

Llevar el arte bien lejos

Sabrina Cuculiansky

Diez años atrás trabajaba con su computadora portátil desde una pequeña oficina en la calle Azcuénaga. Ahora Diego Costa Peuser dirige la editorial Arte al Día luego de la muerte de su padre, Jorge "Coco" Costa Peuser, que había fundado el periódico homónimo en 1980. Con un diario y una revista en la calle, Diego vislumbró el crecimiento de sus productos. "Estamos en todas las ferias de arte del mundo", argumentaba. Madrid, París, Venezuela y Estados Unidos se convirtieron en lugares desde donde la difusión del arte argentino y latinoamericano tenía una entrada más gracias a la revista bimensual Arte al Día y a los periódicos que se publicaban específicamente para la feria. En el ámbito local, el periódico creció y llegó a un público ajeno al circuito del arte. En 1999, Diego Costa Peuser convocó a Fermín Fevre (fallecido en 2003) para que se hiciera cargo de la dirección editorial, y un tiempo después ingresó Gastón Deleau, que junto con Costa Peuser idearon las originales Gallery Nights. Un ámbito donde el público pasea, copa de espumante en mano, por las inauguraciones en la City porteña. Además de Recoleta y Retiro, las Gallery Nights se adueñaron de otros barrios, como Palermo y San Telmo, y a ellas les siguieron las propuestas de la Semana del Arte y de Buenos Aires Photo, la primera feria dedicada a la fotografía en la ciudad, que volverá este año, a fines de octubre.

Luego de afianzarse en el mercado latinoamericano, Diego Costa Peuser abrió sus oficinas en Miami y en 2003 concretó, junto con Merrill Lynch, la feria Arte Américas, que se da cita anualmente en esa ciudad.

El año último, Costa Peuser llegó a Nueva York, el centro del mercado del arte, y realizó la feria Pinta, donde compartió las propuestas de arte latinoamericano con las subastas más famosas, como Sotheby's y Christie's. El éxito obtenido lo llevó a su segunda edición, que este año se realizará del 13 al 16 de noviembre.

-¿Cómo fueron tus inicios en la editorial?

-Cuando tenía 16 años, después del colegio me encargaba de distribuir las revistas en las galerías de arte, y así fui conociendo a los galeristas y a los anticuarios. En ese entonces yo era "el hijo de Coco"; me divertía; luego empecé a venderles publicidad.

-¿Qué te enseñó Coco?

-Me inculcó que la perseverancia es fundamental para alcanzar cualquier objetivo. Mi padre fue un hombre de palabra, con principios y valores, donde la honestidad y la ética estaban primero. Fue un visionario, y lo más importante es que me transmitió la pasión por el arte.

-¿Por qué apostar por el arte latinoamericano?

-En 1990 participamos con la revista en la primera edición de la feria Art Miami. En ese momento sentí que había que ampliar los horizontes y pensar en grande. El mercado en la Argentina era muy limitado y me pareció interesante trabajar en la conquista de América latina. Me di cuenta de que la revista podía ser un medio fundamental de difusión del arte de la región y sobre todo una forma de entrar en el gran mercado americano. A partir de ese momento, dejó de ser una revista local para convertirse en una edición bilingüe. En 1999 abrimos la oficina en Miami, donde vivo con mi mujer y mis hijos.

-¿Cómo ves el desarrollo del mercado del arte en el mundo y su correlato regional?

-Creo que el desarrollo del arte internacional hoy no tiene límites; no hay parámetros para medirlo. Pero también creo que este boom se va a frenar en algún momento. Sin embargo, el arte latinoamericano comienza a ser mirado y buscado por grandes coleccionistas mundiales. Esto se debe a que existen muy buenas propuestas, con precios muy razonables en comparación con el arte norteamericano y el europeo.

-¿Qué le falta a la Argentina?

-Le falta un mercado; tenemos compradores de arte, pero pocos coleccionistas que sigan a los artistas en su crecimiento y que los apoyen para una internacionalización.

-¿Qué diferencia hay entre Pinta, en Nueva York, y Arte Américas de Miami?

-Pinta es una feria de arte latinoamericano contemporáneo, donde destacamos a nuestros artistas al exhibir lo mejor del arte de la región. La diferencia entre una y otra feria radica en que el público de Nueva York está acostumbrado a una mayor oferta estética. Allí, el arte asiático, el africano y el europeo son cosa de todos los días. Por eso, las galerías llevan obras de los años sesenta, como Carmelo Arden Quin, Juan Melé y Julio Le Parc, entre otros.

-¿Cómo fue la edición anterior y qué se perfila para la de este año?

-La feria anduvo muy bien y las galerías vendieron más de ocho millones y medio de dólares. Pinta 2008 será un cincuenta por ciento más grande, y aunque el énfasis seguirá puesto en las vanguardias se sumarán galerías emergentes.

-¿Qué países están haciendo punta?

-Venezuela, Argentina y Brasil.

-¿Cuál es tu anhelo como empresario del arte?

-En un par de años me gustaría ser un referente del arte latinoamericano, y eso lo puedo conseguir con el tiempo y ampliando mis conocimientos.

-¿Cómo ves el coleccionismo de arte latinoamericano?

-Cada vez son más estudiosos; ya no son simples compradores de cuadros, sino que analizan la evolución del artista, quiénes lo manejan, qué curadores lo siguen de cerca. Lo destacable es que con Pinta y Arte Américas el coleccionismo latinoamericano crecerá en los Estados Unidos y abrirá sus puertas aun para nuestros artistas. Eso es algo con lo que siempre soñé.

Entre lo que proyecta para 2009, Diego Costa Peuser pone sus fichas en una reformulada Arte Américas, con la entrada de prestigiosos curadores latinoamericanos, y ya está pergeñando una novedosa feria en Medio Oriente: Pinta Dubai 09.

Disponível em: <<http://www.lanacion.com.ar>> Acesso em: 14/8/2008.