

Polaroid de una risa nerviosa: Zona Maco

Fabiola Camacho Navarrete

AABORDAR UN EVENTO tan *sui generis* como la feria de arte contemporáneo ZONA MACO convoca a repensar la manera en que se consume y se fomenta el coleccionismo de las diversas propuestas que año con año esta feria trae a nuestro país. Desde 2002, su fundadora y directora Zélika García comenzó esta apuesta con el nombre de MUESTRA en Monterrey, hasta que en 2004 se cambió el nombre a MACO y se trasladó a la Ciudad de México. En la edición 2016 la feria ha persistido en su afán de ser un vínculo entre el mundo del arte nacional, y sobre todo internacional, con el círculo que en realidad impulsa el presente y el futuro de las artes visuales en México: los coleccionistas. La mirada de su directora, de los inversionistas, patrocinadores y directores creativos no dista mucho de los fines que todas las ferias de arte en el mundo tienen al integrar en la escena comercial este tipo de espacios que devienen actos sociales sin más. Sin embargo, es necesario comprender la *polaroid* que registra el contexto mexicano para tener una mirada más certera de lo que ocurre en nuestro campo artístico.

Resulta evidente que en nuestro país existe un parroquial interés por los asuntos del arte, sobre todo del arte contemporáneo y este interés se ha acrecentado en la última década. Lo contemporáneo deja su marca sobre las redes sociales, espacios académicos, plataformas comerciales y de esparcimiento, crea discursos, concentra su poder en nichos, desplaza actores e incluso integra nuevos conceptos que no terminan por desarrollar lo verdaderamente importante del fenómeno. Desde luego no es por falta de interés, incluso de conocimiento sobre artistas o autores, sino porque en ocasiones no se comprende el contexto en el que nos encontramos.





Fotografías: cortesía ZONA MACO

No hay duda. Los esfuerzos de diversos actores por crear espacios es una tarea importante, pero cuando pensamos, por ejemplo, en los llamados conversatorios, lejos están de actuar como espacios de discusión abiertos, sino más bien se plantean como un tipo de cátedras con especialistas para especialistas, es decir, no se forman públicos, que se supone es una de las causas por las que se realizan. De ahí el adjetivo de “parroquial”, porque lejos de transformar los abigarrados espacios museísticos donde el Estado es la principal fuente de recursos, pero sobre todo de poder para admitir o rechazar propuestas —pienso, por ejemplo, en la época en que Helén Escobedo es separada de su cargo como directora del MAM porque una pieza expuesta en el museo bajo la autoría de Tepito Arte Acá fue motivo de rechazo e incluso de ofensa para la esposa del presidente Miguel de la Madrid—, a partir de la década de los noventa es la iniciativa privada y la academia las que han guiado el rumbo del arte que consolidamos como contemporáneo.

Nos encontramos, por tanto, ante un momento histórico en el campo artístico donde ante la condición fallida del Estado como propulsor de políticas culturales que sostengan la producción y difusión de los artistas locales, las empresas privadas, el mundo mediático y el nicho de la teoría crítica llevan como pueden la ardua tarea de crear un espacio lo suficientemente fuerte para que los cientos de artistas que salen de las escuelas de arte, los artistas ya consagrados y hasta los críticos tengan espacios y reciprocidad con quienes hacemos filas inmensas y nocturnas para ver la obra de Yayoi Kusama.

Fuera de marcos institucionales y las normas críticas de los espacios —no lo dudo— bien intencionados, se dejan de lado cosas substanciales que articulan de manera completa el proyecto de la ZONA MACO. Si hablamos de las 122 galerías y

los 27 estudios de diseño que se integraron este año al proyecto, desde luego que pensamos en una amplia selección de obras y artistas que provienen de diversos círculos y lugares del mundo, con el fin de que formen parte de colecciones privadas o que, por lo menos, tengan una compra que pueda capitalizar la inversión de tener un espacio en la feria. Siempre ha quedado claro que si se insiste en que se le dé un espacio a las nuevas propuestas —este año contó con 22 galerías, algunas emergentes—, es porque los organizadores buscan encontrar una respuesta segura respecto al marco de inversión. Es decir, ZONA MACO definitivamente no actúa como un espacio para enterarse de verdaderas propuestas de arte contemporáneo en México y el





mundo, pero sí es un buen termómetro para medir qué ocurre con la clase alta del país. Literalmente, es un buen escaparate para advertir la manera en que coleccionistas renombrados —y claro, la pujante clase *snob* del “mirreynato” mexicano— actúan ante la exhibición de obras de Picasso, Montenegro, Rivera y Varo hasta la obra de Anish Kapoor —de quien, por cierto, ya se espera su exposición en el MUAC—, de artistas mexicanos contemporáneos como Daniel Guzmán y Carlos Amoraless o de artistas que se sabe intentarán transgredir el espacio y sus espectadores, como es el caso de la obra de Yoshua Okón y Santiago Sierra y su escultura del sanitario que alude al Museo Soumaya como una crítica un tanto trasnochada de corte vanguardista. Al respecto, un día antes de la apertura de la feria, la obra de Okón y Sierra ya había navegado de forma constante por las redes sociales, por lo que la crítica se invisibilizó, con el primer *click* se volvió parte de la hiperestetización de la esfera social que deviene espectáculo sin más.

Mi mirada se concentra en la falta de ambición por crear un verdadero coleccionismo en México. Los involucrados en el espacio no salen de la parroquia y en el ambiente se siente más un discurso donde prevalece el interés porque los fotógrafos de diversos

medios dedicados a la moda y la vida cotidiana de las altas esferas retraten a las debutantes de hace dos décadas —la mayoría sin un interés real de adquisición— que por generar una cultura de consumo artístico. Entre la champaña y las risas nerviosas por no saber captar los conceptos que encierran las obras, se presume más un espacio de convivencia que de generador de negocios, como si las chicas que integran la obra fotográfica de Daniela Rosell no hubieran hecho otra cosa que juntar años, pero por desgracia, ningún conocimiento ni sobre arte, ni sobre negocios.

Las últimas dos décadas en las que se ha desarrollado la feria generan un desencanto, y esto no tiene que ver ni siquiera con la curaduría o con la decisión de abrir un espacio para el diseño industrial —aspecto que, en general, es interesante y necesario, pues estoy segura que sus ventas son mayores a los demás espacios en general—. El desencanto tiene un corte marxista-hegeliano: la historia se repite, como lo indica Slavoj Žižek: primero, como tragedia, luego como farsa. Es trágico que no exista una política cultural que integre las necesidades artísticas y monetarias del presente, pero la manera en que las esferas políticas y económicas de nuestro país actúan dentro de la imagen propicia una



escena fársica, donde quienes tienen el dinero no cuentan con un capital cultural que les permita comprender, incluso como inversión, el arte mismo.

En esa misma imagen, la farsa queda roturada con la única obra que en realidad abre un espacio de discusión. Miguel Monroy, con su obra *¿Cómo robar una feria de arte?*, consciente del contexto genera un discurso oscuro donde descoloca al espectador al proponer una verdadera manera de robar la feria con éxito. Basta decir que muchos espectadores no entendieron el juego y solamente una risa nerviosa al observar un video de *Youtube* sobre cómo abrir una chapa de máxima seguridad intentaba maquillar el gesto de agonía al no comprender el estado del arte contemporáneo en México. Al final, la *polaroid* reflejó la risa contagiosa de los convidados a la feria. **▲▲**

