pequeña habitación, un hombre probaba distintos tonos de blanco para hacerle un rayo blanco en el cabello, como el de la *Novia de Frankenstein*. Iba poniendo sobre su rosada piel de Barbie un blanco cremoso, un blanco agrisado, un cegador blanco fluorescente y un cuarto blanco intermedio. Finalmente eligió los dos que parecían funcionar mejor, y dijo: “La decisión final la toma Murakami-san”. Cuando le pregunté qué opinaba del aspecto de Miss Ko, me respondió: “Es una obra maestra de la belleza mediática, pero no es lo que yo, personalmente, busco en una mujer”.

Las ediciones de Murakami se diferencian no sólo por número sino también por color. La primera escultura de una edición puede contener trescientos colores, mientras que la tercera puede llegar a los novecientos. Murakami complica, retuerce y perfecciona las obras a medida que avanza, jugando con el pigmento no solamente como categoría estética sino también como categoría racial. Algunas esculturas y pinturas vienen en varias versiones: albina, melocotón caucásico, marrón aceitunado y negro oscuro. Más tarde, Murakami me dirá que piensa la piel japonesa como “color ciruela”.

En el siguiente edificio nos quitamos amablemente los zapatos y nos vimos, de pronto, irrumpiendo en el almuerzo de siete mujeres, que comían diversos platos con arroz de varios Tupperwares. El equipo de mercancía promocional de Kaikai Kiki, en su diario almuerzo comunal. Me dijeron que, temporalmente, el salón de exposición y venta había sido trasladado a otra parte, de modo que atravesamos el camino de grava en dirección a otro edificio con forma de caja de cartón. Allí estaba Mika Yoshitake, la asistente de Paul Schimmel para la muestra en el MOCA, circulando en zapatillas entre un océano de camisetas, pósters, postales, almohadas, muñequitos de plástico, calco-

manías, monstruos de peluche, tazas, mousepads, llaveros, catálogos, fundas para teléfonos móviles, broches, bolsos de tela, pañuelos, latas decorativas, libretas y lápices. A un lado, junto a su blanco envoltorio original en forma de pirámide, una verdadera gema: una escultura de plástico de 25 centímetros de altura llamada *Mister Wink, Cosmos Ball*. Quizá por su sensibilidad hacia el universo de la computación, Peter Norton (de Norton Utilities) fue de los primeros en adoptar la obra de Murakami, y ya en el año 2000 él y su mujer de entonces, Eileen, le encargaron una edición de cinco mil Mister Winks para mandarles a sus amigos y relaciones empresariales como regalo de Navidad. Este payasesco personaje de cabeza redonda, sentado en una desgarrada posición de loto con las palmas hacia arriba, fue la primera encarnación de *Oval*.

“La exposición va a tener una sala especial para el merchandising”, me explicó Yoshitake con expresión ligeramente angustiada. “Paul no quiere involucrarse para nada. Tengo que elegir los trescientos objetos que vamos a mandar a Los Ángeles.” Yoshitake se crió en California; sus padres son japoneses. Cuando el museo la pescó, trabajaba en un doctorado sobre arte conceptual y antifirma japonés en la Universidad de California. (Más tarde, Schimmel me diría: “Entre los historiadores del arte de la UCLA, soy como el anticristo. ¡Atraigo a los mejores estudiantes hacia el lado oscuro!”.) Con su conocimiento de historia del arte y sus habilidades lingüísticas, Yoshitake se convirtió en nexo fundamental entre el MOCA y Kaikai Kiki. “Al principio, no me gustaba mucho la obra de Takashi”, me dijo. “Me interesa lo efímero y la entropía. No soy muy ‘de los objetos’. Pero el arte de Takashi me fue gustando cada vez más.” En una mano llevaba una tablita-anotador; con la otra jugueteaba con su collar de cuentas. “Me enamoré del personaje de DOB”, siguió contándome. “Especialmente cuando está con sus ataques autodestructivos de consumo y exceso.” Yoshitake tuvo que revisar su opinión sobre los artistas pop. “Antes daba por hecho que no tenían nada importante que ofrecer y que su meta principal era rodearse de fama y fortuna”, me dijo. “Pero Takashi tiene mayores

ambiciones. Sus trabajos no son solamente iconos superficiales. Su uso de la parodia y el sinsentido le otorga un perfil crítico a toda la cosa del espectáculo y la marca comercial.”

Después de almorzar, nos dirigimos al elegante cuartel general de Murakami en Motoazabu, ubicado en un edificio de oficinas de tres pisos. Otra hora de viaje entre más arrozales y livianas instalaciones industriales, sobre un gran río y a lo largo de una autopista elevada, rodeada de vallas antisonoras para no perturbar el lujoso vecindario (no lejos de las tiendas de grandes diseñadores de Roppongi Hills). Una vez en el lugar, subimos al estudio en ascensor. Cuando las puertas se abrieron, quedamos frente a una puerta de vidrio y acero inoxidable que requería huella digital y una clave de cuatro números. Tras pasado el umbral, las blancas paredes desnudas y el piso de madera bien pulido me hicieron pensar, inicialmente, en la trastienda de una galería. Estudiándolo de cerca, claramente se trataba de un laboratorio de diseño digital de alta seguridad. El segundo piso alberga dos salas de reunión y dos áreas de oficina de planta abierta. El tercer piso es, desde el punto de vista arquitectónico, similar al segundo, excepto por el hecho de que allí se lleva a cabo la verdadera tarea creativa. Durante mi rápido recorrido tuve la breve y tentadora visión de un proyector 3-D que exhibía al *Oval Buddha* girando sobre un pedestal; la mujer de relaciones públicas me arrebató de allí rápidamente.

Murakami andaba descalzo por el tercer piso, evidentemente más contento que por la mañana, respondiendo con rapidez las preguntas de sus colaboradores. Su lugar de trabajo, una mesa de casi cinco metros de largo, está en el centro de una gran habitación, rodeada de su equipo de cuatro diseñadores y cinco animadores, que se sientan de espaldas a él con la vista resueltamente fija en sus pantallas de 50 centímetros con marco blanco. En el medio de su mesa había un ordenador portátil y alrededor de él varias pilas de CD vírgenes, revistas de arte y catálogos de subastas, vasitos de café vacíos y una caja de mini-chocolates Kitkat. En un mostrador al fondo de la habitación, un tríptico de relojes da la hora de Tokio, Nueva York y Los Ángeles. Sobre

ellos, tres impresiones en tamaño real del tríptico de flores en el que trabajaban los asistentes en el estudio de pintura.

Si Murakami hubiera estado en su silla giratoria, Chiho Aoshima habría estado al alcance de su mano derecha. Si bien, por su ubicación, se habría pensado que trabajaba en uno de los proyectos de Murakami, lo cierto es que Aoshima le daba los toques finales a su propia exposición, que iba a realizarse en París. La artista, de treinta y tres años, fue directora del departamento de diseño de Murakami. Pero renunció para dedicarse a tiempo completo a su propio arte. A diferencia de la Factory de Warhol —donde, según la historiadora del arte Caroline A. Jones, se suponía que las mujeres debían “trabajar mucho sin sueldo alguno, sufrir hermosamente y contárselo a todos”—, seis de los siete artistas cuyas carreras independientes son promovidas por Kaikai Kiki son mujeres.

A la hora convenida, Murakami se sentó en su silla giratoria en posición de semiloto —una pierna levantada, la otra colgando—, listo para la conversación. Me ofreció té verde y se disculpó por su inglés, admitiendo que, incluso en japonés, no tenía “poder para comunicar en palabras. Por eso me giro a la pintura”. De todas formas, cree en la influencia de la cobertura mediática y reconoce que la visita al estudio es un importante ritual del mundo del arte para promocionar obras. Murakami me contó que ese día estaba trabajando en treinta o cuarenta proyectos distintos. “Mi punto débil: no puedo concentrarme en una cosa. Tengo que trabajar en muchas cosas. Si sólo miro un proyecto, inmediatamente siento aburrido.” A fines del año pasado, Murakami estaba tan exhausto que lo internaron durante diez días. “Fue muy estresante. Llevo mi ordenador. Muchos asistentes vienen a mi habitación. Al final doctor dijo demasiadas personas, gasto de dinero, debe irse a casa.”

“¿Qué clase de jefe eres?”, le pregunté.

“Soy muy mal presidente”, respondió Murakami sin dudar. “Tengo baja técnica para dirigir la compañía. En realidad no quiero trabajar en una compañía, pero tengo gran deseo de hacer muchas piezas. Dirigir a la gente y trabajar en el arte es totalmente diferente. Todas las

mañanas hago enfadar a la gente”, confesó el implacable microgerente estético. “Antes pensaba que a mi equipo lo motivaba el dinero, pero lo más importante para la gente creativa es la sensación de que están aprendiendo. Es como el videojuego. Tienen frustración con mi alta expectativa, así que cuando reciben mi ‘sí’ por su trabajo sienten que ganaron un nivel.” Se acarició la barbita puntiaguda. “Estoy pensando mucho en cómo relacionarme con la gente que tiene menos de treinta en Japón. Tengo que comunicarme con una sensación de videojuego.”

Mientras hablaba, Murakami se había sacado la banda elástica del cabello y se la había puesto en la muñeca; la melena hippie le llegaba hasta el pecho. “En la etapa de diseño, creo que sí aportan sus ideas”, dijo. Las obras de Murakami comienzan como un dibujo con pincel sobre una hoja, que luego sus asistentes escanean e introducen en el ordenador utilizando la herramienta Live Trace del Adobe Illustrator CS2. Después afinan las curvas y los zigzags con diferentes técnicas. “Yo no sé manejar Illustrator, pero digo ‘sí, sí, sí, no, no, no’ cuando controlo el trabajo”, me dijo. Los softwares de Vector Art como el Illustrator, que permiten que el usuario extienda, retuerza y agrande imágenes sin degradación alguna, han transformado la industria del diseño, pero son relativamente pocos los buenos artistas que los usan. El Photoshop, utilizado por artistas como Jeff Wall y Andreas Gursky, ha revolucionado la fotografía contemporánea, pero la mayor parte de la producción pictórica y escultórica sigue tenazmente fiel a un criterio poco tecnológico. En Kaikai Kiki, el diseño de las obras va y viene entre Murakami y sus asistentes versados en computación, hasta que el artista está satisfecho con la imagen. Cuando el diseño es enviado al estudio para la fase de pintura, no hay mucho espacio para la interpretación, salvo, quizás, en el proceso de pasar los colores digitales a mezclas de pinturas reales.

No tan simple es la situación en lo que se refiere a la escultura, donde la transición a objeto con una longitud, un ancho y una profundidad reales requiere bastante más análisis y clarificaciones intermedias. Para *Oval*, la primera escultura de metal de Murakami, el artista recurrió a la fábrica de fibra de vidrio con la que suele trabajar,

Lucky Wide, para hacer varios modelos en diferentes escalas, y luego a una fundición llamada Kurotani Bijutsu (“bijutsu” significa “arte”) para moldearlo y montar la pieza. Murakami me dijo que la producción de *Oval*, en un comienzo, fue tan tensa que varios escultores renunciaron, y uno hasta tuvo un derrame cerebral. “Esta pieza tiene el rencor de esos escultores”, me explicó. “*Oval* está cargado de una energía muy oscura. Es parte de su éxito. Probablemente puedas experimentar ese sentimiento cuando lo veas.”

“El artista es un nigromante”, dijo Murakami. Aun con los intentos de traducción de casi todas las personas bilingües de la sala, la afirmación fue críptica. ¿Un oscuro hechicero? ¿Un sumo sacerdote? ¿Alguien que puede hablar con los muertos? El trabajo de Murakami refleja sus muchos años como fanático de la ciencia ficción otaku y obsesivo admirador del manga (historieta japonesa). En Japón, estos fanáticos tienen fama de ser jóvenes con frustración sexual, socialmente disfuncionales, que viven en un mundo de fantasía. Como explicó Murakami: “Definimos ‘subcultura’ como una cultura extranjera y atractiva, pero otaku es una cultura indígena que no está para nada de moda. Mi mentalidad vino de esos locos de la animación. Pasaba el tiempo imaginando que Japón era un mundo de Philip K. Dick”. Con aire distraído, se recogió el cabello en un moño medio torcido. “Un artista es alguien que comprende el límite entre este mundo y ése”, continuó. “O alguien que hace un esfuerzo por conocerlo.” Sin duda, la obra de Murakami se ubica entre varios universos —el arte y la historieta, el yin y el yang, Jekyll y Hyde—, pero hoy en día el artista ya no es un soñador ocioso. “Cambio mi dirección o continúo en la misma dirección mirando la reacción de la gente”, admitió. “Mi concentración es cómo sobrevivir a largo plazo y cómo unirme al sentimiento contemporáneo. Enfocarse solamente en el beneficio, según mis valores, es malvado. Pero yo trabajo por ensayo y error para ser popular.”

Le pregunté a Murakami, declarado fan de Warhol, qué aspecto no le gustaba de su ídolo norteamericano. Frunció el ceño y se quedó pensando. “Me gusta todo”, declaró finalmente; una respuesta war-

holiana, si existe tal cosa. “El genio de Warhol fue que descubrió la pintura fácil”, siguió diciendo. “Yo estoy celoso de Warhol. Siempre le pregunto a mi equipo de diseño: ‘Si Warhol pudo crear una pintura tan fácil, ¿por qué nuestro trabajo tan complicado?’. ¡Pero la historia sabe! Mi punto débil es mi origen oriental. El sabor oriental es demasiada presentación. Creo que es injusto para mí, dentro del campo de batalla del arte contemporáneo, pero no tengo opción porque soy japonés.”

Sobre la famosa frase de Warhol —“Ser bueno en los negocios es el tipo de arte más fascinante... Hacer dinero es arte y trabajar es arte y un buen negocio es el mejor arte”—, Murakami dijo, entre risas: “¡Eso es una fantasía!”.

Muy en sus comienzos, Murakami se resistía a utilizar las serigrafías características de Warhol; prefería un trabajo enteramente pintado a mano. Sin embargo, fue cediendo como forma de ampliar su repertorio de estilos, de jugar con la repetición y de mejorar su productividad. En la actualidad, la técnica serigráfica de ambos artistas es muy diferente. Mientras que los cuadros de flores de Warhol (1964) solían ocupar una pantalla (de un metro aproximadamente), las pelotas de flores de Murakami, de un metro de diámetro, ocupan diecinueve. Más aún, mientras que Warhol no sólo aceptaba, sino que incluso buscaba, accidentes, decoloraciones y derrames de pintura, el nivel de meticulosidad de las obras Murakami es, según lo expresó un crítico, “absurdamente alto”. Murakami cerró los ojos. “¿Absurdo? Sí, creo que sí.” Asintió lentamente, con una mueca. “¡Y doloroso!”

Se supone que un estudio es un lugar de intensa contemplación. Murakami no tiene un espacio preferido para pensar ni un punto que considere el corazón de su estudio. “En cualquier parte, en cualquier momento”, me dijo con franqueza. “Respiro profundo, mando oxígeno al cerebro, medito unos segundos y me pongo a trabajar. Después de esta reunión, tengo que rehacer mi dibujo para la cubierta del nuevo álbum de Kanye West. No hay tiempo para preocuparme por dónde estoy.” Se refería a *Graduation*, tercer disco del músico de hip-hop, para quien también diseñó la cubierta de los singles y un vídeo musical de

animación. Murakami explicó en términos sencillos cómo fue el trabajo en colaboración: “Kanye era un gran fan de mi gran escultura de los pechos. Conoció mi trabajo y me pidió que hiciera los diseños”. La “gran escultura de los pechos” es *Hiropon* (1997), una pieza en fibra de vidrio pintada que representa una chica de cabello azul con descomunales pechos, de los que brota tanta leche que el chorro rodea su cuerpo como si estuviera saltando a la soga. “Estas semanas que pasaron fui realmente persona contenta”, siguió diciendo Murakami, “porque encontré un buen estilo de comunicación con gente profesional de animación”. Murakami tercerizó la ejecución de la obra. “Pronto viene fecha de entrega y el costo de producción está fijado. La gente de la compañía de Kanye es muy seria. Un poquito estresante, pero lo disfruto.”

Cuando se trata de dormir, tampoco discrimina lugares. El artista no tiene una casa en sí misma; sólo un dormitorio a unos metros de su escritorio. También tiene un dormitorio en su estudio neoyorquino y colchones en los rincones de sus dos talleres de Saitama. Trabaja muchas horas de lunes a lunes, pero duerme dos o tres siestas por día. Murakami es un inconformista en muchos sentidos, pero es completamente convencional en cuanto a su ética de trabajo japonesa. Kaikai Kiki es un exponente típico de la exigente cultura corporativa que impera en Japón.

El dormitorio de Murakami no parecía para nada un dormitorio. A primera vista, me costó encontrar la cama, un sofá marineró con una almohada de gomaespuma en una punta y una tela hecha un bollo —que podría haber sido un par de calzoncillos— en la otra. Una pared era de vidrio, y aunque el cuarto no se veía directamente desde los espacios comunes, tampoco ofrecía demasiada privacidad. Sobre unos estantes blancos, se disputaban la atención un gran Hello Kitty antiguo, un monstruo verde cubierto de ojos, una muñequita-criada soft-porn y versiones en plástico de personajes de las pinturas del Bosco. Los DVD de Hayao Miyazaki —el director de *El viaje de Chihiro* y otras aclamadas películas de animación es uno de los ídolos de Murakami— formaban una ordenada hilera, mientras que abajo había una amplia

y desordenada gama de libros de arte (sobre coloristas como Henri Matisse y maestros de la deformación como Francis Bacon). Ese día, cuando nos despedimos, Murakami me dijo: “Me deshice de mi vida general, para poder hacer concentración para mi trabajo. ¿Tú tal vez esperando historia más romántica?”.

De entre todos los estudios y espacios de trabajo que he visitado, éste me recordó al de otro ascético soltero, sin un salón donde relajarse. Como parte de mi investigación para el segundo capítulo de este libro, fui a visitar a Michael Asher, en las afueras de Santa Mónica. Cuando me hizo pasar a lo que habría sido el salón, me encontré en un mar de archivadores negros altos hasta la cintura. Las paredes eran blancas y, con excepción de algunas listas y notitas autoadhesivas, sin ninguna clase de adorno. Los únicos lugares donde sentarse eran unas andrajosas sillas de oficina cuyos asientos casi no tenían relleno.

Si bien el complejo montaje transnacional y multiestudio de Murakami no podría estar más lejos del periférico espíritu antitécnica de CalArts, el artista japonés y los conceptualistas californianos comparten un agudo sentido de la disciplina. Y aun si algunos aspectos de la práctica de Murakami se remontan al taller de Peter Paul Rubens mientras que otras facetas se orientan a un futuro digitalmente diseñado, su arte tiene un impulso intelectual que encaja con el arte conceptual contemporáneo.

Esa noche tuve una cena en un espléndido cuchitril de sushi donde nadie hablaba inglés salvo las cuatro personas del museo con quienes habían quedado. Paul Schimmel, Mika Yoshitake, Jeremi Stick (el director del MOCA) y Charles Desmarais (del Museo de Brooklyn), sentados uno junto al otro, bebían el trago preferido de Murakami, shochu (gin japonés) con hielo. Yo me senté junto a Schimmel y frente a nuestro sushi chef, que tenía dos horribles cicatrices donde se había rebanado los nudillos de la mano izquierda. Jovial y cincuentón, Schimmel es neoyorquino pero vive en Los Ángeles hace veintiséis años, de los cuales diecisiete ha sido curador principal del MOCA. Conocido por sus rigurosas y aventuradas muestras, Schimmel apoya a Murakami

con fervor de misionero. “Las obras maestras de Takashi son increíblemente desafiantes”, me dijo. “Ha puesto en ellas millones de horas y una inteligencia incalculable. Lo que él quiere es hacer algo para todas las edades, y eso se nota.”

A Schimmel le gusta pensar que los curadores no “validan” artistas, sino que los “iluminan”. “El solo anuncio de una exposición individual puede tener un impacto en el mercado de ese artista, pero a veces eso no se sostiene hasta que se monta la exposición”, me explicó. “La autoridad de la institución no es garantía de éxito. Las grandes instituciones pueden tener un impacto negativo sobre las carreras de los artistas. A veces uno ve toda la obra junta —bum, bum, bum— y eso no mejora las cosas.” Schimmel devoró una porción de erizo de mar y a continuación atacó el caldo de algas en el que había estado flotando. “Para iluminar de verdad, tienes que hacer a un lado las prerrogativas institucionales. Tienes que torcer la voluntad del museo para amoldarla a la visión del artista. El MOCA lo hace. No existe un modo de hacer las cosas en el MOCA.”

A Schimmel le gusta cambiar de estilo curatorial con cada exposición. “La verdad es que detesto la expresión ‘técnicas de marca’”, me dijo. “Soy un tipo de la contracultura de fines de los setenta, y un historiador del arte a la antigua, pero mi hijo de dieciocho años se dedica a técnicas de marca. Entiendo que puede ser profundamente significativo para la nueva generación y que es central en el trabajo de Takashi... No puedes negarte a ver lo obvio.” Llegó un plato de algo cubierto de baba verde; Schimmel lo observó con abierta curiosidad. “Para vivir la experiencia Takashi, tienes que experimentar los elementos comerciales de su obra”, dijo, con la boca llena. “Los objetos coleccionables, ya sean bienes de lujo o productos promocionales, representan una realización. Completan el círculo íntimo. Takashi entiende que el arte tiene que ser recordado, y la memoria está ligada a lo que puedes llevarte a tu casa.”

Sin duda muchos quedarán horrorizados ante la inclusión de una boutique de Louis Vuitton en pleno funcionamiento dentro de la mues-

tra del MOCA, pero es la versión de Murakami de la “crítica institucional”, y Schimmel la defendió. “Fue difícil para un museo ceder su terreno sagrado, pero en esta ocasión era lo que había que hacer”, me dijo. “Van a vender una línea limitada de productos, hechos especialmente para la muestra.” El restaurante era sofocante, y Schimmel se secó el sudor de las cejas con su servilleta. Después me miró con seriedad: “Siempre que he elegido a un artista controvertido me ha parecido haber tomado la decisión correcta. Si ya existe un consenso absoluto, si no hay nada que uno pueda hacer en términos de iluminación, ¿para qué hacerlo?”.

Un estudio no sólo es un lugar donde los artistas hacen arte, sino también una plataforma para la negociación y un escenario para la representación. Al día siguiente regresé al estudio de Motoazabu para presenciar las reuniones de Murakami con la gente del museo. En la más grande de las dos salas de reunión, entre blancas paredes, Murakami se sentó frente a Schimmel ante una larga mesa de madera rodeada por veinte sillas de cuero negro. Flanqueaban al artista dos hermosas mujeres bilingües: Yuko Sakata, directora ejecutiva de sus operaciones en Nueva York, y Yoshitake, coordinadora de proyectos del MOCA. Sentados a uno y otro lado de Schimmel estábamos Desmarais y yo.

El primer tema de la agenda era el catálogo de la exposición. Murakami, con sus shorts y su camiseta, el pelo recogido, empezó a hojear las coloridas pruebas de página. En la primera página había una obra de 1991, que se apropiaba de la campaña de marketing del fabricante de juguetes japonés Tamiya. Decía: “Takashi: primero en calidad en todo el mundo”. La forma de la pieza estaba lejos de lo que más tarde sería el lenguaje visual de Murakami, pero el contenido era inquietantemente exacto. “Ya demuestra atrevimiento. Ésa es la trayectoria”, dijo Schimmel mientras revisaba las pruebas.

“Lo que tienes que mirar es todo. El color. Los cortes. Dinos”, le dijo Schimmel a Murakami, con tono respetuoso. “Algunas reproducciones eran tan malas que en lugar de ponerlas a una página las redujimos a un cuarto de página. Y por ahora nos han devuelto solamente

el cincuenta por ciento de los formularios de préstamo.” El curador rezongó un poco, luego se dirigió al grupo: “Takashi tiene coleccionistas difíciles. En Venecia me encontré con uno que estaba tan enojado con él que no quería prestarnos su cuadro para la muestra”. Mientras que los artistas suelen renunciar al pago por reproducciones en catálogos pequeños de colecciones privadas, Murakami había insistido en que este coleccionista le pagara por fotografiar una obra colgada en su propia casa. Schimmel se ganó la simpatía del coleccionista y finalmente logró convencerlo de hacer el préstamo, diciéndole: “¡Usted no ha visto nuestros espeluznantes contratos!”.

Murakami se dedica a asegurar sus derechos como artista y a controlar la difusión de su obra, de manera que las actividades del MOCA en relación con su exposición son controladas con cuatro documentos, entre los que se incluye un acuerdo de coedición para el catálogo, un acuerdo de licencias de imágenes para la publicidad y una nota sobre el tratamiento de datos en relación con el uso de los archivos de súper alta definición para hacer cosas como los productos promocionales. Inusitadamente, también el museo redactó una carta de siete páginas estableciendo un detalle de responsabilidades y estipulando que Murakami tenía, según palabras de Schimmel, “el derecho final de aprobación en todos los aspectos de todo”.

Murakami pasó a la siguiente doble página: *Time Bokan* (1993), un mural inspirado en el manga donde se ve una blanca nube-hongo con una calavera sobre fondo carmesí. Aquí, claramente, el artista había encontrado su tranco estilístico y su repertorio personal de imágenes. Murakami sostiene, en ensayos y en exposiciones, que son las formas culturales populares, más que el arte, las que han relatado las experiencias más traumáticas de la nación japonesa. Cita como evidencia los destellos cegadores, las naves espaciales estilo B-29, la vida vegetal que se propaga con velocidad anormal y la “monstruización” por exposición a la radiación que dominan las historietas y películas de animación japonesas. Un poco antes, Schimmel me había dicho: “La bomba que cayó en Nagasaki estaba originalmente destinada a la ciudad donde vivía la madre de

Takashi. Creció escuchando la sentencia: “Si ese día, en Kotura, no hubiera estado nublado, tú no estarías aquí”.

Ochenta páginas pasaron en las que Murakami rodeó, con bolígrafo rojo, partículas de polvo y otras mínimas imperfecciones. Al costado de las páginas escribía en japonés líneas verticales en las que acotaba cosas como “más rosa” y “aumentar el plateado en el gris”. La reunión fue avanzando lentamente hasta que llegamos a una doble página que ofrecía cuatro imágenes de una escultura llamada *Flower Mantango*. “Este trabajo es una proeza”, dijo Schimmel, presionando las palmas contra la mesa. “Es un logro sorprendente: llevar esas líneas a tres dimensiones. Es tan complejo... y los colores son equivalentes a la armadura.” Murakami se levantó abruptamente y salió de la sala. Todos nos miramos, perplejos. “¿Aburrimiento?”, bromeó Schimmel, nervioso. Un minuto después, Murakami regresó con una cámara de vídeo delante de la cara, y le preguntó a Schimmel si podía repetir el elogio mientras él lo filmaba. “Ah. Eh... ¿Qué fue lo que dije?”, dijo Schimmel. Le leí sus palabras de mis apuntes, y él recitó las líneas para el archivo de Kaikai Kiki.

Unas veinte páginas después, Schimmel señaló la única foto en todo el catálogo que mostraba un momento del proceso de producción —una toma de *Mr. Pointy*, de siete metros de altura, en el taller del constructor—, y preguntó: “¿Te gusta que se vea el estudio de fondo o piensas que habría que recortarlo? Tal vez tenga mejor aspecto con fondo blanco”. Los catálogos de Murakami tienden a explorar los contextos sociales, las tangentes artísticas y los antecedentes históricos, mientras que los de Schimmel se concentran en el objeto en sí. Murakami se sacó las gafas para mirar la página de cerca, y luego dijo, inequívocamente: “Me gusta ver la realidad del artista”.

La reunión concluyó sin sobresaltos. Murakami dijo: “Es muy bueno”, y Schimmel respondió con un aliviado “arigato”. Sobre la mesa se habían colocado elegantes bandejas de comida japonesa (*bento boxes*), y Murakami las hizo circular. Un momento antes había llegado Jeremy Strick. Mientras almorzábamos me dijo que, dentro de sus tareas

como director de museo, “las visitas a los estudios son más un placer que una obligación”, y que “es un privilegio ver la obra incompleta”.

Una vez que terminamos de comer, fuimos a ver un modelo a escala —del tamaño de una casa de muñecas— del edificio del Geffen Contemporary, un flexible espacio de exposiciones de 3.250 metros cuadrados que Schimmel denominó “el alma del museo”. Dentro había versiones en miniatura de las noventa obras tal como Schimmel planeaba exhibirlas. “Va a tener como una cosa de templo de Wonderfest”, explicó el curador. Murakami miró dentro del modelo y sonrió. Entre las obras de arte, podía verse la sala de merchandising y la boutique de Louis Vuitton. Schimmel había creado algunos “ambientes completamente envolventes” con la ayuda del empapelado de flores y ojos de aguaviva de Murakami. También había recreado el stand de Blum & Poe de 1999 en Art Basel, completamente dedicado a la obra de Murakami. “Estamos rehaciendo instalaciones históricas”, dijo Schimmel. “Y aludiendo a una feria de arte comercial desde dentro del museo.”

Ya ambos se habían puesto de acuerdo en la mayoría de los puntos complicados, de modo que esta última inspección por parte del artista no significaba mucho más que un visto bueno. Murakami se puso la mano en la mejilla, se rió, señaló una de las salas y volvió a reírse pero, mientras estudiaba la instalación, una lenta tormenta se fue formando en su expresión. Yoshitake y Sataka se miraron, volvieron a mirar a Murakami y esperaron su reacción. Schimmel estaba inusualmente silencioso. Murakami se tironeó de la barbita, metió la mano en el modelo a escala y levantó la versión de *Oval* de 15 centímetros de alto, hecha en espuma de poliestireno. Luego la dejó caer en el centro de la sala más grande de la exposición. Schimmel respiró hondo. “Me mandaron con una misión: no lo dejes mover a *Oval*”, dijo. “Es un cambio muy caro. Probablemente requiera una segunda grúa y dolores de cabeza para todos.”

“Yo digo ‘me preocupa’, pero es tu exposición”, dijo Murakami.

“Para ser honesto”, respondió Schimmel, “me parece que es la decisión correcta. La escala está bien. El tema funciona”.

“Paul, tú eres el chef”, dijo Murakami con un asentimiento de cabeza. “Yo presto mis ideas y mis piezas, pero tú cocinas la exposición.”

“Voy a ver qué puedo hacer”, respondió Schimmel.

Murakami juntó las manos como para rezar e hizo una rápida pero enfática inclinación desde su silla.

Mientras salíamos de la sala de reuniones, Schimmel me dijo: “La confianza de un artista en su curador es esencial para montar una buena exposición individual. Takashi trae muchísimo equipaje. Él dirige una organización no muy diferente del MOCA en tamaño y alcance. No hay manera de infantilizarlo, no se puede recurrir al ‘sabemos qué es lo mejor para ti’”. Schimmel ahogó una risita. “¡Cuando Takashi comprendió que me había unido a su equipo, el poder que otorgó fue ilimitado!” La generosidad que demuestra Murakami al permitir que otros aporten opiniones creativas parecería ser inversamente proporcional al manejo de sus derechos legales. “Realmente me sorprendió que no haya sido más preciso en cuanto a la selección de obras”, agregó Schimmel. La oficina estaba silenciosamente activa; el personal administrativo levantó la vista cuando pasamos. “El timing es crucial para las muestras monográficas”, siguió diciendo Schimmel. “En las retrospectivas, donde se incluyen las obras más celebradas de un artista —al contrario de lo que pasa con las muestras individuales que giran alrededor de un proyecto particular—, se tiene la sensación de que, de pronto, hay un momento en que la obra general de un solo artista puede ser inmensamente satisfactoria.”

Una buena retrospectiva combina familiaridad con lo desconocido. “Por eso un curador necesita buen acceso a todo el material y, junto con el artista, debe estar decidido a arriesgarse”, me explicó Schimmel. “A mí, la ambición de Takashi me derriba. Toma todo lo que tiene y dice: ‘Dupliquemos la apuesta’. Eso es lo que hizo con *Oval*.” Schimmel todavía no había visto la pieza. Basándose en las fotos, le parecía que podía llegar a ser la escultura más importante del artista hasta el momento. “Ver el mayor logro de un artista al final de la retrospectiva... es así como uno quiere que termine.” Llegamos al ascensor, y Schimmel

se pasó la mano por el cabello entrecano. “Las mejores exposiciones individuales salen cuando el artista y el curador están conectados y muy compenetrados”, admitió. “Cuando están en juego sus reputaciones... cuando ambos están comprometiendo sus carreras.”

Nuestro taxi llega finalmente al aeropuerto de Haneda, un reluciente y animado ejemplo de arquitectura modernista. Aunque se usa solamente para vuelos domésticos, es uno de los cinco aeropuertos más atareados del mundo. En la cola para el checkin puedo ver que los pasaportes de Blum y Poe están colmados de sellos, testimonio de los viajes constantes requeridos por la globalización de su negocio. El águila rapaz en la cubierta azul marino contrasta marcadamente con el símbolo de identidad nacional que adorna los pasaportes japoneses: el crisantemo. Las pinturas de flores de Murakami a menudo son consideradas la parte menos afilada de su obra. Parece que, una vez, Schimmel llamó “bombones” a las caritas de flores, a lo que el consultor de Pinault, Philippe Ségalot, respondió: “Pero son deliciosos, como bollitos de chocolate. No puedes evitar querer una”. Sin embargo, si consideramos que Murakami ha tomado un icono nacional y lo ha dotado de un orificio de apertura en una cultura donde una boca muy abierta se considera algo grosero, la imagen se vuelve un poco más desafiante.

Con las tarjetas de embarque en la mano, conversamos sobre los distintos espacios de trabajo de Murakami. “Cuando entro en un estudio, miro absolutamente todo”, dice Poe con su perezoso cantito californiano. “La información suplementaria es increíblemente importante. Si hay allí una verdad, no está sólo en las obras sino en cómo trabajan, cómo actúan, quiénes son. Ahora, con Takashi, es difícil, porque esa información está desparramada por tantos lugares, y la mitad está en su disco duro.” Una vez en la sala de embarque, los galeristas toman asiento. “El estudio de Motoazabu transmite un mensaje. Dice ‘no somos un taller desordenado. Somos limpios, immaculados, profesionales’.” Poe se detiene, luego agrega: “Claro que la organización es totalmente disfuncional, pero ése no es el significante”.

Llega Murakami con su comitiva de Kaikai Kiki. No lejos de ellos

vienen las cuatro personas del museo. Los saludos son cálidos. Blum y Murakami se abrazan, y después charlan un poco en japonés. El artista me dice: “Es bueno regresar a la amistad con Tim”. Por tercer día consecutivo lleva puestos los shorts verdes, pero la camiseta ha dado paso a una camisa de mangas cortas con americana de lino beige, al estilo Yamamoto. Poe se pone a conversar con Schimmel. Yoshitake tiene una lista de cosas para discutir con Sakata. Strick y Desmarais, convertidos en nativos, disparan sus cámaras digitales con desenfreno japonés, mientras un joven de grasiento cabello hasta los hombros registra todos los encuentros en vídeo para los archivos de Kaikai. Anuncian el vuelo a Toyama; nos unimos a una disciplinada fila de asalariados japoneses para subir al Boeing 777. Las azafatas de All Nippon Airways tienen unos inmensos lazos morados atados en el cuello y maquillaje color malva. Dan una sensación sobrenatural, como si fueran personajes guionados de un juego de ordenador.

La distribución de asientos ofrece una representación casi perfecta de las jerarquías del mundo del arte. Murakami se sienta solo en el 1A, un asiento junto a la ventana en clase business. Lee el diario, después mira lo que llama “una animación verdaderamente demente” en su Mac. Blum y Poe tienen los asientos 2C y 2D. La gente del MOCA está en turista, fila 18. Cerca se ubica Desmarais, en la 19. Los seis miembros del equipo de Kaikai Kiki están en la fila 43. Aparentemente Murakami, sensible al simbolismo de la situación, le pidió a Yoshitake que le dijera quién era el funcionario más alto entre la gente del MOCA. Cuando le dijeron que era el director, le preguntó a Jeremy Strick si quería su asiento. Yoshitake le aseguró que Strick estaba bien en turista.

Por la ventana, vemos descender un avión con Pokèmon en la cola, al tiempo que nos elevamos sobre la brumosa expansión de Tokio, pasando velozmente junto a kilómetros de muelles con contenedores, luego internándonos tierra adentro entre las nubes, en dirección noroeste, para recorrer los trescientos kilómetros hasta Toyama. A menudo los personajes de Murakami parecen estar volando o flotando; hasta sus esculturas parecen desafiar la gravedad.

Hace unos meses, cuando visité las oficinas de *Artforum*, el editor senior Scott Rothkopf trabajaba en un ensayo para el catálogo de © MURAKAMI. No era la primera vez que escribía sobre su obra. Cuatro años antes, durante la Bienal de Venecia de 2003, había quedado impresionado por la omnipresencia del artista. “Para cualquier parte que mirara, estaba Murakami”, me dijo Rothkopf. “No sólo tenía dos obras magnéticas en la muestra del Museo Correr (‘La pintura desde Rauschenberg hasta Murakami’), sino que además se veían sus carteras en la tienda de Louis Vuitton, y los inmigrantes africanos vendían imitaciones en la calle. Las coleccionistas llevaban las verdaderas; las turistas llevaban las falsas. Murakami había tomado la Bienal, casi como un virus. No puede haber sido planeado, pero su trabajo flotaba a través del mercado global del arte y de la moda. Era como si hubiera inyectado tinta en el sistema.” La reseña que hizo Rothkopf de la Biennale resultó en una portada de *Artforum* dedicada a Murakami, o al menos a las carteras que lucían sus diseños pirateados.

“Lo de Takashi deja a Warhol como un puesto de limonada en una obra escolar”, declaró el joven historiador del arte. “Warhol se asomó a los negocios más como un bohemio que como un magnate, y empolló una camada de ‘superestrellas’; pero ninguno de ellos pudo sostener su condición fuera de la Fábrica.” A diferencia de otros herederos de Warhol, que llevan lo popular al terreno del arte, Murakami da una vuelta de tuerca y reingresa en la cultura popular. “A mí me enseñaron que una de las premisas básicas del arte moderno era su antagonismo con la cultura de masas”, me dijo Rothkopf. “Si quisiera ser aceptado con facilidad por el establishment académico, podría sostener que Takashi está trabajando dentro del sistema sólo para subvertirlo. Pero esta idea de complicidad subversiva se está poniendo rancia y, lo que es más importante, no creo que sea una estrategia viable.” Rothkopf concluyó: “Lo que engrandece el arte de Takashi —y al mismo tiempo lo vuelve potencialmente temible— es su honesta y absolutamente astuta relación con las industrias culturales comerciales”.

Había oído que Murakami se refería a su trabajo con Louis

Vuitton como “mi urinario”, y se me ocurrió ver cómo reaccionaba su jefe de proyecto. Cuando logré localizarlo por teléfono, Marc Jacobs estaba en su oficina, en la sede central de París de Louis Vuitton. En nuestra charla preliminar, se preocupó de describir a Murakami como un artista, no como un diseñador. “No me envió un bosquejo de cartera o algo así”, explicó. “Takashi creó el arte que nosotros aplicamos en estos productos. Los documentos que recibimos tenían el formato de un lienzo. De hecho, eran muy parecidos a los cuadros LV que hizo después.” Cuando confronté a Jacobs con la frase del urinario, le dio una audible calada al cigarrillo. Jacobs entiende el mundo del arte —colecciona, va a subastas, va a la Bienal de Venecia—, pero tal vez no sea el caso de sus clientes de LV. “Soy gran admirador de Marcel Duchamp y sus ready-mades”, respondió, tranquilo. “Cambiar el contexto de un objeto es, en y por sí mismo, arte. Suena como un desprecio, pero no lo es.” Dado que el “urinario” de Duchamp (oficialmente llamado *Fountain*, de 1917) es una de las obras más influyentes del siglo xx, se podría decir que Murakami, en efecto, está glorificando su asociación con LV. Por cierto, Jacobs estaba ansioso por ver la boutique de LV instalada en el MOCA, y feliz de que Murakami la describiera como un ready-made. “No es una tienda de regalos, es más como arte performático”, me dijo. “Observar lo que sucede en la boutique en el contexto de una exposición de arte también es una obra de arte, así como el arte que se va dentro de las bolsas.”

El aeropuerto de Toyama no es mucho más que una pista de aterrizaje con varias puertas de embarque; todos los vuelos llegan desde Tokio. Hay unos pocos pasos entre el edificio y la fila de automóviles negros Crown Super Saloon que nos llevarán a la fundición. De pie junto a cada uno de los coches hay un conductor de traje azul, gorra de piloto y guantes blancos, ansioso por abrirnos la puerta para que no dejemos nuestras huellas en la lustrosa pintura. Blum, Poe y yo entramos al segundo coche de un convoy tan formal que los espectadores tal vez piensen que somos parte de una delegación diplomática oficial.

“*Oval* se viene gestando hace tanto tiempo que me cuesta creer que esté terminado”, dice Blum con un profundo suspiro de alivio. “Ha sido un viaje intenso.” Mientras serpentreamos por las afueras de Toyama —una ciudad de clase obrera, donde las tiendas de descuento tienen carteles sobredimensionados y los cables telefónicos cuelgan de los postes—, pregunto cómo hacen con la financiación de la escultura. “No tenemos contrato”, explica Poe. “Es todo de palabra. Kaikai Kiki dice ‘el presupuesto es tal’, y si eres un imbécil te aseguras una venta previa basándote en esa cifra. Cuando resulta que el presupuesto se duplica o se triplica, ya no puedes tratar de renegociar con Takashi porque... bueno, digamos que no te gustaría para nada formar parte de esa discusión. Así es que no cotizamos la obra hasta que no esté terminada e instalada, donde sea que la instalen. Lo sabemos por experiencia: nunca jamás vendas una obra por adelantado.”

La flota atraviesa una llanura de granjas y fábricas, y finalmente se detiene frente al portón color turquesa del alambrado que rodea la fundición. Apenas salimos de los coches percibimos el olor a quemado. En este momento, cuando la industria del Viejo Mundo se junta con el arte del Nuevo Mundo, nadie está muy seguro del protocolo a seguir. Los administradores de la fundición y los constructores, de Lucky Wide, no saben a quién saludar primero. Un director de proyecto de Kaikai Kiki Nueva York y un técnico del MOCA, que vinieron unos días antes para controlar el ensamblado de las ocho partes de la escultura, se acercan, en lugar de saludarnos, y se acoplan al grupo. Diez empleados de la fundición están de pie, uno junto al otro, con las manos detrás de la espalda, no muy seguros de hacia dónde mirar, mientras que un periodista del diario de Toyama, con su fotógrafo, espera que la noticia se desarrolle.

Mientras Blum y Poe se retrasan un poco esperando a Murakami, noto que Schimmel no ha perdido el tiempo. Entra al edificio; lo sigo, y levanto la vista para mirar el *Oval Buddha*. El personaje me recuerda a Humpty Dumpty. Está sobre un alto pedestal en posición de semiloto, una pierna flexionada y la otra colgando, y tiene, literalmente, dos

caras. De frente luce una barbita muy similar a la de Murakami y una boca ondulante, mitad fruncida y mitad sonriente. Del otro lado de la cabeza hay una boca furiosa, con doble fila de dientes como de tiburón. Sobresale, en la espalda, una columna vertebral platinada. Debe ser uno de los autorretratos más grandes que se hayan hecho, pero por algún motivo el gesto no sugiere vanagloria: en todo caso, un sentimiento de absurda iluminación.

“¡Putra madre! ¡Increíble!”, dice Schimmel, lívido por la sorpresa. “Fantástico”, murmura cuando ve que toda la estructura se apoya en un elefante aplastado. “Creo que cuando aceptó que era un autorretrato, Takashi fue capaz de llevarlo aún más lejos. Hasta ahora había ocultado su identidad.” Schimmel avanza hasta la base de la escultura y se para debajo de la inmensa cabeza colgante. “La improbabilidad”, dice, mirando hacia arriba. “Tan precario, tan emblemático. Podría caerse por el peso de la ambición. O es un desastre a punto de desencadenarse o es... brillante.” A estas alturas todos los demás caminan lentamente alrededor de la pieza. “En términos de espectacularidad, soy afortunado. ¡Dentro de quinientos años le van a rezar a esta cosa!”, anuncia el curador. Luego se acerca a Murakami, que está de pie, con las manos en las caderas, inspeccionando sobriamente los cambios realizados desde la última vez que vio la obra, dos semanas atrás. “Takashi”, le dice, “te has puesto encima el siglo XII. Esto es grandioso. Vamos a hacer todo lo que podamos para que tenga la mejor ubicación”. El camarógrafo de Kaikai Kiki se acerca corriendo, pero no está claro si llega a capturar el momento.

Me acerco a Strick, que parece abstraído, y le pregunto qué está pensando. “¿Cómo va a ser la inauguración para socios? ¿Y la gala? ¿Cómo será la conversación entre artistas? ¿Cómo va a modificar esto lo que la gente piensa de Murakami?”, me responde el director del museo. “Todos los sectores del público están comunicados. Las reacciones se fortalecen. En cierto punto, se forma un consenso. A veces lleva un tiempo, pero una obra como ésta, tan poderosa e inesperada... va a causar una impresión muy rápidamente. La gente va a quedar sorprendida, y va a hablar de ella.”

Yoshitake parece desconcertada. “No lo sé. ¿Es sacrílego?”, se pregunta en voz alta. Ciertamente, este personaje bipolar no podría estar más lejos del zen. “El Buda es un ser trascendente cuya serenidad tiene que tranquilizarnos, decirnos que todo estará bien en nuestras próximas vidas; pero esta criatura es perturbadora.” La estudiante de doctorado contempla la obra, tratando de comprender sus connotaciones. “Creo que es el único Buda verdaderamente postatómico que he visto”, agrega. “Takashi no es un artista abiertamente político... pero es interesante que esté haciendo este tipo de trabajo, en este momento, para un público norteamericano.”

Poe parece satisfecho. “Vamos a hacer una edición de diez a escala doméstica. Ése es el próximo proyecto. ¡Me encanta!”, dice. “La gente tiene que poder vivir con *Oval*. Las referencias y los sentidos seguirán estando.” Blum se le acerca. Los socios permanecen con los pies bien plantados, de brazos cruzados, como marcando territorio en el patio de una escuela especialmente pendenciera. “¡Mierda, qué divertido! Es tan divertido que puede suscitar malas reacciones”, dice Poe. “Sólo espero que entre en el avión cuando esté embalado. En este momento tenemos cinco centímetros de espacio.”

El constructor abre una caja de laminado de platino para mostrárselo al periodista. Cuesta tres dólares la lámina de diez centímetros cuadrados. Más delgada que una piel escamada, con viento se convierte en una especie de arruga inutilizable. “La verdadera presentación será en Los Ángeles, en el MOCA”, declara Blum. “El platino va a crear un cambio muy significativo. Nunca hemos hecho un platinado de esta complejidad. Es algo desconocido.”

Murakami se acerca y adopta la postura de sus galeristas. Conversan. Después, el artista hace su recorrido, intercambiando algunas palabras con cada uno de los presentes. Cuando me toca el turno, lo felicito por el sublime sentido del humor que tiene la escultura. “Me encanta esta tensión”, me dice, mirando al grupo que camina alrededor de su obra. “No nervioso, porque la vi hace dos semanas. Ya con satisfacción de que la calidad es buena. Cada parte tiene varias historias.”

“Dentro de diez años, ¿qué es lo que más recordarás del día de hoy?”, le pregunto.

“Jefe de fábrica. El viejo estaba muy callado. Sólo miraba nuestro trabajo. Pero finalmente está sonriendo”, dice Murakami. “También viejo constructor me dice: ‘Le agradezco mucho. Nos dio experiencia realmente muy buena’. Y después el constructor joven, señor Ijima, el director de la escultura... por primera vez, su cara tiene confianza.”

Murakami mira su obra como un padre cariñoso podría observar a un hijo que no salió primero en la carrera. “Pero para mí”, continúa, “mi sensación es ‘oh, Dios, ¡qué pequeña!’. Digo a cada constructor: ‘Oye, la próxima vez la escala es doble o triple, por favor’”. Murakami curva los labios, imitando la expresión del rostro delantero de *Oval*. “¿Conoces al Buda Kamakura?”, me pregunta. El Gran Buda de Kamakura es una escultura de bronce de trece metros de alto hecha en 1252. Las estatuas budistas suelen estar en los templos, pero los edificios de Kamakura fueron arrasados por un tsunami en 1495, y desde entonces el Buda ha estado al aire libre. “Esta escultura está en la mentalidad del pueblo japonés”, dice el artista. “Estoy contento con *Oval Buddha* pero pensando en próximo cambio. No ambición. De verdad, puro sentimiento. Instinto. Próxima obra debe ser mucho más grande. Muy complicada. Ése es mi cerebro.”

Capítulo 7

La Biennale

Mediodía del sábado 9 de junio. La Bienal de Venecia no abre al público hasta mañana, pero para el mundo del arte ya ha terminado. Unos pocos huéspedes descansan bajo sombrillas blancas; un camarero pasa ofreciendo zumo de naranja recién exprimido. El Cipriani es uno de los hoteles más lujosos del mundo; se cruza en yate o góndola desde la Piazza San Marco, y es un refugio de las multitudes que llegan hasta esta ciudad. Acabo de zambullirme en la desierta piscina del hotel: agua salada filtrada, 30 metros de largo. Después de una semana de demasiado arte y demasiadas conversaciones —matizada con lluvias intermitentes—, saboreo la posibilidad de un baño contemplativo debajo del cielo inmaculado. La mirada retrospectiva es esencial para comprender lo contemporáneo.

¿Cuándo comenzó realmente la Biennale de este año? La presentación oficial para la prensa fue el jueves. Los VIP tuvieron acceso el miércoles, y aquellos con conexiones particularmente buenas lograron infiltrarse el martes. A veces, sin embargo, la “experiencia bienal” comienza incluso antes de llegar. En la última edición, por ejemplo, mi experiencia comenzó en el aeropuerto de Heathrow, cuando divisé a los artistas Gilbert y George sentados uno frente a otro en la sala de embarque de British Airways. Con mejillas rosadas e idénticos trajes grises, el dúo artístico permanecía inmóvil, con la mirada perdida, sin cambiar una palabra. Se hicieron famosos en la década de los sesenta por lo que dio en llamarse “escultura viviente”, de manera que tuve la

sensación de haber llegado en mitad de una representación. Emplazada en una de las ciudades más hermosas del mundo, la Bienal de Venecia siempre produce una sensación extraña y teatral.

El solo hecho de llegar a Venecia y encontrarse con gente conocida basta para inaugurar el evento. Hace algunos años compartí un taxi acuático desde el aeropuerto Marco Polo con los artistas Grayson Perry y Peter Doig. La *superstrada* de la laguna ofrece un peculiar encuentro con la velocidad –72 kilómetros por hora si no aparecen semáforos en rojo ni hay que dejar pasar a la *polizia locale*–; resultó una vivificante introducción al parque de diversiones acuático que es Venecia. Durante el recorrido, Peter Doig –que suele usar fotografías como fuente de referencia y en cuya serie de pinturas más famosa aparece una canoa– sacaba fotos con su cámara digital, mientras Perry bromeaba sobre el clima y su guardarropa. Por supuesto, “el calor es el enemigo del travesti”.

Muchos afirman que el negocio de la Biennale se pone en marcha con un Bellini, el cóctel de Prosecco y zumo de melocotón con el que se bendice la llegada a la región del Véneto. Después de registrarme en mi humilde hotel, lleno de críticos y curadores de bajo presupuesto (mi zambullida en el Cipriani se la debo a un amigo capaz de permitirse la exorbitante tarifa), me encontré con un conocido para este trago ritual en el bar de un hotel con terraza al Gran Canal. Entre las mesas al aire libre divisé varias caras familiares del mundo del arte de Nueva York, Los Ángeles, Londres y Berlín. “Él es lista C. Ella es lista B”, decía mi conocido, señalando gente. “Nick Serota es lista A”, me aclaró. “Yo antes me alojaba en el Gritti Palace, pero después me pregunté: ‘¿Dónde se aloja François Pinault?’” A continuación me obsequió con un tratado sobre la inigualable discreción de Bauer Il Palazzo, un hotel-boutique del siglo XVIII, que no es lo mismo que el Bauer moderno, inferior pero aun así lujoso y cinco estrellas. Con 34.000 pases VIP y de prensa emitidos para el evento de cuatro días, la Bienal de Venecia es la mayor congregación mundial de participantes del mundo del arte y sus observadores. Como

resultado, las reuniones oscilan entre lo idiosincrásicamente inclusivo y lo cruelmente exclusivo.

En el otro extremo de la terraza estaba David Teiger, el coleccionista al que había estado siguiendo en Art Basel. Me acerqué a saludarlo y, como insistió en servirme una copa de champán, me senté a su mesa, en una silla de hierro fundido. Teiger me explicó su estrategia para los siguientes cuatro días: “Planifico todo cuidadosamente y después me desentiendo del plan y me dejo llevar”, dijo. “La Biennale es como una reunión de excompañeros de la secundaria, donde a todos les ha ido bien en la vida. No es el mundo real.” Teiger ha comprado importantes obras de arte en bienales anteriores, y en esta ocasión estaba buscando “seria, discreta y respetuosamente”. En la Biennale, me explicó, “entras en una maratónica búsqueda de una nueva obra de arte. Quieres ver una cara nueva y enamorarte. Es como ese sistema de citas rápidas”. Teiger contempló la fila de góndolas atracadas afuera, más allá de la balaustrada blanca. Luego me advirtió: “En Venecia, puedes llegar a enamorarte de un poste de alumbrado”.

Unas mesas más allá, entre una comitiva un poco más desaliñada, estaba John Baldessari. El sabio artista de Los Ángeles tomaba un simple vodka con hielo, las largas piernas estiradas frente a él. Este año se alojaba en el Danieli (un hotel de cinco estrellas), pero me contó que la primera vez que vino a la Biennale, allá por 1972, durmió en el techo de un autobús Volkswagen estacionado en los Giardini. Los Giardini conforman un parque que se estructura en torno a un eje perpendicular de avenidas arboladas, salpicadas con pequeños edificios ornamentales que fueron diseñados por diversas naciones. El autobús albergaba una muestra colectiva que incluía *Folding Hat* (1970-1971), un vídeo de Baldessari en blanco y negro, de media hora de duración. “Con mi esposa de entonces nos trepamos al techo, llevamos un par de mantas. Hacía buen tiempo. Estuvo bien”, me contó. En ese entonces no lo invitaban a fiestas lujosas. “Ahora recibo un montón de invitaciones, pero por lo general digo que no”, dijo con cierta satisfacción. “En Venecia, puedes juzgar el precio de mercado de cada artista basándote en

la cantidad de fiestas a las que está invitado.” Aunque lo desesperan las jerarquías sociales y la “sobrecarga visual”, ha aprendido a apreciar la Bienal de Venecia, en parte porque tiene muy mala orientación. “Cada mañana, al salir del ascensor, voy para el lado equivocado”, me dijo. “En Venecia, todos andan permanentemente perdidos, así que no me siento mal cuando paso por tercera vez en diez minutos frente a algún conocido sentado en un café.”

El Gran Canal estaba congestionado con el tráfico del anochecer; los *vaporetti* (autobuses acuáticos) y los taxis acuáticos (sesenta euros el viaje) pasaban resoplando junto a las silenciosas góndolas negras. El poeta romántico Lord Byron solía nadar desnudo en los canales, pero ahora está estrictamente prohibido bañarse, se esté desnudo o no.

Diez largos de crol y la piscina sigue gloriosamente vacía. En la última Biennale, en esta misma piscina, estaban Peter Brant —importante coleccionista— y Alberto Mugrabi —marchante del mercado secundario— fumando cigarros en las tumbonas. Al rato aparecieron un desarrollador inmobiliario neoyorquino y otro marchante, con sendas barrigas bronceadas asomando entre sus batas blancas. Luego llegó Larry Gagosian, conversó brevemente con ellos y se fue. Era como si todos los ocupantes de los asientos preferenciales de Christie’s hubieran sido colectivamente teletransportados a Europa, perdiendo la ropa en el proceso. Aparentemente, durante la Bienal, esta banda de agentes del mundo del arte se refiere a la piscina del Cipriani como a “la oficina”.

Una bienal no es solamente una muestra que tiene lugar cada dos años; es una gigantesca exhibición que intenta captar el momento artístico global. Si bien instituciones como el Whitney y la Tate montan exposiciones nacionales denominados bienales o trienales, una verdadera bienal tiene una perspectiva internacional y es organizada por una ciudad más que por un museo. La Biennale di Venezia, cuya primera edición data de 1895, tiene sus raíces en las ferias mundiales y los salones académicos. Su internacionalismo, durante muchos años descrito, con más precisión, como “paneuropeísmo”, surgió del deseo de esta ciudad de fomentar su única industria, el turismo. La ciudad brasile-

ña de Sao Paulo fundó, en 1951, una bienal a imagen de la de Venecia, mientras que Kassel, en Alemania, formuló en 1995 la exposición Documenta, más intelectual y menos centrada en los objetos, que se organiza cada cinco años. Algunas otras bienales fueron establecidas en las décadas de los setenta y los ochenta (las más notables fueron la de Sidney en 1973, la de La Habana en 1984 y la de Estambul en 1987), pero el género cobró verdadero vigor en los noventa: Sharjah (1993), Santa Fe (1995), Lyon (1995), Gwangju (1995), Berlín (1996), Shanghai (2000) y Moscú (2005), para citar sólo algunas. A diferencia de una feria de arte, donde las exposiciones son organizadas por las galerías participantes, la estructura subyacente de una bienal es determinada por la identidad nacional y otros temas curatoriales.

La Bienal de Venecia es como un circo de tres pistas (o trescientas). Debajo del reflector central está el maestro de ceremonias, el director de la bienal: un puesto rotativo desempeñado por un curador experimentado que supervisa dos exhibiciones internacionales pensadas para que cada artista se represente a sí mismo, más que a su país. Una de ellas se ubica en el pabellón más grande de los Giardini, un edificio Beaux Arts que alguna vez se llamó Palazzo dell’Esposizione. Los propagandistas estéticos de Mussolini le hicieron una fachada fascista y lo rebautizaron Padiglione Italia, denominación que ha permanecido en el tiempo, a pesar de sus contenidos no italianos. (Este nombre siempre resulta confuso. En inglés no existe distinción lingüística entre este pabellón internacional y el nuevo, donde se expone arte italiano; ambos se llaman “pabellón italiano”. Pero los italianos se refieren al segundo como Padiglione Italiano.) La otra exhibición internacional, más grande aún, tiene lugar en el Arsenale, un extenso astillero, vestigio del tiempo en que Venecia era potencia naval. Este año, el director de la Biennale es Robert Storr, el primer curador nacido en los Estados Unidos que accede a este exigente y prominente puesto.

Desde la segunda pista del circo compiten entre sí los setenta y seis pabellones nacionales, con obras de artistas de cada país, generalmente bajo la forma de muestras individuales. Cuando el arte contemporáneo

era una actividad predominantemente occidental y acotada al primer mundo, estas representaciones nacionales se ubicaban en los Giardini. Sin embargo, hoy en día son tantos los países interesados en participar que la bienal se ha expandido: existen agencias gubernamentales (a veces, incluso, fundaciones privadas) que alquilan iglesias, almacenes y *palazzi* por toda la ciudad. Por último, en las pistas más lejanas de la bienal, más de un centenar de muestras secundarias, tanto oficiales como no oficiales —colecciones privadas, espectáculos especiales y otros eventos complementarios—, también intentan llamar la atención.

El miércoles VIP atravesé rápidamente los Giardini en dirección al Padiglione Italia, para ver la primera parte de la exposición internacional de Robert Storr, *Think with the Senses – Feel with the Mind: Art in the Present Tense* (“Piensa con los sentidos, siente con la mente: el arte en tiempo presente”). En el vestíbulo había un gran móvil llamado *Maypole/Take No Prisoners*, hecho recientemente por Nancy Spero, una artista de ochenta y un años no muy difundida. La obra consistía en doscientos dibujos de cabezas cortadas con la lengua colgando. En la sala siguiente había una serie de coloridas abstracciones en acrílico de Odili Donald Odita, nacido en Nigeria y residente en los Estados Unidos. Después, en una imponente sala con techo a dos aguas, una serie de seis grandes pinturas y un tríptico gigante de Sigmar Polke. El artista alemán había dejado su impronta no solamente con pintura, sino también con un pigmento violeta que se volvía dorado al aplicarse sobre la tela de poliéster translúcida. Los coleccionistas proferían “ahs” y “ohs”. Los artistas y sus marchantes examinaban cómo estaba hecha cada obra. Los curadores y los críticos, con ojo de lince, expresaban reacciones inmediatas. “¡Sublime!”, decía uno. “Ajá”, decía otro.*

Me paseé por las ordenadas salas iluminadas por claraboyas, dedicadas a los cuadros de Ellsworth Kelly, Cheri Samba, Gerhard Richter y Robert Ryman. Podría haber sido una experiencia contemplativa de no ser por la profusión de besuqueo falso y la cháchara constante.

* Más tarde me enteré de que Francois Pinault les había ganado por la mano a unos cuantos museos: a través de Philippe Ségalot, había adquirido los siete cuadros.

Después me senté a ver una película de dieciocho minutos, *Gravesend*, filmada en 35 milímetros por Steve McQueen, ganador del Premio Turner (transcurre, en parte, en una mina de coltán en el Congo), y presencié, ahora de pie, una videoinstalación de teatro de sombras sobre sexo y esclavitud, de la estadounidense Kara Walker. Su extenso título, una cita de *El hombre invisible* de Ralph Ellison, incluía la frase “llamándome desde la furiosa superficie de un mar gris y amenazante”. A continuación vi un espectáculo de diapositivas en blanco y negro de Mario García Torres, licenciado de CalArts. El artista, de treinta y dos años, estaba en la clase de Asher el día en que fui a visitarlos. Irónicamente, la obra de García Torres, llamada *What Happens in Halifax Stays in Halifax (In 36 Slides)* [Lo que pasa en Halifax no sale de Halifax (en 36 diapositivas)], documentaba la reunión de tres estudiantes que habían participado en un seminario legendario de 1969 en el College of Art and Design de Nueva Escocia.

En el momento en que me alejaba de una instalación, *Material for a Film*, de la joven artista palestina Emily Jacir, me encontré con el propio Storr. Alto, rubio, con gafas, el curador vagabundeaba solo, con su chaqueta beige y su sombrero panamá, como si estuviera de safari en su propia exposición. De licencia en la Universidad de Yale, donde es decano de la Escuela de Arte, Storr parecía exhausto y un poco acongojado. “Las vicisitudes de esta bienal en particular, las entretelas políticas y demás han sido extremos”, me dijo. “No sabes lo difícil que ha sido llegar hasta este día.”

Unos meses atrás, cuando estaba un poco menos agotado, entrevisté a Storr en Londres, mientras cenábamos en Le Caprice. Logrado pintor y persuasivo escritor, Storr respondió pacientemente todo tipo de preguntas básicas, como por ejemplo qué es lo que hace un curador. “Los curadores hacen que prestes atención a cosas que de otro modo no mirarías. Más aún, te acercan las obras de manera que produzcan una sensación vívida.” Hasta su intervención en la Biennale, Storr era conocido por el fluido estilo de sus monografías y por las elegantes muestras individuales que curó cuando trabajaba en el MoMA de Nueva York.

Por eso se me ocurrió preguntarle: “¿Qué define una buena muestra colectiva?”. “No se trata de exponer obras maestras”, me dijo. “Ni de elegir los cuarenta mejores. Se trata de crear algún tipo de textura con la variedad del arte; un contexto en el cual las obras individuales puedan ganar significado.”

Cuando le pregunté si se suponía que las bienales tenían que captar el espíritu de la época, Storr frunció el ceño. “Soy un estadounidense de cincuenta y siete años, trabajador, heterosexual, anglosajón. Por naturaleza no me inclino a intentar una explicación de las épocas que van pasando. No estoy tratando de demostrar que estoy ‘en la movida’. Sólo trato de estar en movimiento y de tratar con artistas que estén trabajando al máximo de su potencial —que estén en la cresta de su propio momento artístico—, estén o no en el momento culminante en cuanto a la recepción.”

Storr está más interesado en lo que él denomina “el tiempo presente”, y evocó al modernista Ezra Pound, por mucho tiempo residente de Venecia, que dijo que “un clásico es una novedad que sigue siendo siempre novedad”. Luego agregó: “El gran arte es, esencialmente, un trabajo que ha demostrado ser inagotable en términos del valor que les ofrece a aquellos que le prestan atención. Dice ‘estoy en tiempo presente a pesar de haber sido hecho hace cinco o cincuenta años’”.

No del todo cómodo con el alto perfil que se le confiere al “autor” de la Biennale, Storr me dijo que, en su opinión, la condición de curador tiende a “inflarse” demasiado. “Si lo haces bien y como corresponde, ser curador es una profesión honorable y necesaria”, se explicó. “Pero me parece que la figura del curador como estrella o empresario no es buena para nadie.” Hizo una pausa y añadió: “Mi trabajo consiste en hacer que la gente se concentre en los ciento un artistas incluidos en la exposición”. Sin embargo, no se mostró demasiado optimista: “Me imagino que me voy a dar un buen porrazo. Tiene que ver con factores objetivos que determinan cómo funciona el mundo del arte, y uno de ellos es la necesidad que siente la gente de hacer descender de escalón a los demás”.

La dirección de la Bienal de Venecia es un cáliz particularmente venenoso. Es el máximo puesto al que puede acceder un curador que no haya abandonado la organización práctica de exposiciones para convertirse en director de museo, y el elegido es, a menudo, brutalmente criticado antes, durante y después de la inauguración de la bienal. Los curadores suelen hablar con entusiasmo del trabajo en colaboración pero, aunque a veces comparten curatorías o cooperan en las muestras de otro, no son menos competitivos que, digamos, los coleccionistas en una sala de subastas. De hecho, algunas alianzas curatoriales pueden llegar a parecer camarillas de lo más agresivas.

Para Storr, lo mejor es la parte de investigación. “He viajado muchísimo. He visto un montón de lugares y un montón de arte que de otro modo nunca habría visto, y estoy muy agradecido por eso. Profesionalmente, estoy en deuda con la bienal porque, con todo lo que he visto, tengo material para varias exposiciones futuras.” Su conclusión, después de visitar cinco continentes: “Las fatales predicciones de homogeneización global sencillamente no son ciertas. Hay mucha información compartida, pero con ella las personas hacen cosas absolutamente diferentes”.

Más tarde, ese mismo miércoles, sir Nicholas Serota y el Consejo Internacional de la Tate ofrecieron un cóctel en el Palazzo Grassi, que albergaba una muestra independiente con más de ochenta obras de la colección de François Pinault. El dueño de Christie’s había comprado y reformado el palacio de tres pisos —el último que se construyó antes de la caída de la República de Venecia— de modo que sus cielo rasos ornamentados, imponentes balaustradas y arremolinados mármoles en rosa y beige pudieran espiar desde detrás de las paredes de aglomerado blanco, de seis metros de alto. El comunicado de prensa decía que los tabiques blancos establecían un “diálogo sutil y respetuoso con el edificio, proporcionando las condiciones ideales para la exhibición de arte”. Se incluía además una notita separada, explicando que se le había encomendado a Takashi Murakami “una monumental serie de pinturas llamada 727-272 *Plus* (...). La presentación de este trabajo tendrá lugar más adelante”.

Serota llegó en bote diez minutos después de la hora estipulada, y unos veinte minutos tarde según su reloj de los Ferrocarriles Suizos (diez minutos adelantado). Se metió en el edificio para ver la exposición, y reapareció abajo, en el atrio, donde se servían champán y canapés. “Mucha gente de todas partes del mundo nos apoya, y muchos de ellos vienen a Venecia”, me dijo. “Fue muy amable por parte de François Pinault cedernos este espacio. Siempre ha colaborado mucho con la Tate.”

“¿Qué es lo que busca cuando viene a la Biennale?”, le pregunté. “Algún que otro descubrimiento inesperado en los pabellones nacionales, junto con una visión inteligente por parte del director de la bienal”, respondió el director de la Tate. “Rob Storr ha tenido casi tres años para preparar esta bienal, de modo que ha tenido la posibilidad de montar no sólo un informe, sino un particular punto de vista sobre qué cosas son significativas en el arte contemporáneo. Ha habido ocasiones en que la bienal consistió en noticias sin digerir: ‘Esto es lo que me llamó la atención la semana pasada en Johannesburgo, o donde fuera.’” Serota hizo una pausa, una mano apoyada en la cadera, la otra en el mentón. Luego agregó: “Realmente me pregunto si una sola persona puede seguir curando una exposición que intenta ser globalmente inclusiva”.

El cóctel se iba poblando. Por encima del hombro de Serota divisé una reunión de nominados y ganadores del Premio Turner. Tomma Abts y Mark Titchner le hablaban a un curador de la Tate Britain. En total, entre sus cuatro sedes, la Tate emplea a sesenta y cinco curadores. “Los buenos curadores les prestan atención a los artistas y a sus preocupaciones, pero no quedan atados a ellos”, dijo Serota. “Los buenos curadores hacen más que mostrar a los artistas que a ellos les gustan. Tienen la obligación de intentar revelar las terminaciones nerviosas del arte contemporáneo. Eso significa ir adonde van los artistas, ver lo que están haciendo, incluso cuando no se sientan personalmente atraídos.”

Le pregunté a Serota si alguna vez había querido curar una bienal. “Hubo un momento, a fines de los ochenta, en que pensé que me

gustaría montar un Documenta. Si no hubiera venido a la Tate y hubiese estado dando vueltas con cara de buscar un buen trabajo... pero ahora, el momento pasó”, me respondió, mientras inspeccionaba experta y sutilmente el gentío. “No sé si a alguien le interesaría mi opinión hoy en día. Hasta cierto punto, mi perspectiva tiene sede propia.” Serota vio a alguien a quien tenía que saludar y, a manera de cierre, dijo: “Al fin y al cabo, no habría que tomar la bienal como barómetro de lo que es importante”.

De pie a mi lado estaba Cuauhtémoc Medina, un rechoncho curador mexicano de un metro noventa. Medina es curador asociado en la Tate Modern, dentro de la colección latinoamericana, y miembro del Instituto de Investigación Estética de la Universidad Nacional Autónoma de México. Un momento antes había estado enfrascado en una conversación con un hombre mayor de inusual melena gris y bastón: resultó ser el artista argentino León Ferrari, cuya escultura de Cristo crucificado en un avión de la fuerza aérea estadounidense concitaba una respetuosa atención en el Arsenale.

Medina tenía que escribir una reseña de la bienal para *Reforma*, el prestigioso diario mexicano. Todavía no había visitado demasiados pabellones, pero ya se había formado una opinión contundente sobre la muestra internacional de Storr. Con unas pocas pero importantes excepciones —como por ejemplo las salas con obras de Ferrari, Francis Alÿs, Marine Hugonier y Mario García Torres—, lo decepcionaba la tendencia conservadora. “Esta bienal es dos cosas que una bienal nunca debe ser: correcta y aburrida”, declaró Medina. “Es una instalación de museo donde a los artistas de museo les otorgaron los mejores espacios. No desafía el canon. No logra desarrollar una discusión sobre arte contemporáneo. El gusto de Storr parece seguir atado al MoMA.”

Según Medina, las distinciones entre museos y bienales están desdibujándose, y no para bien. “Se supone que una bienal hace avanzar las cosas. Que introduce un poco de inestabilidad en el sistema en lugar de reproducir el consenso. Se supone que es audaz, que no elude los riesgos.” Medina invocó el recuerdo de Harald Szeeman, el curador

trotamundos que montó la primera exhibición de artistas jóvenes en el Arsenale en 1980, y fue el primer director no italiano de la Biennale en 1999 (murió en 2005, a los setenta y un años). Szeeman se especializó en exposiciones a gran escala, llenas de obras recién hechas especialmente para la ocasión. Suele considerársele el primer curador freelance que se convirtió en estrella del arte. “Venecia siempre ha sido una importante fuerza de inclusión”, me explicó Medina. “Es por eso que Szeeman llamó ‘Aperto’ a la exposición del Arsenale. ‘Aperto’ significa ‘abierto’. La muestra de Storr, más que abrir el terreno, lo cierra.”

Mientras Medina hablaba, noté que su cabello estaba húmedo y sus zapatillas empapadas. “He venido en un bote de servicio de techo alto, con un muchacho empleado por el pabellón mexicano”, me explicó tímidamente. “No pudo pasar por debajo de un puente interno, así que se acercó al borde y me dijo que saltara.” Medina, que no es precisamente ágil, erró su objetivo y cayó en el canal. “Fue un poquito desagradable. Tuve que nadar como ochenta metros para llegar a los escalones. El agua de Venecia tiene fama de ser un lodo tóxico. La gente se imagina que si se cae, muere en el acto. Yo tragué un poco. Era salada. Nada especial.”

El curador me contó que tiene toda una historia con las caídas. Uno de sus tropezones, ocurrido frente al artista belga Fancis Alÿs durante un paseo por Hyde Park, inspiró una serie de pinturas, docenas de dibujos y una animación de un minuto titulada *The Last Clown* (El último payaso). La película de Alÿs muestra a un hombre de traje gris que camina hasta que se enreda la pierna con la cola de un perro, y cae al suelo. De fondo se oye una animada música, interrumpida por risas enlatadas. La obra suele ser interpretada como un comentario sobre la visión que tiene el gran público de los artistas en tanto personajes absurdos. Es toda una revelación saber que el modelo original fue, de hecho, un curador.

En algún momento después de las 20.00 me fui de la recepción, subí al *vaporetto* número 1 en la parada del Palazzo Grassi e inmediatamente me encontré con varias personas de *Artforum*, entre ellas Tom

Griffin y Charles Guarino. Griffin sugirió que la Biennale y *Artforum* se enfrentan a una tarea similar, la de resistir “el culto al último grito”, mientras que Guarino me informó: “En Venecia, un buen curador es el que sobrevive. La Biennale es un paradigma de Italia: desorganizada, incompleta, repleta de rumores sobre grandes fiestas. Parece ser más fácil para los directores italianos, ya que están en territorio conocido. Germano Celant puede montar una Biennale como un mecánico arma su propio Fiat. Pero a veces viene un curador que no tiene manual de instrucciones ni muchas pistas sobre cómo manejarse”. Mientras el bote avanzaba lentamente hacia la siguiente parada, Guarino continuó: “Sea como sea, puedes estar segura de que la muestra internacional se maneja según una vaga tesis curatorial que es imposible confirmar o negar, e incluye más artistas de los que es posible para nadie apreciar”. Guarino no se ha perdido una bienal en veintiséis años. “¿Y qué es lo que buscas cuando estás aquí?”, le pregunté. “Todos tienen una agenda de la que jactarse”, respondió. “En general, si estoy buscando algo, es a la persona que invité a cenar.”

La palabra *vaporetto* significa “barco a vapor”, pero este viaje en bote estaba perfumado con vapores de diésel. Lentamente zigzagueamos a través del canal, pasando junto a la Peggy Guggenheim Collection, un extraño “medio palacio” de una planta con una terraza espectacular, y luego junto al Hotel Gritti Palace, cuya *terrazza ristorante* a nivel del agua está bordeada de abundantes geranios rojos. Al bajar del número 1 en la parada de San Zaccaria, vi a Nicholas Logsdail esperando el número 82. Se dirigía, junto al personal de Lisson Gallery, a una cena al aire libre en Harry’s Dolci. Me invitaron a ir con ellos. “En cada Biennale”, me explicó Logsdail, “hay un realineamiento de clanes”. Respecto de la organización del arte, bromeó: “Los museos son una especie de zoológico, mientras que las bienales son más como ir de safari. Te pasas todo el día conduciendo y ves docenas de elefantes cuando lo que realmente quieres ver es un león”.

No lejos de allí estaba el gótico Palazzo Ducale, residencia del duque y sede del gobierno veneciano hasta su derrota napoleónica, ahora

uno de los lugares turísticos más visitados de la ciudad. Dentro, y notoriamente fuera de la transitada ruta de la multitud de la bienal, había obras de artistas venecianos tales como Tiziano, Tintoretto y Veronese, y el siniestro pintor flamenco Jerónimo Bosch.

“¿Por qué nos interesa tanto lo nuevo?”, le pregunté a Logsdail.

“Es muy posible que se trate de una gran conspiración comercial”, dijo con ironía. “Esa cosa inmediata del ahora, que es bastante obsesiva, en realidad es un reflejo del consumismo que puedes ver en toda la cultura.” El galerista estaba animado. “Si es de tu gusto, puede ser muy divertido.”

A través de los años, la galería de Logsdail ha expuesto a muchos artistas en la bienal. “Si pones en algo toda tu energía, entre toda la confusión, tienes una posibilidad del cincuenta por ciento de causar sensación”, me explicó. “Y si no causas sensación, no causas nada.”

De vuelta en el Cipriani, una pareja de coleccionistas ingleses da una zambullida. Él flota; ella ejecuta unas regias brazadas de pecho con la cabeza erguida. Luego me dice, con la mayor amabilidad, que le resulta irritante que los norteamericanos “de estilo deportivo” anden pataleando por toda la piscina. Le digo que yo soy canadiense y enseguida se pone a ensalzar el pabellón canadiense de este año; dice que es “el mejor desde 2001”. En la bienal, todos son vívidamente conscientes de las identidades nacionales. Según Philip Rylands, durante mucho tiempo director de la Peggy Guggenheim Collection (que con frecuencia funciona como consulado estadounidense *ad hoc* en Venecia), “el nacionalismo es una de las cosas que le otorgan a la Biennale tensión y longevidad. Sin los pabellones nacionales y las docenas de países que solicitan participar, seguramente la Biennale se habría empantanado como suele suceder con las cosas públicas en Italia. Se habría convertido en trienal o en quinquenal, o directamente habría desaparecido”.

El jueves arrancó con lloviznas. A las diez de la mañana el personal de guardia ante las puertas de los Giardini dejó pasar a los portadores de pases de prensa. No hubo estampidas: sólo un flujo constante de algodón y lino con calzado cómodo. Los Giardini ofrecen una antología

estilo Disney de estilos arquitectónicos. El folclórico pabellón húngaro se enfrenta a la geométrica estructura holandesa. La aireada estructura de vidrio que construyeron los escandinavos mira sin expresión al mini Kremlin que alberga el aporte ruso. Subí por la suave pendiente hasta una pequeña plataforma, donde un triunvirato de poderes europeos se encuentra en peculiar confrontación: el pabellón francés (un mini Versailles), el pabellón del Reino Unido (originalmente construido como salón de té) y el pabellón alemán, una curiosidad nazi, renovado por Ernst Haiger al estilo oficial fascista. En esta ocasión, la construcción había sido cubierta por la artista Isa Genzken con un andamiaje de red anaranjada, como rechazo simbólico a su identidad arquitectónica.

Los ejes geopolíticos de los Giardini son muy 1948. Dos tercios de los pabellones corresponden a países europeos; tienen, por lo general, los edificios más grandes en las mejores ubicaciones. Cinco pertenecen a naciones americanas (los Estados Unidos, Canadá, Brasil, Venezuela y Uruguay). Dos, al Lejano Oriente (Japón y Corea del Sur). Luego están Australia, en una ubicación que bien podría ser descrita como “bien abajo”; Israel, en un espacio apretado junto al pabellón estadounidense, y Egipto, el único país africano y el único país islámico, al fondo de los Giardini, en una zona a menudo inaccesible para quienes hacen un uso insuficiente del plano de la Bienal.*

Atraída por mi patria adoptiva, subí los escalones de la villa neopalaciega con el cartel de GRAN BRETAGNA. Con seis salas diferentes, el espacio de exposiciones rebosaba de nuevos cuadros, dibujos, esculturas en varillas de madera y poemas de neón de Tracey Emin; había también algunas acuarelas, nunca antes expuestas, pertenecientes a una serie de 1990 sobre su aborto. La muestra incluía algunos de sus característicos autorretratos con las piernas abiertas. La artista, con pantalones blancos de pierna ancha y sostén negro, era el centro de atención. “El feminismo sucedió hace treinta años”, le decía a un equipo de la televisión suiza. “Gracias a las Guerrilla Girls yo puedo estar aquí de pie con

* El hecho de que países ricos como Arabia Saudita no posean pabellón propio deja claro que tener una escena artística desarrollada no se relaciona directamente con el poder económico.

ropa de Yves St. Laurent y Alexander McQueen y las tetas colgando.” Acerca de representar a Gran Bretaña, Emin dijo que era “nacionalismo a un nivel dulce y adorable”. Frente al típico orgullo británico de “guardar las distancias”, Emin reconoció que “mi problema es que no puedo guardar un secreto”.

Apostados en casi todos los pabellones nacionales están los marchantes o galeristas que representan a los artistas expuestos. En el caso de algunos países, oficialmente no se supone que puedan producirse ventas. En otros casos el organismo gubernamental que maneja el pabellón tiene que percibir, de haber ventas, un porcentaje de ellas. Dado que se ha descubierto que los marchantes subvierten el sistema alegando que las obras se vendieron una vez que la bienal cerró, se ha puesto muy en boga un tercer tipo de arreglo. Los marchantes o galeristas financian la realización, el traslado y la fiesta de presentación; a cambio, pueden vender libremente, como si estuvieran en su propia galería. De todas maneras, no es algo que se quiera comentar abiertamente con la prensa.

Tim Marlow, uno de los directores de la galería de Emin en Londres (White Cube), daba vueltas por la primera sala del pabellón, con el aspecto de un modelo de GQ. Evitando preguntarle sobre las ventas —lo cual, sin duda, no sería una pregunta muy bien recibida—, le pregunté qué tenía de británico el arte británico. “El paradigma cultural dominante es el pluralismo”, respondió con gran seguridad. “El arte británico es sorprendentemente diverso, pero supongo que a menudo los artistas británicos se enfrentan con el predominio de lo literario en nuestra cultura. Tracey es una magnífica narradora. En sus propias palabras, es una ‘expresionista perdida’.” Se detuvo un momento. “Supongo que gran parte del arte británico también comparte cierto humor burlón: Damien, Tracey, Gilbert y George, Jake y Dinos [también conocidos como los hermanos Chapman]. Creo que contrasta con esa característica seca que tiene mucho del arte conceptual alemán o norteamericano.”

Cuando le pregunté cómo fue que se eligió a Tracey Emin para representar a Gran Bretaña en la Biennale, Marlow señaló a Andrea Rose,

una mujer de cabello corto que estaba del otro lado del salón, con un traje blanco un poco más formal que el de la artista. Rose dirige el área de artes visuales del British Council; parte de su trabajo es promover el arte británico alrededor del mundo. “Detesto emplear el verbo ‘usar’, pero nuestro trabajo es usar el arte en pos de los objetivos políticos de Gran Bretaña en el extranjero”, me dijo. “En este momento nuestras prioridades son China, Rusia, el mundo islámico, África. Europa occidental está muy abajo en nuestra lista, Norteamérica ni siquiera está incluida. No impulsamos una línea política: sólo decimos que la libertad de debatir es una libertad muy importante.” El British Council es una organización de más de siete mil empleados que trabajan en más de cien países. Si bien las artes visuales constituyen una pequeña parte de esta organización, Rose está en condiciones de decir: “Nómbreme una bienal: Estambul, Sao Paulo, Shanghái, Moscú... lo más probable es que estemos allí”. Según Rose, estas bienales ofrecen la posibilidad de que la gente que está lejos del mundillo del arte pueda ver lo que otros ven: “Introducen a la gente en el gran diálogo internacional y la conectan con ideas que son corrientes en el resto del mundo”.

Venecia, sin embargo, es el único lugar del planeta donde el British Council y los departamentos culturales de la mayoría de los gobiernos tienen su propio edificio. Unos nueve meses antes de cada Biennale, Rose convoca a un comité de ocho expertos especialmente interesados en el arte contemporáneo para elegir a un artista que represente a Gran Bretaña. “Venecia es una forma de circo, y hay que ser capaz de elegir a la persona apropiada para que se desempeñe en el momento apropiado”, me explicó. “La Biennale es algo muy temporal. No es para cualquier artista. Se trata de observar el panorama y elegir al mejor artista para Venecia, que no necesariamente es el mejor artista británico pero sí, con suerte, alguien que refleje lo que está pasando. El conflicto en Venecia es: ¿se elige a alguien para que haga historia o para que confirme la historia?”

Cada país tiene su procedimiento burocrático para otorgarle el pabellón a un artista. Los alemanes, de manera similar a los británicos, tie-

nen una agencia nacional que se dedica a la cultura: el Instituto Goethe, que maneja el pabellón. El Guggenheim es el dueño del pabellón estadounidense, aunque no determina sus contenidos. El Departamento de Estado recibe propuestas y el Fondo Nacional de las Artes convoca a un panel de selección. De vez en cuando, un país que no tiene interés o dinero para promover el arte contemporáneo rechaza una invitación a tener pabellón propio en la bienal. En 2005, por ejemplo, un marchante privado se ocupó de financiar un pabellón semi oficial de la India; pero este año, como en años anteriores, India no tiene pabellón propio. Este año, “miembros de la comunidad libanesa” fundaron el primer pabellón libanés de la historia de la bienal: una exposición de cinco artistas residentes en Beirut, que disfrutaban del apoyo oficial —ya que no económico— del gobierno del Líbano.

Salí del pabellón británico con sus regalitos —un bolso de tela, un catálogo, algunos tatuajes temporarios y un sombrero blanco con una frase bordada en color rosa: SIEMPRE DESEÁNDOTE... CON AMOR TRACE X— y me dirigí al pabellón de los Estados Unidos, que parece un pequeño capitolio. Nancy Spector, la curadora del pabellón, estaba en el vestíbulo, de pie junto al tibio resplandor de una escultura de Félix González Torres llamada *Untitled (America)*. Nacido en Cuba, González Torres murió en 1996, a causa de complicaciones en relación con el sida. Había quien lamentaba que esta muestra hubiera llegado tan tarde; otros se quejaban de que el pabellón debería celebrar la obra de un artista vivo. Un curador enfurecido llegó a exclamar: “¡Tal vez la próxima vez decidan exponer a Whistler!”. Todos parecían coincidir en que no era el momento adecuado; el pabellón estaba hermoso pero fúnebre.

Por cierto, la recepción no fue tan animada como la que se le confirmó a Ed Ruscha en 2005, cuando cinco cuadros en blanco y negro de su serie *Blue Collar*, de 1992, se expusieron junto a cinco nuevos cuadros en color en los que se veían los mismos lugares de Los Ángeles. Bajo el título *Course of Empire* (Rumbo al imperio), y montada poco después de la invasión a Iraq, la exposición tenía una frescura y un sentido de la historia que satisfizo las expectativas de mucha gente.

Ruscha ya había expuesto antes en el pabellón; había hecho cientos de serigrafías de chocolate sobre papel y las había colgado en cuatro paredes, creando una instalación muy perfumada a la que llamó *Chocolate Room*, como parte de una muestra grupal en 1970. Cuando, en 2005, le otorgaron el pabellón entero para realizar una muestra individual, Ruscha fue consciente de las connotaciones y dinámicas del espacio. Tuvo también una inteligente relación con las curadoras Linda Norden y Donna De Salvo, que habían solicitado el pabellón en su nombre. “Soy malísimo colgando obras”, me dijo Ruscha con su cantito provinciano. “Yo entraría, tomaría la pintura que más me gusta y la pondría en la pared que más cómoda me quedara. Entre otras cosas, esas señoras tan inteligentes me ayudaron a colgar bien las obras.” Ruscha no pretendió entender el proceso que lo llevó a representar a los Estados Unidos ese año. “Hay algo de política”, me dijo. “Sin duda tiene que ver con factores que están más allá del talento de los artistas en consideración. En las recepciones aparecieron funcionarios del gobierno federal. Buenos tipos, pero con trajes medio grises, ya sabes.”

Al salir del pabellón estadounidense, Paul Schimmel me dedicó un cálido saludo. El curador se estaba tomando unas breves vacaciones europeas para luego continuar con su retrospectiva de Murakami. Sobre el proceso de selección de artistas para el pabellón me dijo, suspirando: “Mi colega del MOCA, Ann Goldstein, propuso a Félix González Torres, con su cooperación, en 1995. Ese año yo propuse a Chris Burden. Después me presenté en nombre de Charley Ray y Jeff Koons. En el fondo no es una cuestión de (a) calidad del artista ni (b) capacidad de imponerse. Tiene que ver con la percepción de cómo va a encajar la muestra en el tema general y quién es políticamente útil en cada momento. En este tipo de competencias, siempre soy un segundón”.

La llovizna se convirtió en chaparrón, y nos dispersamos. Yo me metí en un café y me puse en la húmeda cola para pedir mi *panino*. Mis pantalones blancos estaban embarrados. Cuando la lluvia amainó, me di cuenta de que me había saltado el pabellón canadiense, que está metido detrás del británico “como si fuera la choza del jardinero o la

letrina de la madre patria”, según lo expresó un curador. Construido en 1954, el pabellón es un delicado espacio con aire de tienda india, cuyas paredes inclinadas suelen ser una frustración para los artistas que allí exponen. Entré sin mucha expectativa y quedé completamente sorprendida por la extraña instalación revestida en espejos, montada por el artista David Altmejd. Oriundo de Québec y con treinta y dos años, el artista había dominado el espacio creando una atmósfera total que era mitad bosque norteño, mitad boutique reluciente. Pronto me desorienté y eso fue bueno; pero me topé con Andrea Rosen, representante de Altmejd en Nueva York, después con Stuart Shave, su representante en Londres, y después con Dakis Jouannou, el supercoleccionista griego, que evidentemente intentaba adquirir la obra.* Volví a recorrer la obra, para recapturar la experiencia de estar en algo más que mirando algo, refugiándome en un armario espejado con algunas salientes, sobre las cuales se apoyaban pájaros embalsamados y hongos fálcos.

Cuando salía me encontré con Iwona Blazwick, directora de la galería londinense Whitechapel, que marcaba como “visto” el pabellón canadiense en su mapa de los Giardini. Con largo cabello rubio y luminosa sonrisa, Blazwick desafía la extendida suposición de que los curadores son los participantes más desaliñados del mundo del arte. “¿Qué te pareció?”, le pregunté. “¡Extraordinario!”, dijo con intensidad. “Altmejd ha transformado el pabellón en un *wunderkammer*, un gabinete de curiosidades.” Blazwick metió el mapa en su cartera y continuó: “Me encanta salirme del día a día y entrar en el espacio del arte. Me encanta estar inmersa en una idea o una estética o algo fenomenológico. Sinceramente, ya tengo suficiente de vida cotidiana”.

A muchos los pabellones les parecen anacrónicos: postulan pintorescas ideas sobre la nacionalidad que actualmente se unden bajo el peso de la globalización. Blazwick admite que la noción de escuelas o estilos nacionales no tiene sentido, pero adora los pabellones porque

* El pabellón contenía dos obras. El coleccionista George Hartman compró una para donarla a la Art Gallery de Ontario, y Jouannou compró la otra.

tienen el potencial de ser “proposiciones utópicas”. Los pabellones son autónomos. “No tienen función”, me explicó, “lo que significa que los artistas son libres de crear algo que tenga autonomía”. Blazwick saludó con un gesto a unos conocidos que entraban al pabellón. “Esas muestras que podrían titularse ‘miren mis obras de este último año’ suelen ser decepcionantes”, siguió diciendo. “Pero cuando los artistas toman el pabellón y hacen una propuesta declarativa, cuando utilizan su dinámica, su arquitectura y su historia, puede producirse algo verdaderamente interesante.”

Blazwick me ofreció una lista de pabellones legendarios. En 1993, Hans Haacke despedazó el suelo del pabellón alemán. “Fue la primera vez que un artista tomó el pabellón completo como estructura ideológica, simbólica”, me explicó. En 2001, en el pabellón belga, Luc Tuymans estrenó una serie de aclamadas pinturas sobre el Congo como manera de pronunciarse sobre la historia colonial. En 2003, Chris Ofili transformó el pabellón británico en “un oasis de africanía, un paraíso perdido de su imaginación”. En 2005, Annette Messenger cubrió la palabra FRANCIA, inscrita al frente del pabellón francés, con un cartel que decía CASINO, reconstruyendo a su país como anárquico territorio de riesgo y placer. “Fueron pabellones inolvidables porque eran ‘inmersivos’”, concluyó Blazwick. “No eran ventanas hacia el mundo. Eran mundos en sí mismos.”

Seducida por el entusiasmo de Blazwick, le pregunté cómo lograba prestarle toda su atención al arte. “Venecia es una gran fiesta, y la previa es una experiencia de interconexión”, confesó. “Vas viendo todo a la ligera, vas con prisas, pero te preparas. Te llega mucha información previa a través de las gacetillas de prensa. Yo tomo nota de las cosas que quiero ir siguiendo más adelante.” Aun así, es tal la cantidad de arte expuesto que es probable que uno no le preste atención a algo que podría haberle cambiado la vida. “Entré al pabellón húngaro y así como entré, volví a salir”, admitió Blazwick. “Pensé: ‘Seis cajas negras. Ni me molesto. No tengo tiempo para esto’.” Afortunadamente volvió al pabellón —montado por Andreas Fogarasi, de treinta años— y descubrió

que cada caja negra contenía un vídeo que era “una meditación muy tranquila, compleja, poética y divertida sobre el fracaso de la utopía”.

Habiendo cubierto mi cuota de representaciones de países relativamente democráticos y estables, salí de los Giardini. Junto a las puertas, y más allá del quiosco con postales y máscaras de carnaval, había un mimo de cara blanca de pie sobre una caja, adoptando una serie de poses piadosas vinculadas con las esculturas barrocas. A su lado, alguien vendía camisetas con las caras de diversos artistas-estrellas, como Paul McCarthy y Richard Prince. Logré meterme en un taxi acuático que acababa de dejar a sus anteriores pasajeros y atravesé la laguna en dirección al pabellón ucraniano. Aunque parecía que Venecia había sido tomada por el mundo del arte, todavía podían encontrarse algunos visitantes normales. Subiendo por el Gran Canal nos cruzamos con una flotilla de cinco góndolas llenas de turistas japoneses con sombrillas y cámaras de fotos. Sus gondoleros, todos con la tradicional camisa a rayas blanca y negra, conversaban animadamente entre ellos mientras hacían avanzar los botes. Nadie que venga aquí por la Biennale tiene tiempo para semejante viaje de placer.

El pabellón ucraniano, cuya exposición se llamaba “Un poema sobre un mar interior”, se ubicaba dentro de la decadente magnificencia del Palazzo Papadopoli y estaba financiado, en forma privada, por el oligarca billonario Victor Pinchuk, un recién llegado en el mundo del arte. El curador, Peter Doroshenko (nacido en los Estados Unidos de padres ucranianos), ante el problema de llamar la atención sobre los artistas de un país más conocido por exportar vodka, acero y modelos, se decidió por una mezcla de cuatro ucranianos y cuatro artistas occidentales relativamente conocidos, entre ellos Mark Titchner, nacido y residente en Inglaterra. Quise dar un vistazo a las obras pero me lo impidieron los solícitos guardias, que me hicieron entrar por la puerta de delante sólo para escoltarme hacia la puerta de atrás, puesto que el pabellón estaba cerrando. Me encontré con Titchner en el verde jardín del fondo, de pie debajo de una de sus obras, una marquesina que gritaba SOMOS UCRANIANOS, ¿QUÉ MÁS PUEDE IMPORTAR? Había estado

respondiéndole a la prensa durante siete horas, y lo único que pudo formular fue: “No doy más de hablar”. Pinchuk, que estaba ordenando a un fotógrafo que sacara fotos de él y su familia, arrastró a Titchner para que posara con ellos. El artista esbozó una sonrisa para la cámara y volvió junto a mí. Con el lápiz suspendido sobre mi pequeña libreta anotador azul, lo miré expectante. Él arrastró un poco los pies y se encogió de hombros. “Los problemas de representar a otro país”, me dijo, “son tantos como si representas al tuyo propio”.

Después de varios largos más, vuelvo a hacer un descanso. He estado compartiendo la piscina con un hombre de negocios, cincuentón, con una pulida brazada de espaldas. Romano, coleccionista de arte contemporáneo italiano, tiene muchas objeciones en relación con la Biennale. En primer lugar, lamenta que el evento internacional más importante del mundo del arte se desarrolle en un país con tan poco apoyo público al arte contemporáneo. “No tenemos un British Council o un Instituto Goethe. Tenemos pocos *kunsthallen*, y la mayoría de las ciudades no tienen un museo de arte contemporáneo, o incluso de arte moderno.” La Biennale, me da a entender, saca del apuro a la *gerontocrazia*. En segundo lugar, ¡la Bienal de Venecia no es lo suficientemente italiana! “Hasta este año ni siquiera teníamos un pabellón italiano como corresponde, porque el Padiglione Italia se le cedió a la exposición internacional”, me dice. “Aquí los artistas tienen tan pocas posibilidades que tienen que mudarse a Nueva York o a Berlín. Los artistas contemporáneos italianos más conocidos –Maurizio Cattelan, Vanessa Beecroft, Francesco Vezzoli– viven todos en el exterior.” El coleccionista me cuenta que la mayoría de las obras las compra en Milán, donde hay algunos marchantes muy buenos. Sin embargo, pocos logran exportar a sus artistas. “El problema con Milán... e incluso Turín... y, particularmente, Roma”, dice, “es que cualquier declaración que haga un artista en esas ciudades queda en esas ciudades”.

El nuevo pabellón italiano (el Padiglione Italiano, que expone arte italiano) está ubicado a diez minutos (a pie) de los Giardini, en el Arsenale. Estos antiguos playones navales, durante la bienal, están destinados

a lo que da la sensación de ser un kilómetro de muestras de arte. Esta característica maratónica es tácitamente reconocida por la existencia de puestos donde los empleados de la bienal ofrecen vasos de agua fría, y por los varios carritos de golf con chófer incluido. Si bien el Arsenale está lleno de obras elegidas por Robert Storr (una extensión de su muestra internacional), este año también alberga un pabellón regional (África) y tres pabellones nacionales (China, Turquía e Italia). El Padiglione Italiano presenta a dos artistas: Giuseppe Penone, un artista mayor vinculado con el movimiento arte povera, y una joven estrella llamada Francesco Vezzoli. Cuando llegué al extremo más lejano del Arsenale, donde se ubica el pabellón italiano, el atractivo Vezzoli, sudoroso y despeinado, estaba a mitad de una entrevista con Charlotte Higgins para el *Guardian*. A la prensa internacional le encantó su obra *Democracy*: estaban apareciendo reseñas no sólo en las secciones de arte de los diarios sino también en las páginas de política.

Por cierto, *Democracy* era el material perfecto para un artículo periodístico. El artista había convocado a dos de los más importantes manipuladores políticos de Washington D.C., Mark McKinnon y Bill Knapp, y les había encargado que escribieran guiones hipotéticos para las campañas publicitarias de dos candidatos presidenciales estadounidenses. Luego Vezzoli reclutó a la actriz Sharon Stone para que “se postulara” por uno de los partidos, y al filósofo francés Bernard-Henri Lévy para que representara al otro. Una vez que terminó los vídeos, Vezzoli los instaló en un cuarto circular con alfombra roja y paredes azules, de manera que los candidatos parecían gritarse el uno al otro. Vezzoli había optado por lo que Blazwick podría haber llamado “propuesta distópica”. En sus propias palabras, “la noción de elegir a alguien para que represente a tu país en el terreno del arte no es tan diferente de la de elegir a alguien que represente a tu país en el terreno de la política”. Más aún, el artista saturó el pabellón “italiano” de contenido abiertamente estadounidense. “Durante años hemos sido gobernados por Silvio Berlusconi; un hombre que desarrolló su negocio vendiéndole telenovelas norteamericanas al público italiano”, me dijo Vezzoli.

“Así que mi instalación, en realidad, es más italiana que el estereotipo italiano. Es ‘glocal’.”

La edición italiana de *Vanity Fair* (el semanario más vendido del país) publicó una cobertura de diez páginas. “Tener en todos los puestos de diarios del país el mensaje ‘Sharon Presidente’ no sólo fue graciosísimo: para mí fue el cortocircuito completo”, dijo Vezzoli. “Fue una agresiva campaña publicitaria que yo casi considero como parte de la obra.” El arte de Vezzoli suele referirse a la dinámica de la celebridad y la manipulación. “Si hubiera tenido los fondos”, agregó, “habría cubierto Italia con pósters de ‘Sharon Presidente’; habría hecho anuncios para televisión”. La atención mediática que recibió fue sin duda fantástica, pero lo mejor, para Vezzoli, llegó desde otra parte. “El momento más surrealista y sublime fue cuando el vicepresidente y ministro de Cultura de Italia, Francesco Rutelli, vino a visitar el pabellón”, dijo Vezzoli. “Lo llaman *er piacione*, ‘el bien parecido’ de la política italiana. Es increíblemente guapo y está casado con una famosa periodista italiana. Es la viva instancia real de lo que yo acababa de crear como ficción.”

Vezzoli piensa que la Bienal de Venecia es como el Festival de Cannes. “La delgada línea entre arte y entretenimiento se va desvaneciendo lentamente”, me dijo. “Es probable que ambos campos procedan cada vez más con las mismas estrategias. Tal vez los artistas esteamos más ávidos de atención o de más fondos para nuestros proyectos. Tal vez si fracaso como artista termine como magnate mediático de segunda categoría.” Mientras que muchos artistas se sienten perfectamente cómodos haciendo arte para iniciados, Vezzoli admite: “Tengo una debilidad. Me obsesiona el público; no en un sentido estúpido y comercial, pero estoy muy atento a que mis obras posean una amplia legibilidad”. En la Bienal de Venecia de 2001, Vezzoli presentó una performance llamada *Verushka Was Here*, y en 2005 su película *Calígula* fue uno de los trabajos más comentados: Vezzoli entiende bien el contexto visual veneciano. “El desafío, cuando estás invitado a una Biennale, es lidiar con la limitada capacidad de atención de la gente”, me explicó. “Para el tipo de educación artística que algunos de nosotros recibimos,

esto es absurdo porque nos han enseñado a construir proyectos que requirieran análisis largos y lentos.”

Aunque sigue visitando a sus padres en la provincia de Brescia, Vezzoli es un artista itinerante: una modalidad cada vez más frecuente. “Abandoné mi casa y mi estudio. Todo el dinero que tengo lo estoy usando para viajar. Es estresante, pero es la única forma que tengo de estar en todos los lugares donde tengo que estar para mis proyectos de reacción en cadena.” Sugerí que vivir en otros países podía mejorar la educación de un artista. No sólo lo ayuda a pensar más allá de sus horizontes culturales nativos, sino que también puede acceder a una comprensión más íntima de la recepción de su obra en el extranjero. Vezzoli asintió y agregó: “Los jurados verdaderamente serios se pasan el tiempo viajando; ven todas las bienales y las muestras de las galerías. Así que lo lamento, pero para hacer un trabajo que satisfaga sus expectativas tengo que mantenerme al día viendo las mismas cosas. Es horrible, pero es cierto. Yo creo que los artistas lo hacen inconscientemente, para sobrevivir; lo hacemos por la supervivencia de nuestras ideas”.

Desde la parte profunda de la piscina del Cipriani se ven la torre y la cúpula de San Giorgio Maggiore, tema de una de las más famosas acuarelas de J. M. W. Turner. A pesar de su prolífica producción de vistas de la ciudad, Turner hizo sólo tres visitas breves: pasó, en total, menos de tres semanas en Venecia. Aun contando con una magnífica memoria visual, tuvo que ser muy eficiente en sus bocetos, haciendo ligeros dibujos a lápiz para documentar las formas de la arquitectura y rápidas acuarelas para evocar la pigmentación del cielo y el mar.

La conversación más rápida que tuve en Venecia fue con el suizo Hans-Ulrich Obrist. Obrist es curador y viaja constantemente; fue uno de los curadores de “Utopia Station”, una controvertida sección de la Biennale de 2003. Hubo quien pensó que la muestra fue un hito de la curaduría innovadora; otros opinaron que fue un desastre. En la actualidad es codirector de la Serpentine Gallery de Londres y, en palabras de un colega, “curador oficial freelance del mundo”. La primera vez que me crucé con Obrist, creí que era un maníaco visitante de

otro planeta; ahora le he tomado el gusto a su sentido común creativo. Lleno de energía y excesivamente generoso, de vez en cuando ve muestras que lo “agitan” tanto que no puede dormir por una semana. Aunque cree que los pabellones nacionales están pasados de moda, Obrist no los aboliría porque aprecia sus limitaciones. “Siempre pensé que sería fantástico que Inglaterra y Francia, o tal vez Alemania y Suiza, intercambiaran edificios alguna vez”, me dijo. “Ésa sería mi sugerencia.”

Nos reunimos una mañana a tomar un capuccino, en un café al aire libre en una plaza tranquila, sólo alterada por el lejano sonido de los campanarios. Yo encendí mi grabadora y él se lanzó a hablar. Obrist cree en las entrevistas, no sólo como herramienta de investigación sino también como formato escrito. Ha publicado unas doscientas cincuenta entrevistas y ha conducido maratones de entrevistas de veinticuatro horas (y minimaratones de entre ocho y doce horas) en varias ciudades alrededor del mundo.

Hacia poco había visitado a Eric Hobsbawm, el historiador británico de noventa años. “Hobsbawm dijo que iba a resumir su vida como ‘protesta contra el olvido’. Creo que esa puede ser la mejor definición de lo que podría ser la curaduría: ‘una protesta contra el olvido’.” Obrist sonrió. “El criterio para el éxito de una exposición tiene que ver con lo que produce a largo plazo.” Una buena Biennale siempre se recuerda. “Define una década”, me dijo. “Ha habido tantas bienales... pero al fin y al cabo, las que realmente importan no son tantas. Una de las mejores sigue siendo —incluso si ninguno de nosotros la vio, porque éramos todos demasiado jóvenes, pero basta con mirar el catálogo y escuchar a los artistas mayores— la legendaria Biennale de 1976 de Germano Celant. Su bienal no ha sido olvidada, porque se manejó con una regla interesante: volvió a montar exposiciones enteras en lugar de elegir trabajos individuales.”

Cuando concurre a una bienal, Obrist siempre busca “las reglas del juego”. Los temas le parecen aburridos, porque “lo único que se hace es ilustrarlos”. Tiene que haber “algún vínculo o lazo, casi como en una partitura musical”. De otro modo, me dijo, “simplemente de-

timos que hubo cinco o siete buenas piezas en la muestra”. Obrist se puso a leer su BlackBerry, pero su discurso apenas se desaceleró. “Recordamos las muestras que inventan una nueva forma de exhibición. Es una regla nueva o una característica de exhibición o alguna forma de invención.” Levantó la vista y agregó: “Georges Perec escribió una novela sin la letra e. Creo que de ahí podemos tomar algo”.

“Una buena Biennale cristaliza la heterogeneidad”, continuó el curador. “Creo que Deleuze dijo: ‘Estar en el medio de las cosas, pero no estar en el centro de nada’. Parte del esfuerzo curatorial debe ser contribuir a la polifonía de centros, hacer un mundo del arte más rico y más diverso.” Mientras me hablaba, escribía un correo electrónico. Podría parecer grosero, pero él lo hacía con entrañable indiferencia.

“Venecia consiste en un súbito momento de síntesis”, continuó. “China, Medio Oriente, Latinoamérica... empezamos a descubrir sus diversas modernidades, sus diversos pasados, que es algo que el mundo del arte ha ignorado hasta hace poco. Creo que Francesco Bonami, director de la Bienal de 2003, tuvo en cuenta esta nueva condición.”* En lugar de llenar él mismo los espacios, Bonami convocó a once curadores asociados, Obrist entre ellos, para que lo ayudaran a organizar la exposición, que se llamó “Sueños y conflictos”. La Biennale de Bonami sufrió el contratiempo de inaugurar durante una intensa ola de calor. Esta circunstancia, sumada a la inclusión de más de cuatrocientos artistas, contribuyó a que *Artforum* y muchas otras revistas de arte criticaran severamente la renuncia de Bonami a sus responsabilidades curatoriales y el desorden y el exceso de su Biennale. Sin embargo, desde entonces, muchos han reconsiderado su gran despliegue veneciano, y lo recuerdan con admiración y nostalgia. “¿Cómo puede un solo curador abarcar todo?”, continuó Obrist. “Cuando ganas territorio, pierdes concentración. Durante más de diez años he estado visitando China, y en los últimos dieciocho meses empecé una investigación intensiva

en Medio Oriente, con varios viajes a los Emiratos, El Cairo y Beirut. No es algo que uno pueda hacer en todo el mundo.”

Esa noche me encontré con Amy Cappellazzo, de Christie’s, en la fiesta del pabellón estadounidense, en el espectacular primer piso del Palazzo Pisani Moretti. La fachada del *palazzo* es gótica, del siglo xv, pero el interior fue suntuosamente redecorado en el siglo xviii. Sus cielos rasos con pinturas rococó, sus inmensos candelabros y sus suelos de *terrazzo* fueron testigos de muchos bailes de máscaras durante el hedonístico apogeo de la Serenísima República de Venecia. Esta fiesta, sin embargo, fue discreta: el invitado de honor, Félix González Torres, estaba muerto. De pie ante una gran ventana abierta, Cappellazzo contemplaba las oscurecidas aguas del anochecer en el Gran Canal. Porque la considero pieza clave de este mundo del arte en permanente crecimiento, le pregunté cómo influye un pabellón en el mercado de un artista. “Es menos claro de lo que creerías”, me dijo. “En el caso de Félix, por ejemplo, refuerza su grandeza y la escasez de su trabajo, pero no afecta realmente su condición. Con artistas vivos y más jóvenes, en cambio, puede tener un efecto enorme. Le da a un héroe local una plataforma internacional.” Cappellazzo extendió una mano hacia el aire nocturno. “Mira este lugar. No hay coches, no hay bocas de incendio. Cada edificio está rodeado de una fosa. ¡Cómo el lugar tiñe la experiencia! Arte en una muestra bien montada en un paisaje exótico... ¿qué puede ser más persuasivo que esto?” Según Cappellazzo, la Biennale tiene que ver con fantasías no cumplidas. “No es sólo que la gente espera tener una experiencia conmovedora con una obra de arte, o la posibilidad de encontrarse con su artista favorito en el bar de un hotel... Todos, secretamente, esperan que les pase algo hermoso.”

De vuelta en el Cipriani, terminé con mi sesión de largos. Scott Fitzgerald describió el acto de escribir como “nadar debajo del agua conteniendo la respiración”. Lawrence Alloway definió la Bienal de Venecia como “la vanguardia en una pequeña pecera”. Me echo en el borde de la piscina y disfruto del choque de corrientes de estas dos

* Francesco Bonami, ciudadano estadounidense nacido en Italia, es curador invitado del Museo de Arte Contemporáneo de Chicago y director artístico de la Fondazione Sandretto Re Rebaudengo, de Turín.

ideas. Mientras miro, en lo alto, el vacío azulado, recuerdo otro de mis encuentros.

Me crucé, en los Giardini, con el artista Anish Kapoor. En 1990 representó al Reino Unido, de modo que le pregunté qué era lo que más vívidamente recordaba de aquel año. “Mmm... Me pareció que conmigo se estaban arriesgando”, dijo. “Yo no era británico; tenía pasaporte indio, aunque había vivido en Inglaterra no sé cuántos años. Debo haber sido uno de los artistas más jóvenes en ocupar el pabellón. Era una época en que la obsesión por la juventud recién nacía. Claro que ahora es regla común, pero en esos tiempos no era así.” Kapoor se quedó pensativo, luego sonrió. “Me acuerdo... Debe haber sido el primer día de la preinauguración. Había miles de personas, como siempre.” Hizo una pausa. “Al mediodía fui a uno de los restaurantes más bonitos de los Giardini y... toda la gente se levantó y me empezó a aplaudir.” Kapoor me miró con sincero asombro. “Fue completamente espontáneo”, dijo. “Yo era un muchachito. Fue muy raro. Fue maravilloso.”

Nota de la autora

Con la excepción de tres coleccionistas y un consignador (de obras de arte en subastas) que prefirieron ser mencionados con seudónimos, todas las personas a las que me refiero en este libro aparecen con su nombre real.

El flujo narrativo ha requerido, en algunos casos, lo que yo llamo “no-ficción desplazada”: una cita extraída de una conversación telefónica es luego colocada en el contexto de un encuentro personal dentro de la escena del mundo del arte.

Los capítulos del libro se basan en los siguientes días reales: “La subasta”, miércoles 10 de noviembre de 2004; “La *crit*”, viernes 17 de diciembre de 2004; “La feria”, martes 13 de junio de 2006 (con algunos encuentros del martes 15 de junio de 2004); “El Premio”, lunes 4 de diciembre de 2006; “La revista”, miércoles 14 de febrero de 2007; “La visita al estudio”, viernes 6 de julio de 2007 y “La Biennale”, sábado 9 de junio de 2007.

La etnografía es un género que tiene sus raíces en la antropología y apunta a generar descripciones integrales de universos sociales y culturales. Su principal método de investigación, la “observación participativa”, es un conjunto de herramientas cualitativas que incluye la experiencia directa del entorno, la observación visual, la escucha atenta, la entrevista y el análisis de documentos clave. Los bebés aprenden a hablar y a caminar por medio de la indagación y la participación; la observación participativa es una formalización y aceleración consciente de los modos naturales del aprendizaje.

ideas. Mientras miro, en lo alto, el vacío azulado, recuerdo otro de mis encuentros.

Me crucé, en los Giardini, con el artista Anish Kapoor. En 1990 representó al Reino Unido, de modo que le pregunté qué era lo que más vívidamente recordaba de aquel año. “Mmm... Me pareció que conmigo se estaban arriesgando”, dijo. “Yo no era británico; tenía pasaporte indio, aunque había vivido en Inglaterra no sé cuántos años. Debo haber sido uno de los artistas más jóvenes en ocupar el pabellón. Era una época en que la obsesión por la juventud recién nacía. Claro que ahora es regla común, pero en esos tiempos no era así.” Kapoor se quedó pensativo, luego sonrió. “Me acuerdo... Debe haber sido el primer día de la preinauguración. Había miles de personas, como siempre.” Hizo una pausa. “Al mediodía fui a uno de los restaurantes más bonitos de los Giardini y... toda la gente se levantó y me empezó a aplaudir.” Kapoor me miró con sincero asombro. “Fue completamente espontáneo”, dijo. “Yo era un muchachito. Fue muy raro. Fue maravilloso.”

Nota de la autora

Con la excepción de tres coleccionistas y un consignador (de obras de arte en subastas) que prefirieron ser mencionados con seudónimos, todas las personas a las que me refiero en este libro aparecen con su nombre real.

El flujo narrativo ha requerido, en algunos casos, lo que yo llamo “no-ficción desplazada”: una cita extraída de una conversación telefónica es luego colocada en el contexto de un encuentro personal dentro de la escena del mundo del arte.

Los capítulos del libro se basan en los siguientes días reales: “La subasta”, miércoles 10 de noviembre de 2004; “La *crit*”, viernes 17 de diciembre de 2004; “La feria”, martes 13 de junio de 2006 (con algunos encuentros del martes 15 de junio de 2004); “El Premio”, lunes 4 de diciembre de 2006; “La revista”, miércoles 14 de febrero de 2007; “La visita al estudio”, viernes 6 de julio de 2007 y “La Biennale”, sábado 9 de junio de 2007.

La etnografía es un género que tiene sus raíces en la antropología y apunta a generar descripciones integrales de universos sociales y culturales. Su principal método de investigación, la “observación participativa”, es un conjunto de herramientas cualitativas que incluye la experiencia directa del entorno, la observación visual, la escucha atenta, la entrevista y el análisis de documentos clave. Los bebés aprenden a hablar y a caminar por medio de la indagación y la participación; la observación participativa es una formalización y aceleración consciente de los modos naturales del aprendizaje.

Agradecimientos

La investigación etnográfica es una tarea de colaboración. Durante mi trabajo de campo, a menudo conversaba diez minutos con alguien, siempre con mi libreta a mano. No era propiamente una entrevista, pero de todos modos resultaba muy útil. Tuve charlas reveladoras con cientos de personas a quienes nunca entrevisté formalmente, desde Nan Goldin y Richard Prince hasta Charles Saatchi y Larry Gagosian. Algunos de estos encuentros se narran en el libro, pero la gran mayoría permanece garabateada en una de mis cuarenta y siete libretas azules.

Agradezco particularmente a mis entrevistados (son más de 250, y están listados más adelante) por haber sido tan generosos con sus ideas. Algunas de las entrevistas fueron hechas por teléfono, pero la mayoría se realizaron cara a cara en sesiones de aproximadamente una hora. Algunos fueron tan amables que me concedieron más de una conversación (de tres a cinco entrevistas), gentiles continuaciones telefónicas y pacientes respuestas a correos electrónicos en los que les pedía que me contestaran una preguntita más. Además, como parte de lo que se denomina “etnografía reflexiva”, aquellos a quienes cité en algún capítulo en particular tuvieron la posibilidad de leer lo que había escrito. Sus comentarios a menudo contribuyeron a una descripción más rica y precisa de su entorno, y estoy terriblemente agradecida con quienes se tomaron el tiempo de hacerlo.

Por permitir que me metiera en sus lugares de trabajo, muchas gracias a Michael Asher y sus alumnos de “Post-Studio Art” en el Instituto de Arte de California (CalArts), a Tony Korner y todo el personal de *Artforum International* y a Takashi Murakami y su equipo de

Kaikai Kiki, en especial a Yuko Sakata y Joshua Weeks. Gracias también a la gente de relaciones públicas que fue mucho más allá de su deber para facilitarme el acceso a y la comprensión de sus esferas: Erica Bolton en Londres, Flavio del Monte en Milán, Sara Fitzmaurice y Peter Vetsch en relación con Basilea. Muchas gracias también a Toby Usnik y su equipo de Christie's.

Le estoy especialmente agradecida a Victoria Miro, quien, por magnanimidad más que por necesidad, me dio trabajo en su galería, donde, entre otras cosas, tuve el placer de cocurar una muestra colectiva de fotografía. Agradezco también el apoyo de los editores de las revistas para las que escribí durante el curso de mi investigación: Robert Violette y Bruce Millar (en ese entonces de la revista *Tate*), Rebecca Wilson y Charlotte Edwards (en ese entonces de *ArtReview*), Patricia Bikers y Frederika Whitehead (de *Art Monthly*), Jack Bankowsky y Brian Sholis (de *Artforum.com*) y Susan Morrison, del *New Yorker*.

En relación con *Siete días en el mundo del arte*, tuve la inmensa fortuna de contar con la inteligente atención de Tom Mayer, de W.W. Norton, y Gloria Rodríguez, de Editorial Edhasa. Muchas gracias también a la gente de estas dos excelentes editoriales independientes, que puso su talento al servicio de la edición, corrección, marketing, ventas y distribución internacional del libro. Más aún, no estaría escribiendo estos agradecimientos si no fuera por mi agente, David Kuhn, y su asistente, Billy Kingsland, de Kuhn Projects de Nueva York.

Para el momento en que fue aceptado por una editorial, este libro ya estaba parcialmente escrito, por lo que debo agradecerles a mis amigos (y conocidos que se convirtieron en amigos) por sus comentarios sobre diversos borradores. Las siguientes personas fueron amables en diversos sentidos; muchos les hincaron el diente a los argumentos, las caracterizaciones y el lenguaje de diferentes capítulos. Muchas gracias a Jennifer Allen, Andrew Berardini, Amy Cappellazzo, Caroline Cohen, Nikki Columbus, Charles Guarino, Vicky Hughes, Fiona Jack, Liz Jobey, Knight Landesman, Thomas Lawson, Nicholas Logsdail, Erin Manns, Angela McRobbie, Jeff Poe, Janet Sarbane, Kitty Scott, Glenn

Scott Wright, Lucy Soutter, John Thompson, Louise Thornton Keating, Philip Watson y Mika Yoshitake. Supongo que estarán tan aliviados como yo de que el libro esté terminado.

Tal vez nadie esté más contento que mis padres, Glenda y Monte Thornton, cuyo apoyo emocional y económico fue vital en cada etapa. Mi madre, que transcribió algunas de las entrevistas, fue a menudo la primera lectora de los más toscos borradores. Quiero también agradecerles a mis hijos, Otto y Cora, que fueron extraordinariamente comprensivos: casi no logran recordar algún momento en el que yo no haya estado trabajando en este libro. Por último, hubo dos personas que verdaderamente me escoltaron a lo largo de todo el proyecto: mis cultísimos mejores amigos, Helge Dascher y Jeremy Silver, que leyeron cada una de las palabras, en ocasiones más de una vez.

En orden alfabético,

mis entrevistados fueron Matt Aberle, Tomma Abts, Rupert Adams, Florian Maier Aichen, Michael Allen, Chiho Aoshima, Matthew Armstrong, Michael Asher, Josh Baer, Wayne Baerwaldt, John Baldessari, Fay Ballard, Jack Bankowsky, Eric Banks, Lynn Barber, Oliver Barker, Harry Blain, Iwona Blazwick, Tim Blum, Tanya Bonakdar, Francesco Bonami, Stefania Bortolami, Daniel Buchholz, Louisa Buck, Melva Bucksbaum, David Bunn, Chris Burden, Christopher Burge, Victor Burgin, Katharine Burton, Dan Cameron, Amy Cappellazzo, Janet Cardiff y George Bures Miller, Mariuccia Casadio, Sylvia Chivaranond, Frank Cohen, Sadie Coles, Matthew Collings, Phil Collins, Stuart Comer, Nigel Cooke, Andree Coron, Michael Craig-Martin, Martin Creed, Thomas Crow, Stuart Cumberland, Elizabeth Porter Daane, Thomas Dane, Adrian Dannatt, Corinne de Beche, Massimo De Carlo, Maria de Corral, Jeremy Deller, Thomas Demand, Bea de Souza, Ziba de Weck, Leslie Dick, Anna Katrina Dolven, Marlene Dumas, Sam Durant, Cliff Einstein, Inka Essenhigh, Stuart Evans, Russell Ferguson, Darren Flook, Sasha Weld Forester, Carl Freedman, José Freire, Joe Friday, Simon Frith,

Charles Gaines, Anya Gallacio, Gary Garrels, Jeff Gibson, Massimiliano Gioni, Mark Gisbourne, Barbara Gladstone, Nicholas Glass, Teresa Gleadowe, Ingvild Goetz, Will Gompertz, Marian Goodman, Peter Gould, Cornelia Grassi, Tim Griffin, Giulio Gropello, Charles Guarino, Lotta Hammer, Jan Hashey, Shane Hassett, Margot Heller, Sandy Heller, Dave Hickey, Charlotte Higgins, Matthew Higgs, Stefan Hildebrandt, Damien Hirst, Jens Hoffman, Laura Hoptman, Vicky Hughes, Fiona Jack, Marc Jacobs, Alison Jacques, Christian Jankowski, William E. Jones, Dakis Jouannou, David Juda, Isaac Julien, Anish Kapoor, Francesca Kaufman, Samuel Keller, Mary Kelly, Martin Kersel, Idris Khan, Franz Koenig, Tony Korner, Richard Koshalek, Knight Landesman, Brandon Lattu, Steven Lavine, Thomas Lawson, Edward y Agnes Lee, Janet Lee, Simon Lee, Dominique Lévy, Jeremy Lewison, Rhonda Lieberman, Miriam Lloyd-Evans, Joseph Logan, Nicholas Logsdail, Loushy, Honey Luard, Daniella Luxembourg, Michele Maccarone, Tim Maguire, Loic Malle, Gio Marconi, Flavia Fossa Margutti, Tim Marlow, Danielle McConnell, Tom McDonough, Scott McFarland, Kate McGarry, Keir McGuinness, Cuauhtémoc Medina, Tobias Meyer, Jake Miller, Victoria Miro, Dominic Molon, Shamim M. Momin, Dave Muller, Iain Munroe, Takashi Murakami, Valeria Napoleone, Judith Nesbitt, Helena Newman, Seamus Nicolson, Hans-Ulrich Obrist, Yoko Ono, Julian Opie, Francis Outred, Maureen Paley, Cornelia Parker, Martin Parr, Hirsch Perlman, Grayson Perry, Philippa Perry, Paola Pivi, Jeffrey Poe, Kelly Poe, Tal R, Michael Raedecker, Andrew Renton, Olivier Richon, Catsou Roberts, Emma Robertson, Polly Robinson, Andrea Rose, Andrea Rosen, Scott Rothkopf, Don y Mera Rubell, Perry Rubenstein, Kati Rubinyi, Ed Ruscha, Philip Rylands, Analia Saban, Yuko Sakata, Jerry Saltz, Elizabeth Schambelan, Paul Schimmel, Peter Schjeldahl, Kim Schoen, Barry Schwabsky, Jonathan Schwartz, Glenn Scott Wright, Kitty Scott, Adrian Searle, Zineb Sedira, Philippe Ségalot, sir Nicholas Serota, Stuart Shave, George Shaw, Andrew Silewicz, Ross Sinclair, Debra Singer, Johanne Sloan, Matthew Slotover, Roberta Smith, Irit Sommer, Emet Sosna, Lucy Soutter, Nancy Spector, Lisa

Spellman, Rochelle Steiner, Robert Storr, Jeremy Strick, Beth Swofford, David Teiger, Mark Titchner, Meg Troha, Keith Tyson, Dean Valentine, Christophe van de Weghe, Francesco Vezzoli, Robin Vousden, Sheena Wagstaff, Jeff Wall, Rebecca Warren, Scott Watson, James Welling, Jack Wendler, Richard Wentworth, Damien Whitmore, Anthony Wilkinson, Christopher Williams, Andrew Wilson, Michael Wilson, Ari Wiseman, Nancy Wood, Bill Woodrow, Greville Worthington, Sharon Ya'ari, Ken Yeh, Shizuka Yokomizo, Mika Yoshitake, Linda Zuck y unos pocos más que prefieren permanecer en el anonimato.

Bibliografía

ADLER, Judith, *Artists in Offices: An Ethnography of an Academic Art Scene*, Londres, Transaction, 1979-2003.

ALLOWAY, Lawrence, *The Venice Biennale 1895-1968: From Salon to Goldfish Bowl*, Londres, Faber and Faber, 1969.

ASHER, Michael, *Writings, 1973-1983 on Works 1969-1979*, edición de Benjamin Buchloh, Halifax, Press of the Nova Scotia School of Art and Design, 1983.

BECKER, Howard, *Art Worlds*, Los Ángeles, University of California Press, 1982.

BOURDIEU, Pierre, *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*, Londres, Routledge, 1984. [Ed. española: *La distinción: criterios y bases sociales del gusto*, Madrid, Taurus, 1991.]

-, *The Field of Cultural Production: Essays on Art and Literature*, Cambridge, Polity, 1993.

BUCK, Louisa, y Judith GREER, *Owning Art: The Contemporary Art Collector's Handbook*, Londres, Cultureshock Media, 2006.

BUTTON, Virginia, *The Turner Prize*, Londres, Tate Publishing, 2005.

CRANE, Diana, *The Transformation of the Avant-Garde: The New York Art World, 1940-1985*, Chicago, University of Chicago Press, 1987.

CROW, Thomas, *Modern Art in the Common Culture*, Londres, Yale University Press, 1996.

DE COPPET, Laura, y Alan JONES, *The Art Dealers*, Nueva York, Cooper Square, 2002.

FITZGERALD, Michael C., *Making Modernism: Picasso and the Crea-*

tion of the Market for Twentieth Century Art, Nueva York, Farrar, Straus and Giroux, 1995.

FOSTER, Hal, y otros, *Art Since 1900: Modernism, Antimodernism and Postmodernism*, Londres, Thames and Hudson, 2004.

FRASER, Andrea, *Museum Highlights: The Writings of Andrea Fraser*, edición de Alexander Alberro, Londres, MIT Press, 2005.

GREENBERG, Reesa, y otros, eds., *Thinking About Exhibitions*, Londres, Routledge, 1996.

HAACKE, Hans, y Pierre BOURDIEU, *Free Exchange*, Cambridge, Polity, 1995.

HALLE, David, *Inside Culture: Art and Class in the American Home*, Chicago, University of Chicago Press, 1993.

HAYDEN-GUEST, Anthony, *True Colors: The Real Life of the Art World*, Nueva York, Atlantic Monthly, 1996.

HELGUERA, Pablo, *Manual of Contemporary Art Style*, Nueva York, Jorge Pinot, 2007.

HERTZ, Richard, ed., *Jack Goldstein and the CalArts Mafia*, Ojai (California), Minneola, 2003.

JONES, Caroline A., *Machine in the Studio: Constructing the Postwar American Artist*, Londres, University of Chicago Press, 1996.

LINDEMANN, Adam, *Collecting Contemporary*, Londres, Taschen, 2006.

LUBOW, Arthur, "Tokyo Spring! The Murakami Method", *New York Times Magazine*, 3 de abril de 2005.

MALCOLM, Janet, "A Girl of the Zeitgeist I", *The New Yorker*, 20 de octubre de 1986.

-, "A Girl of the Zeitgeist II", *The New Yorker*, 27 de octubre de 1986.

MASON, Christopher, *The Art of the Steal: Inside Sotheby's-Christie's Auction House Scandal*, Nueva York, Putnam, 2004.

MCCARTHY, Kevin, y otros, eds., *Portrait of the Visual Arts: Meeting the Challenges of a New Era*, Nueva York, RAND: Research in the Arts, 2005.

MILLARD, Rosie, *The Tastemakers: UK Art Now*, Londres, Thames and Hudson, 2001.

MOULIN, Raymonde, *The French Art Market: A Sociological View*, traducción de Arthur Goldhammer, Londres, Rutgers University Press, 1987.

MURAKAMI, Takashi, *Little Boy: The Arts of Japan's Exploding Subculture*, Nueva York, Japan Society/Yale University Press, 2005.

NEWMAN, Amy, *Challenging Art: Artforum 1962-1974*, Nueva York, Soho, 2000.

OBRIST, Hans Ulrich, *Dontstopdontstopdontstopdontstop*, Londres, Sternberg, 2006.

O'DOHERTY, Brian, *Inside the White Cube: The Ideology of the Gallery Space*, Santa Mónica (California), Lapis, 1986.

REWALD, John, "Theo van Gogh as Art Dealer", en Irene GORDON y Frances WEITZENHOFFER, eds., *Studies in Post-Impressionism*, Londres, Thames and Hudson, 1986.

SCHIMMEL, Paul, ed. © Murakami, Los Ángeles, Museum of Contemporary Art / Nueva York, Rizzoli, 2007.

SINGERMAN, Howard, *Art Subjects: Making Artists in the American University*, Londres, University of California Press, 1999.

STALLABRASS, Julian, *High Art Lite*, Londres, Verso, 1999.

SYLVESTER, David, *Interviews with Francis Bacon*, Londres, Thames and Hudson, 1993. [Ed. española: *Entrevista con Francis Bacon*, Barcelona, Nuevas Ediciones de Bolsillo, 2003.]

SZÁNTÓ, András. "Hot and Cool. Some Contrasts between the Visual Art Worlds of New York and Los Angeles", en David HALLE, ed., *New York and Los Angeles: Politics, Society, and Culture*, Chicago, University of Chicago Press, 2003.

THORNTON, Sarah, "An Academic Alice in Adland: Ethnography and the Commercial World", *Critical Quarterly* n.º 41 (1999), pp. 58-68.

- *Club Cultures: Music, Media and Subcultural Capital*, Cambridge, Polity, 1995, y Middletown, CT, Wesleyan University Press, 1995.

TOMKINS, Calvin, *The Bride & the Bachelors: The Heretical Courtship in Modern Art*, Londres, Weidenfeld and Nicolson, 1965.

VELTIUS, Olav, *Talking Prices: Symbolic Meanings of Prices on the Mar-*

ket for Contemporary Art, Princeton (Nueva Jersey), Princeton University Press, 2005.

WARHOL, Andy, *The Philosophy of Andy Warhol: From A to B and Back Again*, Londres, Verso, 1977. [Ed. española: *Mi filosofía de A a B y de B a A*, Barcelona, Tusquets, 1993.]

WHITE, Harrison C., y Cynthia A. WHITE, *Canvases and Careers: Institutional Change in the French Painting World*, Chicago, University of Chicago Press, 1965-1993.

WOLFE, Tom, *The Pump House Gang*, Nueva York, Bantam, 1968. [Ed. española: *La banda de la casa de la bomba*, Barcelona, Anagrama, 1997.]

-, *Radical Chic & Mau-Mauing the Flak Catchers*, Londres, Bantam, 1970. [Ed. española: *La izquierda exquisita y Mau-mauando al parachoques*, Barcelona, Anagrama, 1988.]

WOLFF, Janet, *The Social Production of Art*, Nueva York, St. Martin's, 1983. [Ed. española: *La producción social del arte*, Madrid, Istmo, 1998.]