

PEREZ BECERRA

El mensuario *Crisis* en diciembre de 1974 fue ilustrado por un dibujante marplatense autodidacto, que soñaba con ser sociólogo pero que terminaría dejando todo para intentar la aventura de vivir del arte en la ciudad de Buenos Aires. Jorge Glusberg halló en él cierta similitud con el Bioy Casares de *La invención de Morel* y la galería Praxis lo incorporó desde diciembre de 1986. En 1995, Alejandro Pérez Becerra está comenzando a vender su obra en Miami y New York. Todavía no logró interesar a Eli Broad, el cofundador de Kaufman & Broad Home y dueño de Sun-America, convertido en el mayor comprador de obra original de los EE. UU. Pero este año debutará con sus naturalezas muertas en el remate de Christie's, cuando no se evaporó el impacto de la exposición de National Gallery (Londres) titulada *La naturaleza muerta de Velásquez a Goya*, que permitió *redescubrir* a artistas como Zurbarán o Juan van der Hamen. Pérez Becerra dice que no le importa que IBM haya vendido su colección latinoamericana en Sotheby's (incluyendo obras de Frida Kahlo -por uno de sus cuadros el argentino Eduardo Constantini pagó u\$s 3,2 millones- y Diego Rivera). "Si IBM vendió, alguien compró. Es lo maravilloso del arte." La entrevista: .

Usted comenzó a pintar durante los años '70, cuando estaban de moda las escuelas conceptualista y un hiperrealismo muy duro. Pero eligió otra estética. ¿Qué tiene en contra de las modas culturales?

-No vivo pendiente de ellas. Elegí una línea *expresionista* porque era la que prevalecía entre mis ídolos de esos años: Carlos Alonso, Antonjo Berni y Rómulo Macció.

-O sea que usted no hubiera adherido al movimiento del Instituto Di Tella?

-Para nada. Que el Di Tella haya sido el *boom* cultural argentino durante una década demuestra nuestras limitaciones. En muchos temas, el Di Tella era opresivo. Combatía lo que yo reivindicaba -la estética de la *nueva figuración*- y se opuso a pintores como Luis Felipe Noé o a Macció. El Di Tella es apenas un mito, producto de que después vino lo peor.

-¿Cómo podría reiterarse un fenómeno similar al Di Tella en los '90?

-Y... es muy difícil. Por un lado, la ideología de los años '60 vinculaba más al artista con su medio social. La política cultural era un tema de debate *abierto* entre diversos grupos. Además, Jorge Romero Brest fue un líder *decisivo* para el Di Tella y hubo un soporte financiero abundante debido a la bonanza que todavía tenían las industrias Di Tella.

-¿Cuál es el mercado para un artista que vive de su profesión? ¿El local o el exterior?

-Hay muy pocos artistas plásticos de la región que comercializan su obra en Europa y los EE. UU. Antonio Seguí, es un ejemplo. Un artista primero debe trascender aquí y luego se proyecta hacia el exterior. Hay quienes pretendieron realizar una tarea al revés pero sin éxito. Además no hay un único *mercado exterior*.

-¿A qué se refiere?

-Vender obra en Miami no equivale a poder hacerlo en New York. Los cubanos y mexicanos controlan casi el 80% de la pintura que se vende por remate en Miami. Ellos tienen preferencias culturales muy diferentes de las de los neoyorkinos. Además, yo vendo naturalezas muertas y paisajes en Miami, donde sus 70 galerías trabajan con el *realismo* como estilo. Pero, por ejemplo, Alemania prefiere otra de mis series sobre escenas del tango.

-¿Cómo es la pintura que reclama hoy día el mercado estadounidense?

-Básicamente, paletas *altísimas*, de mucho color y mucho blanco. O sea no tomadas por el *posmodernismo* de los '80. En los EE. UU. las pinturas tienen otros tamaños. Hasta los cortes de papel son diferentes. Conceptos como el de *satisfacción del cliente* llegan a la cultura. La *bohemia* rige para algunas facetas de la vida de un artista pero tiene sus límites.

-El posmodernismo pegó mucho aquí durante los años '80. ¿Cómo resistió a la tentación de plegarse a ese movimiento?

-La Argentina quiso ser la *meca* del *posmodernismo*. Ignoro cuántos artistas e intelectuales comprendieron qué proponía el *posmodernismo*. Y llevar *posmodernismo* a Alemania o a los EE. UU. fue como *venderle naranjas al Paraguay*. Yo estoy interesado en pintar *desde el alma* y en que mis trabajos trasciendan en el exterior porque es la mejor contribución que puedo hacer a la cultura de mi país, además de que es donde realmente existe un *mercado del arte*.

-¿Cómo se llevan el arte y la recesión?

-Mal. Febrero fue un mes *pico* de venta tomando los últimos años como parámetro. Después comenzó la incertidumbre. La inseguridad es lo peor que le puede suceder tanto

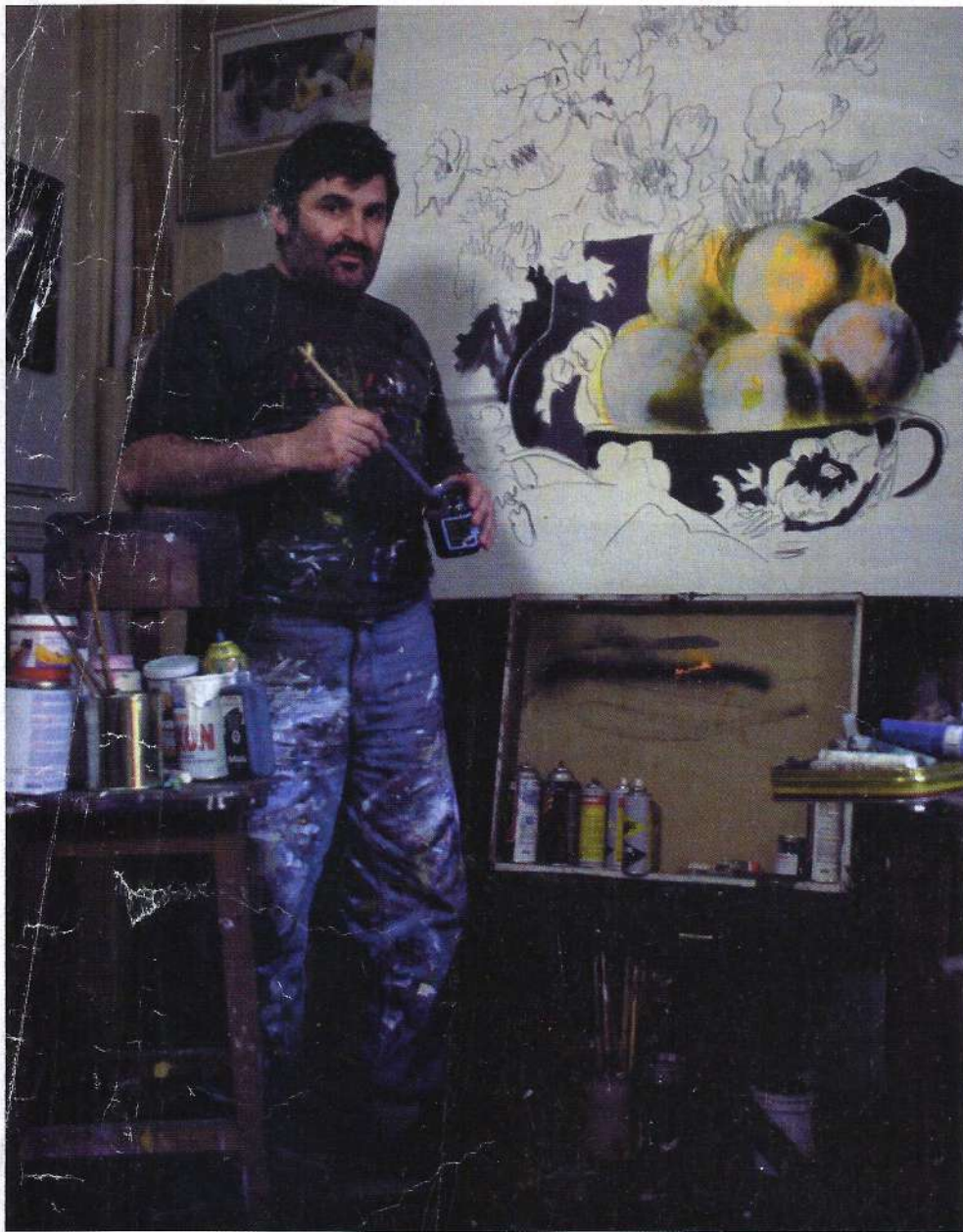
Pettoruti vive

Hasta el 2 de julio, en el *Palais de Glace*, permanece la exposición itinerante Emilio Pettoruti, 41 obras del autor pertenecientes al Museo Nacional de Bellas Artes y a la Fundación Pettoruti, que preside Tomás Roberto Díaz Varela. El 22 de junio se presentará un CD-ROM con una investigación sobre la obra del artista en la que colaboró Rafael Squirru y que ubica a la Fundación como *pionera* en la multimedia. La muestra luego se trasladará a los EE. UU. y Europa. En Humphrey Gallery (New York) será presentada por Christie's.



Haciendo camino

Natalio y Natalio Churba presentaron durante mayo *Natan, Vanguardia y Clasicismo*, con esculturas de Renata Schussheim, como la que ilustra este recuadro, pinturas de Pérez Celis y decoraciones de los estudios de arquitectura y diseño de Alfred Fellinger, Roxana Punta Álvarez, Estela Tiscornia, entre otros. El diseño argentino precisa de espacios donde exponer y por eso es rescatable el esfuerzo, aún cuando no todos los expositores tengan un nivel similar. Sería interesante incrementar el intercambio con diseñadores italianos y estadounidenses.



■ Alejandro Pérez Becerra. "El Di Tella es un mito. En verdad fue bastante represivo."

a la galería como al artista. Ahora, después de las elecciones, recién parece que comienza el año para la pintura en la Argentina. Me parece que ocurre lo mismo con toda la economía.

-¿Cuál es la relación entre el sector público y el privado en la cultura local?

-No hay vínculo. El secretario de Cultura, **Mario Pacho O'Donnell** no logra que se levanten las restricciones a la exportación de obras de arte. Él podría ingresar a la historia de la cultura argentina con una medida para la que no precisa presupuesto ni subsidios. Cada vez que debo exponer en los EE. UU. o en Alemania -o sea, cada vez que me convierto en un embajador cultural- tengo que sentirme un contrabandista con mis obras. Me consuelo diciéndome: "En Uruguay es peor". Tampoco está definido qué significa el Mercosur para la cultura. Yo tenía expectativas pese a que estamos *disminuidos* frente a Brasil.

-¿Por qué lo dice?

-Porque Brasil tiene *coleccionismo*. Los grandes comerciantes brasileños acostumbraban, desde el siglo pasado, a comprar obra en Europa y donarla a los museos de Rio de Janeiro y São Paulo. Lo hacían por ostentación, pero al país le dejaban un patrimonio cultural notable. También en Chile existe el *coleccionismo*. El mercado de arte chileno es mayor que el argentino. Aquí nunca hubo *coleccionismo*. Basta comparar las obras que los **Bemberg** donaron en Francia con las que **María Luisa Bemberg** dejó al Museo Nacional de Bellas Artes. Las de aquí no pasan de ser un importante conjunto de obra local. **Jorge Glusberg** y O'Donnell deberían interesarse más en el tratamiento positivo del arte. ■



Very
Important
People

Profesionales de la Información

La única publicación para Comunicaciones, Marketing y Relaciones Institucionales que ofrece complementos informáticos, con los más avanzados sistemas.

Utilice información actualizada y la mejor tecnología informática.

Editorial de Comunicaciones Públicas S.A.

Uruguay 292 - P1 - Of. 4 - Td.: 49-4343 40-1983/6706 - Fax: 49-4243