

La vida cultural limeña se abre a un nuevo fenómeno. Algunos lo llaman el boom de la pintura, mientras que otros prefieren interpretar que se trata del boom de las galerías. Lo cierto es que desde hace dos o tres años se

multiplican los locales donde acuden crecientes oleadas de pintores nacionales de la nueva generación... y un público cada vez más inclinado a comprar sus obras.

EL MERCADO DE LA PINTURA

Fenómeno entonces, doblemente llamativo y a la vez ambiguo. Porque por un lado la proliferación de galerías en los últimos tiempos implica la creación de otros tantos centros de encuentro entre algunos estratos de la población limeña y la pintura; por el otro, porque en ellos se produce un acceso más rápido de los pintores jóvenes al mercado de coleccionistas y compradores de diversa índole.

Es conocido el auge mercantilista que ha ido teniendo a nivel mundial la actividad artística. Durante las últimas décadas en Europa y los E.E.UU. se ha acortado significativamente el circuito que liga al pintor con sus potenciales compradores. Van quedando atrás, en consecuencia, las sombrias historias del artista no reconocido, marginado en su miserable buhardilla a la espera de una muerte heroica que vendrá a reivindicarlo de fluitivamente.

Ahora, en cambio, marchands y coleccionistas ávidos de los cada vez más cotizados valores de cambio que escogen las obras de arte, se lanzan a la búsqueda de los recién llegados, atesoran su producción y esperan pacientemente que las acciones suban, que se concrete el resultado de una operación concebida desde su inicio como una inversión más a largo plazo. Así, la búsqueda de firmas consagradas cede por momentos su lugar o se conyuga con la de nuevos valores.

Nada ejemplifica mejor este movimiento que la situación de los pintores latinoamericanos —entre quienes no faltan los peruanos— en el mercado europeo y norteamericano. Si quienes empezaron allí su búsqueda a principios de la década del 60 debieron esperar alrededor de diez años para acceder a una cierta celebridad, volverse requeridos por las galerías y encontrarse con un pasar relativamente acomodado, aquellos que iniciaron el mismo camino en el umbral de la década del 70 han acortado a la mitad el plazo.

Por supuesto, la calidad de los pintores no deja de jugar un rol importante en esa carrera hacia el reconocimiento. Descontado este factor, todo lo demás llega con una facilidad nunca experimentada en el pasado y cada vez más acentuada. En parte el fenómeno nace del desarrollo de las sociedades industriales, que conlleva una necesaria ampliación de la burguesía y de su poder económico. La valorización postrera de aquellos pintores de principios de siglo para atrás, que en su tiempo no fueron considerados, revierte ahora en una apreciación de "lo nuevo" que hace de cada obra llegada al mercado una posible inversión hacia el futuro.

No es entonces que la producción artística y el acceso social a ella se masifiquen. Por el contrario, sus características elitistas se acentúan más que nunca. Es decir, se consolidan sus atributos de clase, puesto que se generan artículos sólo al alcance de la burguesía y (finalmente sólo para ella, mientras que el arte se somete a las mismas leyes que regulan el resto de las actividades mercantiles del capitalismo industrial. Por supuesto las galerías, convertidas algunas de ellas en verdaderas empresas transnacionales, juegan en este movimiento un rol de primerísimo orden.

¿Guarda alguna relación esta realidad con el "boom" pictórico-comercial que despierta Lima? En realidad el parentesco es muy indirecto y sólo parecería estrecharse en un punto: también aquí comienzan a proliferar los compradores que consideran a la pintura una inversión tan rentable como los bienes raíces.

El mercado peruano de pintura es entonces una realidad. Los coleccionistas existen y las galerías, si no llegan siempre a hacer enormes ganancias, por lo menos se autofinancian y prometen un mayor movimiento aún para el futuro. Lo cual es bastante si se tienen en cuenta dos elementos: por un lado, que su existencia es muy reciente, sólo "Trapecio" tiene más de tres años y, por el otro, que en casi todas "trabajan" una gran cantidad de pintores nacionales, en su mayoría jóvenes, otro punto de contacto con lo que acontece en el mercado internacional.

Sin embargo —y los "marchands" coinciden en ello generalmente— el mercado nacional se mueve de acuerdo a reglas totalmente diferentes a las que rigen en el exterior. Salvo en el caso de pintores consagrados como Szyszlo o Tilsa Tsuchiya, la cotización de las obras no guarda ninguna relación con la que puedan tener fuera del país. En otros términos, el Perú se mantiene aún lejano al fenómeno de internacionalización del mercado que se observa en la mayor parte de los países industrializados.

Para Ivonne Briceño, propietaria de una de las galerías que más vende actualmente, "hay un culto tremendo al pintor nacional" y, visto desde otra óptica "un criterio de reinversión con diccionado al mercado local". Para Cecilia González, de la galería Fórum, también "hay una cuestión de precios", que hace obviamente mucho más accesible la obra del pintor nacional que la de un pintor cotizado en el extranjero.

Son quizás estas dos galerías las que más exponen a los artistas jóvenes, aún cuando el criterio utilizado para ello no sea exactamente el mismo. En el caso de Fórum, según Cecilia González, la galería hace, incluso de mecenas "con algunos muchachos que prometen. Les damos una cantidad de dinero por mes a cambio de un cuadro hasta reunir el número suficiente para una exposición. Para ello vamos a las escuelas de arte a ver lo que hacen los estudiantes. Ahora vamos a instituir el premio Fórum entre las mejores obras que envíen los directores de las escuelas".

Sin embargo, la diferencia principal entre ambas galerías no estriba en este detalle, sino en la experiencia de cada una para preparar una exposición, promocionarla, atraer a los compradores, etc. Ivonne Briceño, en ese sentido, lleva ventaja, puesto que ha sido en cierta forma la iniciadora de un estilo de local que antes no existía en Lima: pequeño, casi familiar, acogedor, que sabe crear la imagen de una sofisticada mezcla de mundanidad y cultura.

Es quizás también ese estilo, en contraste con el que primaba antes en Lima —el de las grandes galerías de factura norteamericana como la del Banco Continental o la de PETROPE-

RU, con grandes salones alfombrados, reflectores directos, etc., o la galería de dimensiones medias como Trapecio— el que contribuye a crear un cierto ambiente, de informalidad que favorece a su vez la aproximación, por momentos snob, de algunos compradores a lo desconocido.

Otro es el caso de Camino Brecht, quizás la galería de Lima que, propiedad de un empresario industrial, más se parece también a una empresa; compra las obras por adelantado, como en el caso de Gerardo Chávez, o realiza costosas ediciones como en el de Cristina Gálvez. En suma, realiza inversiones relativamente grandes para el mercado de la pintura limeña, sobre las que habrá de obtener, también, con sólidos márgenes de seguridad, grandes utilidades.

Sin llegar a tal magnitud en las operaciones, las pequeñas galerías, o las medianas como 9, cuya propietaria Eilda Román es al mismo tiempo copropietaria de Trapecio y coordinadora del Museo de Arte Italiano, llegan a automantenerse, es decir a costear sus gastos o a obtener utilidades.

En síntesis, sin alcanzar las dimensiones que tiene el mercado del arte en Europa o New York, ni siquiera en otras capitales latinoamericanas como Sao Paulo, Buenos Aires o Bogotá, el de Lima se halla en este momento en plena expansión. Este es un fenómeno que tiene varias facetas a la vez, no siempre positivas. Cuando lo son, es porque los pintores tienen la oportunidad de hacerse conocer e incluso de mantenerse con su trabajo artístico, lo cual no deja de allanar el camino a su labor creativa.

En cambio, desde otro punto de vista, las consecuencias pueden ser negativas e incluso hasta nefastas. Es este punto de vista el que desarrolla Gastón Garreaud, uno de los más notables pintores peruanos, quien señala que el peruano es "un mercado corruptor y constriCTOR, un mercado cas-trante". ¿Por qué? "Los pintores hoy en día venden. Pero ese afán autocomplaciente de adjudicarse un mercado hace que el pintor comience a encasillarse. De tal manera que finalmente, lo quiera o no, lo van a politizar en un sentido reaccionario por no buscar un enfrentamiento con la burguesía que le compra".

Llevada, esta afirmación a sus últimas consecuencias, aquí pasaría entonces lo contrario de lo que sucede en el mercado internacional. Mientras que en este último lo novedoso es el estilo de las obras o en los procedimientos técnicos utilizados por el artista, es igualmente absorbido por un mercado cuya amplitud permite y alienta la avidez por las nuevas corrientes, y en última instancia el gusto del público es modelado por el artista, en el ámbito nacional el mercado iría en cambio fijándole pautas a su producción.

Algunos "marchands" coinciden con esta apreciación. Es el caso por ejemplo de Pilar Mujica, quien trabaja en la venta de pinturas con Ivonne Briceño: "El marchand —señala— sirve a veces como un intermediario que sin proponérselo lanza señales muy sutiles al pintor sobre la orientación que prevalece en el mercado. Señales que a veces terminan produciendo también un acomodamiento del artista a los compradores".

Sin coincidir en esta interpretación, Cecilia González concuerda en que existe una especie de "sensibilidad media" en Lima, "que se orienta a lo figurativo, con mucho color". Pero su posición es mucho más optimista: "Con la actividad de las galerías —piensa— comienza a abrirse un poco más el campo de la sensibilidad del público". Es decir una posición simétricamente opuesta a la de Gastón Garreaud.

Eilda Román, en cambio, si bien encuentra que el público de las galerías "es imprevisible y no deja de dar sorpresas", coincide en cierta manera con aquel cuando afirma que "la función de la imagen es transmitir conciencia, no la de ser decorativa. Técnicamente, a nivel de oficio, los pintores peruanos son muy buenos. El problema está en el sentido que le dan a su obra o, en otros términos, por qué pintan. Y no hay o no siente esa fuerza o empuje que puedo sentir en algunos mexicanos o colombianos como Obregón".

Ese sentimiento, que para Eilda Román exceptuado a Szyszlo, en quien encierra "historia, crisis y circunstancia personal" o a un nivel más individualista en Tilsa, es también situado en un contexto político por Gastón Garreaud. "No es —aclara— que se le pida a un pintor que sea un beligerante. Pero no hay un Macchia o un Noe, individuos que a nivel latinoamericano dan más en lo creativo afilándose conscientemente en una realidad política y social. La apoliticidad local es lo que más mortifica".

En ese sentido, la afirmación de Garreaud no puede dejar de impugnar el rol del mercado que está surgiendo en el Perú. De alguna manera ejerce sobre el pintor una fascinación que desvía su atención, su búsqueda, de la circunstancia social en la que vive, de su inserción en ella. En su lugar, termina asimilando como un reflejo tardío provocado por los compradores y las galerías, las corrientes artísticas que alguna vez han tenido éxito en Europa o los Estados Unidos.

Garreaud cree también que "estos momentos muy cerca de que se den cosas excepcionales. Porque dentro de estos siete años de aventura revolucionaria, se ha desarrollado una nueva generación que ha asimilado los cambios y que puede dar lo que los viejos no damos. La esperanza está en ellos. Quizás puedan dar origen a un nuevo arte. El caso de la Revolución cubana, con su desborde de imaginación en los afiches, con su revitalización de las artes plásticas en su conjunto es tan fascinante...".

El problema, entonces, desborda ampliamente lo que las galerías pueden representar hoy día y lanza un interrogante sobre esa creatividad latente, que espera ser convocada como una parte ineludible de la movilización popular. Frente a esta alternativa, la creación de un mercado de arte en los términos capitalistas más tradicionales no deja de ser una salida deformante. Pero, preferible, quizás, al vacío que comporta la inexistencia en ese dominio, de una política cultural revolucionaria.