



EL ARTE DE INSTA

A pesar de la pandemia, los confinamientos y las cancelaciones de todos los eventos, el mundo del arte sigue en movimiento gracias a todas las plataformas digitales que existen.

Por Joan Tucker

ALIZA NISENBAUM
"Sin salsa no hay paraíso", 2020
@alizanisenbaum

COPYRIGHT ALIZA NISENBAUM; CORTESÍA DEL ARTISTA Y ANTON KERN GALLERY; TRADUCCIÓN: ITZCOATL YEDRA HERNÁNDEZ.



HILARY PECIS
La Brea, 2020,
@hilary_pecis



VAN HANOS
∞, 2020
@van_hanos



ALEJANDRO CARDENAS
"The Ghost", 2020
@a.cardenas

F

DE ARRIBA HACIA ABAJO Y EN DIRECCIÓN DE LAS MANECILLAS DEL RELOJ; CORTESÍA DEL ARTISTA Y RACHEL UFFNER GALLERY; CORTESÍA DEL ARTISTA. COPYRIGHT VAN HANOS; CORTESÍA DE LISSON GALLERY; COLLECTION OF RAITIAN CHADHA.

amoso por su resistencia al cambio, el mercado del arte logró adaptarse rápidamente a la pandemia, permanentemente cambiando nuestra manera de descubrir, ver y consumir el arte. Forzados a entrar al mundo virtual, las galerías y las ferias de arte invirtieron sus presupuestos de desarrollo en sus *online viewing rooms*, mejor conocidos como "OVRs". Pero evidentemente

el registro, ingreso y navegación a través de exhibiciones mal organizadas no es divertido. Como resultado, el consenso de los usuarios es: A-D-I-Ó-S a los OVRs.

Entonces, ¿qué sigue? De acuerdo al *art dealer* originario de Los Ángeles, Niels Kantor, "¡Ahora toodo es a través de Instagram!" @kantorgallery. Y no es el único, "Instagram es la ▶

mejor plataforma para mostrar el arte y exponerlo al mundo entero”, nos cuenta el influyente coleccionista de arte emergente, Alberto Oechebar. @albertochehbar.

Coincido. Instagram es veloz, cómodo y nos ahorra la agotante odisea de entrar al circuito de las exposiciones, viajando alrededor del mundo, de ciudad a ciudad durante todo el año. Instagram me permite dedicarme a mi pasión y administrar un negocio en mis pijamas adonde sea que vaya. ¡No más *jet-lag!* Con la suspensión de la mayoría de los viajes, todos estamos viviendo una pausa y debemos quedarnos en casa, pero en mi caso, sin dejar de perseguir distintas obras de arte. Arte-arte-arte, 24 horas al día, sin parar, y literalmente todo al alcance de tus dedos hasta perder tu huella digital. Es absolutamente brillante. ¡Me encanta!

A Kenny Schachter @kennyschachter, coleccionista, distribuidor, crítico, escritor y a veces artista, puedes encontrarlo frecuentemente involucrado en guerras de cultura dentro de los comentarios de Instagram. Él también es un fanático, para bien o para mal. Actualmente tiene 31,000 seguidores pero su influencia es exponencial. “Instagram se trata de la percepción inmediata del impacto de una imagen. No importa la vanidad, la ostentación exagerada o la pretenciosidad, mientras se vea bien, funcionará”. Pero también cree que los cambios son fundamentalmente más profundos. “Instagram ha revolucionado y democratizado el universo del arte, impactando constantemente y cambiando la manera



en que vemos, consumimos y comunicamos el arte desde sus orígenes. Me atrevería a decir que la *app* ha funcionado esencialmente como una bola de demolición anárquica, derrumbando las jerarquías que separan al público, a los artistas y a la comunidad que los rodea para tener acceso al arte”.

Paradójicamente, de cierta manera el arte se ha hecho más accesible desde el confinamiento. Con las cancelaciones de exposiciones VIP y las visitas privadas, los dramas que anteriormente ocurrían a

puertas cerradas se convirtieron en un teatro *online*. Las audiencias de las subastas de arte *online* en Christie’s y Sotheby’s están creciendo cada vez más. ¿Por qué no vivir a través de alguien más y disfrutar verlos cómo despilfarran su dinero? Cuando Takashi Murakami @takashipom quería revelar su reciente bancarrota, subió un conmovedor video a su cuenta de Instagram. Los críticos comenzaron una guerra haciendo comentarios hirientes a través de Instagram Live y cuentas pseudónimas en vez de que

esto ocurriera a través de susurros discretos en una habitación de paredes blancas.

Instagram le brinda un escenario al arte. Además, simplemente se ha convertido en una poderosa herramienta de *marketing*. Muchas galerías han contratado a *managers* especializados en redes sociales como Susi Kenna, quien fue reclutada por David Zwirner @davidzwirner, después de ver su trabajo para Art Basel. Elena Soboleva @elenasoboleva, directora de Ventas Online de Zwirner, ha sido extremadamente proactiva y está a la vanguardia en el campo de la innovación *online*. Instagram también cuenta con su visto bueno. “Dada su naturaleza visual, es la

plataforma más prevaleciente en redes dentro del mundo del arte para compartir imágenes, descubrir artistas y alcanzar una audiencia global”. ¿Y qué nos depara el futuro? “Con el crecimiento de la 5G, todos nos dirigimos al reino de los videos, incluso esto fue lo que motivó a Instagram a acelerar el lanzamiento de sus Reels. Esta facilidad para descubrir videos incrementa el alcance exponencial de los usuarios más allá de los seguidores, y justamente fue el camino que siguió el inmenso éxito de TikTok”.

Exactamente. Instagram les permite a los artistas vencer a la geografía. Ya no hay necesidad de estar encadenado a una ciudad como Nueva York o Londres, cuando (desde cualquier parte del mundo) puedes potencialmente conectar con mil millones de personas que tienen cuenta en Instagram de los 7.7 mil millones de habitantes que hay en el planeta. Publicaciones estratégicas y cierta actitud es todo lo que se necesita para llamar la atención de alguien influyente. Y sólo se requiere de un segundo.

“Creo que es imposible negar que Instagram ha cambiado por completo la manera en que los artistas promueven su trabajo”, de acuerdo con el artista chileno/estadounidense Alejandro Cárdenas @a.cardenas. “Antes de Instagram, el arte en general tenía un ▶

SHANNON CARTIER LUCY
“Woman with a Bow”, 2020
@zollieoo

CORTESÍA DEL ARTISTA Y GALERIE HUSSENOT, PARIS. FOTOGRAFÍA DE BENJY RUSSELL.



CORTESÍA DEL ARTISTA Y XAVIER HUYTENS, BRUSSELS.

SAYRE GOMEZ
“Sunrise Over Sunset”, 2020
@_sayre_gomez_



HIEJIN YOO
"Apology Accepted", 2020
@hiejin_yoo



ROBERT NAVA
"Sky Nightmare (Protector)", 2020
@robertnava7

DE ARRIBA HACIA ABAJO Y EN DIRECCIÓN DE LAS MANECILLAS DEL RELOJ: CORTESÍA DEL ARTISTA Y HALF GALLERY / @HALFGALLERY; CORTESÍA DE SORRY WE'RE CLOSED / @SORRYSORRY_WERE_CLOSED; CORTESÍA DEL ARTISTA Y RACHEL UFFNER GALLERY / @RACHELUFFNERGALLERY; CORTESÍA DE GAB CARREIRA, CORTESÍA DEL ARTISTA A GENTIL CARDOZA, AND DAVID ZWIRNER / @MAXWELLALEXANDRE @DAVIDZWIRNER



MAXWELL ALEXANDRE
"Pisando no céu", 2020
@maxwell_alexandre

acceso muy complicado, tenías que físicamente ir a las galerías o leer revistas altamente curadas, pero ahora cada artista tiene un espacio para compartir sus obras de la manera en que lo desee fuera de estas restricciones”.

Como una ambiciosa coleccionista por casi 30 años y campeona de artistas emergentes, me frustró cuando veo a buenos artistas con cuentas privadas de Instagram, o peor, sin una. Aunque tal vez agregue un toque místico, un ‘mal’ feed puede desmotivar a la gente a no ver a estos talentosos artistas —los mayores desmotivantes son materiales superfluos e imágenes poco atractivas—. Hay una manera de ser accesible y cool que algunos creadores simplemente entienden. Las artistas emergentes Jenna Gribbon @jennagribbon y Hilary Pecis @hilary_pecis no sólo han hecho grandes piezas de arte, sino que también lo comparten abiertamente en sus cuentas de Instagram, creando un impacto y construyendo su marca al simplemente ser ellas mismas.

Kathy Grayson @kathy_grayson, fundadora del espacio neoyorquino de culto The Hole @theholenyc, ha descubierto cómo mantener el misterio de sus artistas a través de prueba y error. “Siento que finalmente encontré la solución, especialmente a ser más selectiva acerca del arte que subo. Durante años compartía muy emocionada algunos de mis descubrimientos, sólo para que otras galerías y coleccionistas se apropiaran de mi investigación”. Aunque también disfruta de la emoción que conlleva: “Ahora publico exhibiciones próximas, visitas a estudios de artistas con quienes ya firmamos, comparto obras estratégicamente disponibles en vez de ofrecer piezas imposibles de obtener con una extensa lista de espera, etc. Creo que ahora ya sé cómo usar los anzuelos”, confiesa riéndose.

Las redes sociales realmente pueden ofrecer el tipo de ventas que sustentarían una sobresaliente galería internacional. James Green @jamesgreendz, director de David Zwirner London,

opina. “Las conexiones hechas a través de redes sociales, como Instagram y WeChat, resultan en ventas directas”. Green admite que el no poder ver las piezas en persona ha resultado en algunas pérdidas de ventas, “pero estamos viendo un cambio en la manera en que algunos coleccionistas están eligiendo comprar arte debido a las limitaciones que ha impuesto la pandemia en el flujo de personas”. Se trata de cautivarlos y hacerlo lo más fácil posible. “Los coleccionistas que antes preferían comprar obras a través de una visita a nuestras galerías, ahora se sienten más cómodos haciendo sus compras digitalmente, usándonos como guía durante el proceso”.

Kenny Schachter frívolamente duda de esta nueva manera de consumir el arte llamándolo ‘Art Tinder’. Y, obviamente, coincido, si tomamos en cuenta el tiempo que pasamos frente a la pantalla, usar Instagram es un modo altamente adictivo de alcanzar orgasmos artísticos día a día. Entonces, ¿negociaremos

en TikTok, haciendo un pequeño baile para cerrar la venta? Tal vez... pero estoy segura que algunas cosas del negocio no cambiarán, sin importar cómo se venda una pintura. Mándame un DM para más tips de expertos. @tuckerjoan

Sin importar todo lo bueno que dicen de las ventas online y las redes sociales como la nueva normalidad para apreciar el arte, nada reemplazará vivirlo en persona. “Ver al arte en redes sociales, y en línea solamente se puede hacer temporalmente. A largo plazo todavía necesitamos estar frente a él”, dice el coleccionista devoto y galerista novato neoyorquino William Leung @willnyc @atmgallery.nyc

De la misma manera, hasta que ver una pieza de arte en persona sea posible para todos, las redes sociales, como “Insta”, son escenarios de arte. Y no dejará de crecer.

Los artistas emergentes incluidos en este artículo fueron elegidos por Joan y son creadores de arte que no debemos perder de vista y comenzar a seguir. ■



HILARY PECIS
"Nastartium". 2020
@hilary_pecis