

Un arte no apto para galerías

Las obras digitales configuran un mercado nuevo alejado de las ferias

Para Hockney sólo era una manera de matar el tiempo, un entretenimiento. Hacer muñeca, pero sin pinceles y sobre una pantalla táctil. Pero acabó convirtiéndose en arte, y conllevó una exposición en París. Lo llaman «iPaint». Y David Hockney es uno de los pioneros en dar proyección artística a los nuevos soportes al sumar a la aplicación la reputación de su nombre y su trayectoria. Existen varias denominaciones, pero todas vienen a significar lo mismo: arte digital, arte de las nuevas tecnologías, arte de los nuevos medios. El atractivo de estas expresiones es que en su mayoría son interactivas. Con ellas se puede hacer «body painting» sin mancharse los pantalones o soplar con un secador la imagen de un diente de león y contemplar cómo sus esporas salen volando. Sin embargo, en Arco, la representación de estas piezas es mínima. Destaca, sobre todo, «Expanded Eye», de Anaisa Franco, en la galería Adora Calvo, que ha ganado el premio Beep de Arte Electrónico. También el vídeo de Bill Viola en la Galería Blain Southern, y un vídeo de Sergio Priego y una escultura con proyección de Tony Ourseler en la de Soledad Lorenzo. «Soy un gran defensor de estas obras –explica Carlos Urroz, director de Arco–, pero se comercializan de una manera diferente. No en galerías. Existen aplicaciones para iPad y para iPhone, pero estas propuestas se venden a través de internet o de editores. Es un mercado distinto para difundir el arte».

«Sólo es un medio»

Urroz no es partidario de apartar, como en ediciones pasadas, estas propuestas. Por eso, ahora las creaciones de estos artistas aparecen en las galerías mezcladas con las pinturas, las esculturas y las fotografías. «Hay que normalizarlo, equipararlo a otras expresiones», afirma. Pero advierte de un riesgo: «El soporte jamás debe superar el concepto de lo que desea expresar el artista. Es sólo un medio». Urroz es consciente de que este arte «es costoso para una feria», pero abre las puertas de Arco a él: «Si hay una propuesta interesante por parte de alguien, la feria está abierta a ese arte. Ahora es muy caro. Es complicado encontrar una galería como Dora Calvo, que ha dedicado un tercio del stand a una pieza».

El artista **Daniel Canogar** añade un matiz: «Este arte ya tiene mucha historia. Empezó con el vídeo en los 70 y el arte digital en los 80. No es que sea el futuro, es que ya tiene pasado. Y es un medio que se va a quedar». Canogar comenta que «comienza a haber galerías que venden obras de nuevos medios y se están ampliando las fronteras de este arte». La presencia de creadores españoles en esta corriente no es nueva ni va con retraso, pero, para Canogar, sí existe todavía un inconveniente: «En España está la LABoral en Gijón, que lleva funcionando desde hace tiempo como un museo y está prácticamente centrado en el arte de los nuevos medios prácticamente. En este sentido, este arte está muy asentado y España, avanzada. Su presencia en Europa, además, es muy destacada. Pero en lo que lleva retraso es en el coleccionismo institucional y privado de estas obras de arte. En eso, Estados Unidos está mucho más avanzado».

Nuevas sensaciones

Hockney es un pionero. Hace arte para iPad. Y luego lo exhibe, junto a la tableta, en museos. Un éxito y un buen negocio. El arte digital entra en los museos desde hace tiempo. De hecho, hasta el Victoria and Albert Museum de Londres le dedicó una amplia retrospectiva. Se llamaba «Decode: Digital Design Sensations». Ahí se exhibían propuestas atractivas, como la de Daniel Brown, que mostraba cómo crecían y se desarrollaban unas plantas; o un espejo, creado por Daniel Rozin, que interactuaba con el público a través de planchas motorizadas.