

El informe más reciente sobre el mercado del arte de la TEFAF –que es, recordemos, una feria– afirma que un 41% de las ventas de las galerías en 2016 se cerraron en las ferias de arte. La distopía artística que Cristina Garrido (Madrid, 1986) fabula en *Boothworks* no es en absoluto peregrina: narra desde el futuro cómo en estos años los galeristas idearon una nueva forma de arte, el *stand* de feria. Un tipo de “obra” efímera y *site-specific* (realizada para un espacio concreto) que ellos mismos, los artistas, los coleccionistas y los visitantes activarían en calidad de *performers*. Estamos a un paso de esa ficción: en feroz competencia, las ferias buscan diferenciarse a través de enfoques curatoriales y,

junto a los comisarios invitados, los galeristas actúan como “creativos” que usan las obras de los artistas como piezas en sus composiciones mercantiles.

Garrido posee una agudeza crítica y una finura en la ironía que ha vertido sobre el análisis de ciertos elementos clave en la promoción y la comercialización del arte actual: los catálogos de subastas, las revistas especializadas, las guías de artistas, las postales y los carteles, las notas de prensa, las bolsas con logo... Su producción, admite, es “parasitaria”, en el sentido de que emplea material preexistente, extraído en sus últimos proyectos sobre todo de Internet: revistas online,

# Cristina Garrido y el arte ferial

**BOOTHWORKS. GALERÍA THE GOMA. Fúcar, 12. MADRID**  
Hasta el 25 de enero. De 1.200 a 4.900 €



ROBERTO RUIZ

blogs, redes sociales, YouTube... esas vías por las que la información artística circula a toda velocidad pero no sin filtros, interpuestos por nuevos prescriptores que determinan no sólo lo que vemos sino también, en buena parte, lo que los artistas hacen.

## Cristina Garrido narra desde el futuro cómo en estos años los galeristas idearon una nueva forma de arte, el *stand* de feria

Si en el trabajo con el que ganó uno de los premios Generación 2015 le sacaba punta –¡y cómo!– a las constantes formales que detectó en las instalaciones con mayor visibilidad mediática, las obras que ahora presenta hacen aumentar la

incomodidad que sentimos ante/en la gran mascarada del mercado. Y lo hace en una galería –que asiste a ferias–, imagino que siendo conscientes ambos, artista y galerista, de que este agrio comentario no solo no mina el sistema sino que hará las delicias de algunos de sus agen-

tes. Cristina Garrido es una artista metódica: recolecta y estudia de forma casi estadística los productos del aparato de la mercadotecnia artística. En este caso, las imágenes del vídeo que protagoniza la exposición proceden de reportajes sobre gran-

des ferias de Vernissage TV, con un particular estilo de filmación poco menos que en bruto de las inauguraciones. Pero lo más sorprendente es que, en *Boothworks*, la narración es un *collage* bien cosido de fragmentos de textos y entrevistas de conocidos crí-

ticos, comisarios y artistas publicados entre 1966 y 2015, ligeramente alterados para trasponerlos al “*Stand Art*”, en los que se reflexiona sobre el nacimiento de las formas de arte –Land Art, *performance*, creación efímera, *site-specific*– que transformaron la producción y el consumo en los 60 y los 70. Así, Garrido nos habla también de cómo se construye hoy la historia del arte. Es un ejercicio brillante.

Por otra parte, como continuación de su trabajo sobre los tics del *display* o presentación de las obras en el espacio, ha transformado la galería en un *stand*, con su característico atrezzo: señalización en el pasillo, mesa con catálogos, agua, flores y una tableta, y sillones para los fatigados coleccionistas. En las paredes vemos otras modalidades de *collage* de imágenes apropiadas. Coherentes pero mucho menos impactantes: unos llevan los “mejores *stands*”, como escultura de gran formato, a los interiores museísticos, y otros combinan fotografías de piezas capitales de aquellos tiempos de transformación con estas nuevas “obras” feriales.

**ELENA VOZMEDIANO**