

**Mercado.** arteBA es la plataforma de visibilidad para la que producen cada año artistas y teóricos.

## Una feria casi como una bienal

ANA MARIA BATTISTOZZI

**V**arios factores se conjugaron para que cada quien tuviera algo para celebrar a la hora del cierre de la edición 25 aniversario el último domingo. La euforia por el clima que puso de manifiesto un ánimo comprador en los momentos iniciales de las jornadas previas a la apertura y lo mantuvo de modo sostenido hasta el final le puso broche de oro a cuatro jornadas de intenso trajín.

A diferencia de ediciones anteriores, en que las instituciones y sus *sponsors* dominantes funcionaban como la columna vertebral que garantizaba de antemano un mínimo porcentaje de ventas, esta vez fueron los privados los que contribuyeron

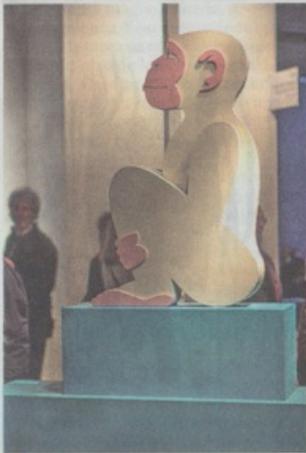
a apuntalar el éxito de la feria aventurando sumas más abultadas, iguales o sustancialmente superiores a las pagadas por las instituciones. Y en todos los casos por obras de calidad museo que en ocasiones anteriores no habían justificado su aparición en escena. Básicamente por las escasas posibilidades en encontrar comprador sobre todo si su valor se empujaba por encima de los 30 mil dólares. Esta vez esa cota fue superada en varias ocasiones.

Ya con un dólar que se empieza a sentir bajo y sin la amenaza de la AFIP de hacer un monitoreo de las compras —que operó como espada de Damocles en ediciones anteriores—, muchos galeristas se arriesgaron. Llevaron a la feria obra de artistas internacionalmente reconocidos de mediana edad y maestros de arte contemporáneo, cuyo valor material y simbólico fue reafirmado por las cifras que se terminaron pagando arriba de los 80 mil y 200 mil dólares.

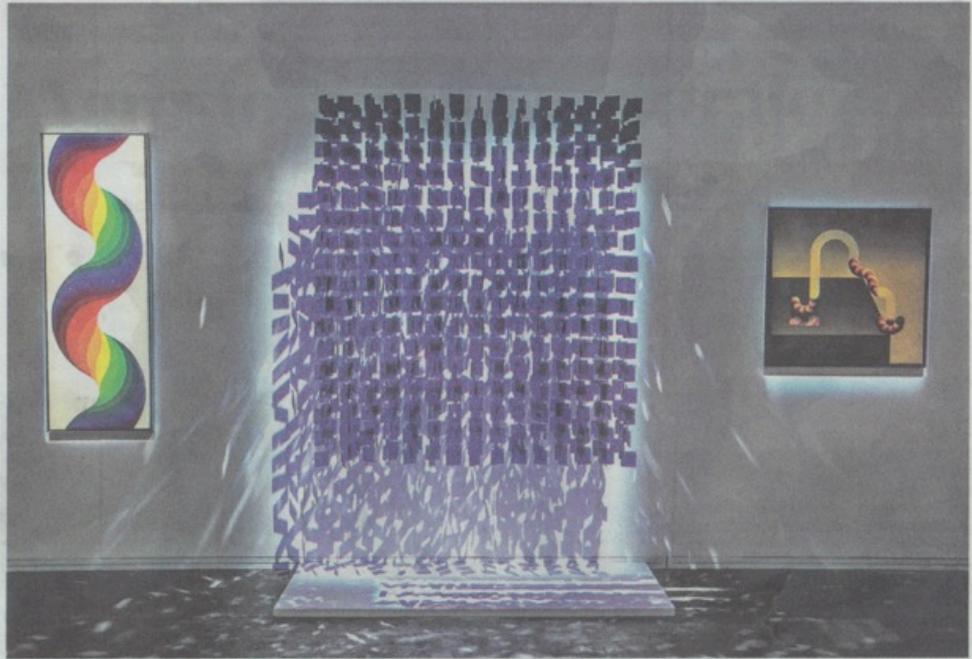
“Vendí muy bien lo que traje pero no me compró ninguna institución, aclaró la directora de una de las galerías más experimentadas y prestigiosas de la feria que participó desde el primer día. El año pasado asumió el riesgo de presentar una pieza del multipremiado e internacionalmente reconocido Adrián Villar Rojas pero al cabo le quedó sin vender. Su relativo éxito, un dato más o menos generalizado de esta edición, no es menor. De sostenerse en el tiempo, estaría sugiriendo un giro que podría finalmente alumbrar la esperada emergencia de un nuevo coleccionismo que en 25 años de feria aún no fraguó. O al menos de modo sostenido con relación al volumen y la calidad de la producción argentina que, en términos internacionales, los expertos juzgan muy accesible.

Esto a pesar de que la feria ensayó en este cuarto de siglo estrategias múltiples. La asociación *sponsors*-instituciones (bá-

sicamente museos) es una de ellas. Tal como señalamos, fue impulsada con especial esmero y sigue dando sus frutos. Esta vez con resultados considerados récord por quienes llevan los cómputos año a año. En esta edición fueron veintitrés los museos locales e internacionales que se vieron favorecidos por el Programa de Adquisiciones que alienta arteBA y cuenta con el apoyo de igual número de empresas. Entre todos los participantes sumaron 53 obras a sus respectivos patrimonios. Así en el marco de Matching Funds-Banco Ciudad, uno de los programas estrella de la feria, el museo Malba adquirió *Lo normal*, una obra histórica de 1978 de la artista conceptual y *performer* mexicana Mónica Mayer. En estos momentos Mayer participa junto a otros artistas de los años 70 de la muestra *Poner el cuerpo* en Enrique Fariá, la misma galería que vendió su obra en arteBA y también obra de Marta Minujín y Mirta Der-



Alfredo Prior. "La huida"  
 Victor Grippo. "La papa dora la papa".  
 Judi Wertheim. Cosa". La compró el Guggenheim  
 Antonio Caro. "Todo está muy Caro", 1978  
 Edgardo Jiménez. "Mono albino". Irá al MNBA  
 Julio Le Parc. Tres obras  
 Mónica Mayer. "Lo normal", 1978, adquirida por  
 el Malba a Henrique Faria, gracias al programa  
 Matching Funds-Banco Ciudad.



misache al Museo Reina Sofía de Madrid. Una de ellas es una filmación de *La mesnuda* en DVD y las otras dos son escrituras de Dermisache, la silenciosa artista que mereció la atención de Roland Barthes. Otra institución que aumentó su patrimonio gracias a este sistema de financiamiento compartido es el Museo Caraffa de Córdoba. Gracias a él incorporó *Retrato*, una pintura de Víctor Florido de 2016 y *Belleza y felicidad*, una obra –ya histórica– de Nahuel Vecino, de 2001. Esta última fue vendida por la galería Míau Míau. El Museo de Arte Moderno de Mendoza también se hizo de lo suyo al estirar lo más que pudo el presupuesto que logró juntar como contrapartida del apoyo del banco. Así llegó a comprar cuatro obras muy bien elegidas: dos exquisitas piezas de Hernán Soriano que llevó *Document Art – Dar de beber al sediento*, de este año, y el *collage Justicia marroquí*, de 2015–; además un autorretrato reciente de Flavia

que nos ofrece, 2016 y 2015. El...  
 Da Rin que ofreció Ruth Benzacar, y *Flaneur en Buenos Aires*, una obra de Alberto Goldenstein. Al MUAC de México, cuyo curador es el reconocido teórico Cuauhtémoc Medina, que curó muestras para la Fundación Proa y Malba, partieron dos obras en video de Leticia Obeid y Ana Gallardo. El Malba incorporó en tanto también obra de Gallardo. Interesa destacar la cantidad de artistas mujeres que en el último año se han incorporado al patrimonio de esta institución, como parte de un programa que impulsó al asumir su curador, Agustín Pérez Rubio.  
 Con este panorama la edición 25 aniversario acabó reflejando como pocas veces los cambios operados en el campo del arte local e internacional durante el último cuarto de siglo. Y no sólo porque confrontó ese acontecer en una muestra como Oasis, en el apartado Dixit.  
 También porque puso en escena la transformación de la galería como insti-

tución mediadora y plataforma de visibilidad. Claramente ya no es la misma que hasta fin del siglo XX se mantuvo más o menos fiel al modelo del siglo XIX. La tardomodernidad, con los recursos extendidos que aportan las redes sociales y los medios en general, lo ha modificado radicalmente. No sólo porque el artista que así lo elija puede difundir su propia producción a través de esos medios. También porque las ferias se erigen a su vez en la escena ampliada especialmente cara a la cultura de masas que impera en estos tiempos. Se diría que estos cambios animan y facilitan por otro lado la elección de quien compra. Por una extraña razón muchos de los compradores que se muestran activos en arteBA no visitan regularmente las galerías. Una curiosidad, ya que las galerías aún continúan siendo los sitios en que los artistas dan a conocer las novedades de su producción y sus cambios de estrategias. En ese sentido pare-

cería que el comprador actual es más un interesado ocasional que un verdadero coleccionista, entendida esta figura como la de alguien que arma un conjunto, se informa de todo lo que le atañe y persigue las piezas que le dan sentido a ese conjunto. De allí que esto inevitablemente tenga consecuencias en la producción. Si la feria, ese interesante fenómeno –de mercado al fin– que pone en juego todas las variantes de la producción, circulación y consumo del arte, acaba siendo la única gran plataforma de visibilidad para la que producen anualmente artistas y teóricos, la producción corre el riesgo de quedar acotada a los límites específicos del mercado. Lo cual nos debería dar para pensar, más allá del festejado carácter híbrido que caracteriza a las estructuras de la cultura contemporánea y ha dado lugar al famoso cruce de conceptos conocidos como "bienalización de las ferias" y "ferialización de bienales".