

"Ahora ni se adquieren obras sino un proyecto para exhibir que, cuando acaba, desaparece"

El artista abandona a sus gordos de cuerpo entero para centrarse en la expresión facial

🕒 07:58 ☆☆☆☆☆

Me gusta 7 📧 🖨️ 📄 📑

CARMEN VILLAR - SANTIAGO Ramón Conde pone rostro a sus "Visiones" a través de 34 caras que mirarán a los visitantes que se acerquen a partir de hoy al Centro Social Caixanova. El artista apuesta por devolver el protagonismo a la expresión facial y renuncia al cuerpo entero.

—¿Cómo va a ser el Ramón Conde que se verá desde hoy?

—Será diferente. Las cabezas son un tema que me tentó desde mis inicios. Las caras son quizás lo que más me subyuga de la gente. En mis inicios hice algunas y luego, en los noventa, volví a hacerlas, aunque la forma de abordarlas varió. Creo que el que me vaya a esa temática tiene que ver con cierta sensación de inseguridad, de nuevos planteamientos. Por una parte, notaba que en mis obras de cuerpo entero la cabeza se perdía un poco como significativo dentro del conjunto de los cuerpos. Luego la historia se complicó y aparecieron cabezas como vistas a través de un espejo que deforman la imagen, alargándola.

—¿Tiene que ver algo este giro con el temor a encasillarse?

—Quizás, pero no creo porque siempre me consideré, para lo bueno y lo malo, bastante fuera de las corrientes de moda y siempre quise tener mucha independencia al crear. En creación el momento de cambiar llega cuando tienes la impresión de que las sensaciones, los desafíos, que no las obras, se repiten. No sé adónde me lleva este cambio. En cualquier caso se debe a necesidades emocionales, no del tipo "me conviene cambiar". Quizás se deba a una crisis en mi concepto artístico. Durante años vi el arte como autoconocimiento. Esas creencias que mantuve ahora noto que no me valen. Eso tampoco quiere decir que me tiente otra corriente en boga, que veo muy banales.

—¿Sabe que Saatchi hizo un Gran Hermano para artistas? ¿Qué opina?

—No conocía ese Gran Hermano, pero va muy en la línea de Saatchi, que es genial para el marketing, aunque luego lo que saca, como Hirst, no me atrae nada. Tampoco, aunque no es de su cuadra, Koons, porque son individuos que hacen obras distintas unas de otras y cuyo único hilo conductor es la firma. Con eso no quiero decir que sea obligatorio un estilo muy definido, sino que se note una manera de enfocar el mundo. Por ejemplo, si uno ve una película de Buñuel, sabe que es de él. Porque tienes unos cuantos pensamientos directrices en tu vida, unas cuantas conclusiones muy personales, y eso debe notarse en la obra, porque el arte sigue siendo un medio de comunicación que casi nunca juega con parámetros racionales, sino emocionales. Ver una estantería con pastillas y luego un tiburón embalsamado no tienen interés para mí, aunque como espectáculo, que ahora pega mucho, funcionan. Sobre todo dentro de una mercadotecnia que se lleva el gato al agua con todo.

—¿Exceso de mercantilismo?

—Me da la impresión, y mirando hacia épocas que te hacían observar un fenómeno buscando dónde iba a parar el beneficio final, de que debe de haber una serie de multinacionales del arte que lanzan las tendencias, lograr crear una especie de mercado, casi un coto exclusivo, en base a centros de arte contemporáneo que están totalmente, o casi, divorciados de lo que es el arte local de cada sitio. El arte supuestamente se hace con emociones, y desde un punto de vista cultural, y esa unanimidad en todo el planeta me mosquea. No es creíble. Y los centros de arte manejan presupuestos altísimos. Y ahora ya ni se adquieren obras, sino un proyecto para exhibir que, cuando acaba, desaparece. Es una fórmula magistral para que ese coto no se agote nunca.



Ramón Conde posa rodeado de sus últimas piezas en su estudio de Santiago de Compostela. // X. Álvarez