

31 Julio - 10 Agosto 1991

Curador: Gustavo Buntinx
Asesor: Jorge Villacorta

JAVIER ALDANA
ALINA CANZIANI
ANSELMO CARRERA
LUIS GARCIA - ZAPATERO
JAIME HIGA
GUILLERMO ISA
ALEJANDRO MARAMBIO
JOSE ANTONIO MORALES
CRISTINA PORTOCARRERO
PIERO QUIJANO
JAIME ROMERO

INAUGURACION
Miércoles 31 de JULIO, 7.30 p.m.



CONDE DE LA MONCLOVA 255, S. ISIDRO
LIMA 27 - PERU, Telefono 221099

Instalación: Giancarlo Figallo.

Diseño Gráfico: buntinx:higa:torres s.r.l.



(más barato que en MIAMI)

ALDANA
US \$ 1,000

ROMERO
US \$ 600

ARTE DE LOS NO-VENTAS

(Fragmentos)

Hace algún tiempo perdí la fotocopia del catálogo de la gran retrospectiva de Marcel Duchamp en el MOMA. Algo así como trescientas páginas de gran formato, y un número más interesante de ideas. Con la desesperanza de haberlo prestado llamé en pocas horas a casi todos los artistas amigos y conocidos. Incluso me animé con algunos de los otros. No encontré la prenda, claro, pero surgió esta muestra de aire vagabundo duchampiano. ¿El azar objetivo?

Un fantasma recorre los talleres jóvenes de Lima. El del arte de los no-ventas. (Se parece en mucho al espectro de la recesión general y por momentos al del autoexilio). Con discreción o vehemencia, los plásticos denuncian un sistema que castiga la audacia y premia lo establecido. Las galerías responden que ellos confunden la popularidad y el aval crítico con el mercado propiamente dicho: los artistas dispararon sus cotizaciones por encima de lo que el coleccionismo local está dispuesto a invertir o arriesgar. Técnicamente la solución está en bajar los precios, sobre todo bajo la lógica del extremismo neoliberal que se nos ha impuesto. Pero también en este terreno las teorías ideologizadas no funcionan. Para el medio plástico reducir precios es el penúltimo tabú. Entre otras razones, porque atenta contra la cadena especulativa que rige una buena porción de su economía.

Frente a tal entrapamiento sólo

cabe la osadía "Arte de los no-ventas" se atreve a lo impensable: ofrecer obra con cincuenta por ciento de descuento sobre la cotización habitual de cada uno de los participantes. "Más barato que en Miami" (como nos grita la televisión) pero por esta sola, exclusiva vez. Y con piezas especialmente concebidas desde el espíritu lúdico de la convocatoria. Del lamento a la sonrisa artística. Productivizar una situación crítica.

Para guardar coherencia, la propuesta no podía dirigirse a quienes se interesan principalmente por los circuitos marginales y/o alternativos. Se trataba más bien de trabajar con un núcleo representativo de quienes encauzaron su voluntad de renovación cultural por espacios y formatos establecidos. Dentro de esa perspectiva, sus diversos aportes han obtenido un amplio reconocimiento, pero últimamente no el apoyo concreto requerido por la naturaleza profesional de su proyecto. Ellos apostaron mucho al mercado, y ahora él los defrauda en su momento de mayor necesidad.

CARRERA
US \$ 800

Sin embargo, hacer de la necesidad virtud es el más peruano de los talentos. (Esta muestra quiere ponerlo una vez más en evidencia). Qué nos queda, claro, pero también qué nos da: la posibilidad de aguzar el ingenio y significar el momento. La incertidumbre y miseria generalizadas que vivimos, por ejemplo. Los arbitrarios sentidos de la austeridad. El gran remate nacional... No se trata, por supuesto, de representar esos temas, sino de encarnarlos en las propias

MARAMBIO
US \$ 350

MORALES
US \$ 100 X KG

condiciones de existencia social del arte. Esa vida silenciada (¿su doble vida?) que le da la circulación y el consumo.

Nada de sorprendente hay en todo esto. Ya hace treinta años que Moulin esclareció para Europa cómo el mercado es el principio organizador de la vida artística. La revista Art in América va más lejos, dedicándole números enteros a la cuestión. Para uno de sus columnistas, en la obra de arte lo estético y lo económico se encuentran soldados: dos aspectos de una sola unidad, como la forma y el contenido.

El lamento ingenuo no sirve de mucho en esto. Más interesante es trabajar con las condiciones y contradicciones del medio del que formamos parte. Si entendemos el arte como proceso y no como un simple objeto, el precio forma parte de la obra. Su valor de cambio, a veces también su valor de uso. Ponerlo en primer plano es también exhibir un otro y semioculto lado de la pieza. Su identidad reprimida.

Salvo ciertas ocasiones excepcionales, el arte peruano no ha indagado en los mecanismos de su propio sistema. Hacia esa dirección podría apuntar "Arte de los no-ventas": una provocadora alianza donde los agentes del mercado parodian su lugar dentro de él, con lo que intenta ser un sano y reflexivo buen humor. Una de las salas más serias y reconocidas del medio acepta jugar con formatos comerciales que su tradición escrupulo-

samente elude. Plásticos establecidos arriman sus propuestas hacia un arte conceptual que les era mayormente ajeno. Y un crítico que durante diez años pretendió evitar ser publicista del sistema... termina organizando una realización de precios.

Es como si cada uno asumiera momentáneamente la posición de los otros. Una generalizada puesta en crisis donde se diluyen las fronteras establecidas, las especificidades presuntas. Quizá funcione como síntoma de los tiempos confusos y fluctuantes en que nos movemos.

Escribo estas líneas antes que las obras sean entregadas. Cada pieza tendrá su propia historia, como la tiene el diseño de este catálogo. Ojalá la suma de todo ello logre un gesto que sea fresco y claro. Por el arte y para la vida. Tal vez convertir una galería en bodegón, por así decirlo, ayude en algo a que la naturaleza muerta deje de ser el único paisaje peruano.

Para citar a un extraordinario filósofo del momento -quien citaba a Juan Javier sin saberlo- ojalá que llueva café en el campo. Y en la ciudad también: que caiga un cerro de trigo en Lima. En las calles y museos una colina de arroz granado. (Ojalá). Que se nos brinde una cosecha de batata y fresa en cada galería. (Ojalá). Para que en nuestro país no se sufra tanto. Ojalá, en fin, que los artistas vendan. (Y que el catálogo de Duchamp aparezca).

Gustavo Buntinx

QUIJANO
US \$ 400

ISA
US \$ 600

CANZIANI
3xUS \$ 405

GARCIA ZAPATERO
US \$ 400

HIGA
US \$ 500

PORTOCARRERO
US \$ 600