



NACHO RUIZ (Murcia, España 1972). Estudió Historia del Arte en Murcia, donde impartió clase entre 2001 y 2006, y Roma III, doctorándose en Murcia en 2001. Especialista en mercado del arte, ha publicado *ARCO, Arte y mercado en la España Democrática* (Ed. ARCO, Madrid) y *El sistema del Arte en Murcia* (Museo de la Ciudad, Murcia) así como numerosos artículos en prensa especializada. Ha colaborado con las revistas *Exit Express*, *Arconoticias*, *Microfisuras* y fue creador y director, junto a Carolina Parra, de la revista de arte *Cavecanem*. En la actualidad es columnista del diario español *La Verdad*. Junto a Parra creó en 2000 la galería T20, especializada en arte actual, presente en más de 60 ferias internacionales en la última década y editora, a su vez, de más de una veintena de publicaciones.

Su tarea, eminentemente galerística, se ha compaginado con la dirección de certámenes, como Hot Art Fair en Basilea (2006) y la codirección de La Mar de Artes, dentro de La Mar de Músicas (Cartagena), así como el comisariado de diversas exposiciones, como Videoarte español, en el Instituto Cervantes de Chicago.

LA OBRA DE ARTE COMO OBJETO DE INTERCAMBIO

PROCESOS Y ESTRUCTURAS DEL MERCADO DEL ARTE

NACHO RUIZ

LA OBRA DE ARTE COMO OBJETO DE INTERCAMBIO

La obra de arte como objeto de intercambio
Procesos y estructuras del mercado del arte

Portada: Fermín Jiménez Landa, "La guerra fría", instalación compuesta de helados con forma de Lenin, 2011.

Cortesía Valle Ortí.

Fotografía del autor: Roberto Ruiz

ISBN: 978-9929-8114-1-6

©Nacho Ruiz

©Valia Garzón Díaz, Coleccionismo y mercado de arte en Centroamérica. Asignaturas pendientes.

©Esta edición

El LibroVisor

Ediciones Alternativas del Centro Cultural de España en Guatemala

Centro Cultural de España en Guatemala

Vía 5, 1-23, 4 Grados Norte, zona 4

Ciudad de Guatemala

Tels. (502) 2385-9066 / 67 / 70

coordinacion.cultural@ccespana.com.gt

www.cceguatemala.org

Guatemala, diciembre de 2011



Todos los derechos reservados.



Diseño y edición: Magna Terra editores S.A.

5ª avenida 4-75 zona 2. Guatemala, C.A.

Teléfonos: (502) 238-0175 / 250-1031

Tel / fax: (502) 251-4298

Correo electrónico: magnaterra@hotmail.com

magnaterraeditores@yahoo.com

www.magnaterraeditores.com

NACHO RUIZ

**LA OBRA DE ARTE COMO
OBJETO DE INTERCAMBIO**

**PROCESOS Y ESTRUCTURAS
DEL MERCADO DEL ARTE**

A mi hijo Hugo

INTRODUCCIÓN

Corre el año 1987, Estados Unidos es omnipotente y la sociedad del bienestar en los países ricos apenas tiene amenazas aparentes aparte de las fluctuaciones del mercado provocadas sobre todo por el petróleo. El apocalipsis nuclear queda lejano por la distensión de las relaciones entre las dos superpotencias. Faltan cuatro años para la Guerra del Golfo y Oliver Stone fija el momento culminante del poder de Gordon Gekko en Wall Street bajo un cuadro expresionista abstracto en un despacho en el que los otros símbolos de poder –menores- son un teléfono celular de más de un kilo de peso y dos primitivos Macintosh color crema delante de un ventanal desde el que se ve, a sus pies, Manhattan. Desde las alturas, Gekko lanzaba su proclama.

—La avaricia es buena.

En los últimos 25 años Occidente ha vivido subidas y bajadas económicas, pero ninguna como la que ha culminado con las consecuencias de la filosofía de Gekko y los yuppies de los 80'. El 15 de septiembre de 2008, Lehman Brothers, los herederos de Robert Lehman, el filántropo que da nombre a un ala del Metropolitan, donante de algunas de las más bellas pinturas de la historia del arte, iniciaban la caída, a modo de dominó del sistema financiero mundial provocando la mayor crisis desde la Gran

Depresión. Millones de personas en todo el mundo sufrirán las consecuencias de esta codicia desmedida durante años.

El 4 de octubre de 2008, Christie's en Nueva York remataba *Desnudo, hojas verdes y busto* (1932) de Picasso por 106,4 millones de dólares (81 millones de euros), convirtiéndose así en el cuadro más caro jamás subastado y también en el Picasso más valioso. Los medios daban una amplia y superficial cobertura al suceso provocando una vez más la curiosidad, el interés e incluso el desdén de la sociedad ante un fenómeno que no es fácilmente comprensible. ¿Por qué el arte vale lo que vale? parece ser la pregunta universal en torno a este fenómeno que algunos consideran indisciplina de mercado. Y es que el mercado del arte no es sencillo, ya que se rige por patrones no siempre convergentes con las estructuras mercantiles del resto de productos. Sin embargo tiene una lógica, unos procesos y unas estrategias homologables que fijan el precio de las cosas, y que se basan en una máxima aplicable al resto de mercados: mayor información es igual a mayor rentabilidad.

Hay razones concretas para que ese picasso se vendiese en ese precio incluso en ese momento, pero es necesario conocer los mecanismos.

En julio de 2011 fui invitado a impartir un taller sobre mercado del arte en el Centro Cultural de España en Guatemala, una Introducción al Mercado del Arte. Durante una semana departí con mis alumnos sobre este tema que ha vertebrado mi vida profesional y descubrí dos cosas muy importantes: el desconocimiento sobre esta materia es tan grande

como la distorsión que los medios producen en su imagen y también que puede ser un tema fascinante no sólo para los profesionales. Acostumbrado a foros y conferencias, la acogida que me dieron fue emocionante y la inmensa curiosidad e interés tanto de artistas, directores de museos y críticos como de estudiantes me llevó a plantear la posibilidad de materializar este ensayo con el que pretendo fijar lo que allí se dijo y ampliar los contenidos de una manera manualística pero legible. Lo que en un principio parecía una tarea sencilla ha resultado ser un trabajo intenso y a la vez que gratificante, por el que tengo que agradecer tanto a Inmaculada Ballesteros como a Emiliano Valdés la oportunidad de publicar este libro. También a los asistentes de aquel taller que con sus preguntas inteligentes y su paciencia inquebrantable hicieron que me cuestionara algunos de los pilares que consideraba sólidos en mi conocimiento del mercado del arte.

Con base en el material elaborado para aquel taller y ampliado con las singularidades de los debates, la intención de este estudio es proponer un análisis artístico, económico y sociológico de la construcción de los valores artísticos, estudiar el papel de los diferentes agentes que participan en el sistema del arte, un retrato de las figuras, especialmente la del artista, personaje central y del galerista, difusor y promotor, sin olvidar al crítico, comisario, coleccionista y mucho menos a la institución como legitimadores. Partamos de que la mercancía que centra este sistema es extremadamente heterogénea, con valores seguros —el arte que en Francia se denomina *classe*—, y los valores inciertos del arte contemporáneo, pero siempre con la consideración de indivisibilidad, unicidad

y singularidad del objeto artístico. Todo sobre la base del juicio de la historia, aun cuando sea la más reciente, como cuando tratamos el periodo posterior al hundimiento del sistema bancario internacional como inicio de la crisis que acosa a las economías occidentales mientras se publica este libro.

En esa tónica, en este texto se reducirá sin pudor la obra de arte a objeto de intercambio. Este no es un libro de Historia del Arte, no es un libro de Arte, es un libro de Mercado del Arte. Cuando se aborden aspectos históricos o estéticos será como respaldo o interrogante a tesis de mercado.

Obras de arte que circulan en un mercado articulado por vendedores. En sentido etimológico del término, el vendedor tiene el monopolio y el precio de la obra es el resultado de la competencia entre un número limitado de compradores.¹ En esta tendencia, que viene marcada por las casas de subastas especialmente desde los años 50 del pasado siglo, se ha ido colando el arte contemporáneo, y posteriormente lo que denominamos arte actual o emergente, coleccionismo este último al que se accede por tres razones fundamentalmente: la búsqueda de una mayor plusvalía, el verdadero interés por la creación actual o el no estar suficientemente armado en el terreno financiero. Se ha de tener en cuenta que este arte último entra en la zona de incertidumbre, pendiente de la jerarquía de valores estéticos, susceptible de rectificaciones sucesivas, de investigaciones eruditas y de intereses de galeristas, frecuentemente en simbiosis con el museo y el experto.²

¹ Moulin, Raymonde, *L'artiste, l'institution et le marché*. París, 1997. Pág. 17.

² Recordemos que este es un proceso en el que ambos sectores tienen interés: el galerista buscando una revalorización económica para su inmovilizado, el museo un

A la hora de invertir, el conocimiento de la obra es el principal revalorizador de la misma. La reducción de las zonas de incertidumbre es el primer paso para un proceso que requiere capacidad de anticipación, intervención en tiempos cortos, acción concertada y elección precisa de los objetos. Dicho de otro modo; conocimiento, agilidad, disponibilidad y criterio.

aumento patrimonial que justifique la labor de los responsables que llevan a cabo tal o cual adquisición.

I. EL CONTEXTO

Sistema. (del latín *systema*, y este del gr. *συστημα*). M. conjunto de reglas o principios sobre una materia racionalmente entrelazados entre sí.- 2. Conjunto de cosas que relacionadas entre sí ordenadamente contribuyen a determinado objeto- 3 biol. Conjunto de órganos que intervienen en alguna de las principales funciones vegetativas- 4- ling. Conjunto estructurado de unidades relacionadas entre sí que se definen por oposición. P.ej., la lengua o los distintos componentes de la descripción lingüística.³

Cada Pequeña pieza del mecanismo debe funcionar bien; pero depende de muchos otros mecanismos. Si no funcionan bien tampoco estos, *todos nuestros esfuerzos servirán para bien poco*

Giorgio Rota.⁴

El 20 de mayo de 1996 Jean Baudrillard publicaba en el diario *Libération* un artículo bajo el título *Le complot de l'art*. En él mostraba su actitud desfavo-

³ En *Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua*, edición de 2001.

⁴ Economista turinés de tradición liberal democrática, impulsor de toda una corriente de estudio perpetuada hoy en el Comité Giorgio Rota de Estudios Económicos. Refinado coleccionista de arte, fue uno de los primeros economistas que afrontaron la relación arte-economía.

nable a la concepción actual de cultura, hablando del sistema del arte como una red perfectamente organizada, casi invencible, en la que, una vez se entra para atacarla, el intruso se convierte en parte de ella. Esta postura, junto a la más frecuente de servilismo, son comparsas para un sistema en el que, según él, el arte no tiene ya una función vital, ha perdido la trascendencia, la culminación de una fase de ejecución total, de visualización total, que ha alcanzado a occidente. En esta conspiración, todos son a la vez víctimas y cómplices.

Este es, ciertamente, uno de los puntos de vista más frecuentes a la hora de encarar el sistema del arte actual, o sistema del arte contemporáneo. Como veíamos en la definición, el término sistema ya tiene unas connotaciones que constriñen: en cierta forma, genera inquietud hablar del arte, teóricamente máxima expresión de libertad individual y colectiva, y sistema, en el que todo está jerarquizado, en el que los factores interactúan para generar la percepción que desde fuera se tiene del artista y del producto artístico. Es una visión del sistema que lo contempla como una organización madura, con una serie de claves crípticas e inaccesibles que mantienen las cosas como están o las hacen variar, movidas por intereses puramente neoliberales. Desde esta óptica, sistema sería una tapadera para mercado, la dignificación cultural de una actividad comercial.

La reflexión que abre este apartado proviene de uno de los más influyentes pensadores contemporáneos, y por lo tanto ha de ser tenida en cuenta al encabezar una corriente de opinión. Sin embargo, al convertirse el arte contemporáneo en un fenómeno mediático en la sociedad actual, los

foros de opinión se van ampliando y perdiendo, por llamarlo así, calidad intelectual,⁵ lo que plantea un escenario nuevo. El título de este capítulo resulta especialmente apropiado para el estudio de un fenómeno complejo y fascinante, que permite acercamientos fundamentalmente de dos tipos: el estudio pausado del fenómeno como reflejo de la sociedad capitalista en el mundo del arte, y frívolos, propiciados por los media como *por qué un picasso vale una auténtica fortuna, mientras un luis fernández, artista casi de la misma generación cuesta entre los 12.000 euros y los 120.000, o porqué una obra de Tápies, un artista vivo, puede llegar a costar más de un millón de dólares, cómo puede ser un goya más barato que Jasper Johns*⁶ y así infinidad de argumentos que podríamos denominar periodísticos, y que en los últimos años han provocado el nacimiento de un subgénero en la ensayística especializada, frecuentemente ejercido por periodistas que desconocen en profundidad el campo en que se mueven con un afán sensacionalista, de una frivolidad poco recomendable.⁷

⁵ Los movimientos casi bursátiles de las obras de los grandes maestros impresionistas llegan a ser portada en periódicos, las grandes exposiciones se difunden con medios de marketing idénticos al resto de productos. En 2002 ARTIUM, el centro de arte contemporáneo de Vitoria se anunciaba en las camisetas del equipo de fútbol de la localidad, el Alavés.

⁶ Estas preguntas corresponden a debates abiertos planteados por el informativo de la cadena privada Antena 3 con motivo de ARCO 02. Febrero de 2002.

⁷ Entre los muchos trabajos al respecto destaca el ensayo **Pardiñas, Rubén**, *Emancipació, de qué?.* Barcelona, 2001.

En realidad lo que se plantea con esta visión simplista del sistema del arte es si todo esto es casualidad, capricho o responde a una lógica, una fórmula buscada con ahínco, no cuestionándose si tiene que ver el valor económico con la calidad o el interés de una obra de arte, y sobre todo, qué o quién, y aún más importante, cómo, interviene en que las cosas sean así. Lógicamente se ha buscado una motivación puramente económica en lo que denominaremos sistema que es incorrecta, ya que los intereses no son únicos, van en distintas direcciones, como ya analizaremos.

Dejemos al margen la teoría conspiracionista de raigambre sensacionalista, en el que un nuevo personaje surgido en el siglo XX, el galerista, el intermediario, es demonizado. Durante años de estudio se aprende a valorar las obras de arte, el objeto, y se aprende también a valorar al artista, el sujeto creador, rodeado de un aura de misterio, casi de santidad, un personaje frecuentemente cercano al prototipo de lobo estepario, el Harry Haller de Hesse, un intruso en un mundo burgués y convencional. Hemos visto cómo el artista ha ido variando su situación social desde el Renacimiento, cuando nace el mito del artista con Miguel Ángel. En esa época, el duque de Milán escribía en una carta estar orgulloso por igual de Leonardo da Vinci, que por entonces estaba a su servicio, que de su palafrenero español, *que podía detener un caballo al galope sin mover los pies del sitio*.⁸ En la actualidad el artista goza de un prestigio social alto, se le reconoce en vida, y su trabajo es cotizado y buscado con ahínco, cuando hace un siglo artistas esenciales como Van Gogh

⁸ **AAVV**. *Colección Banco Central Hispano*. Madrid, 1987.

morían en la indigencia. Partimos por tanto, del hecho de que lo que denominamos y definimos en este capítulo *sistema del arte* se desarrolla en el siglo XX, y especialmente en el contexto posmoderno.⁹ Un contexto en el que el museo tiene múltiples caras, pero es con frecuencia considerado la culminación de un proyecto político en pro del bienestar público. La institución arte no es vista siempre desde un punto de vista negativo -como prueba la evolución de críticos del sistema como Juan Antonio Ramírez- con base en su superioridad moral.¹⁰

⁹ En este sentido, Poli incluye en su *Sistema dell'arte* la biennial de Venecia, y en el caso de los galeristas comienza con el siglo. En este estudio, desde una perspectiva hispana, se acotará este periodo.

¹⁰ *Sorprende que el sistema del arte pueda existir en un mundo tan brutal y despiadado como el que conocemos. Son notables la insolidaridad y la muy grande ceguera actual respecto a las consecuencias de muchas decisiones políticas y militares. Nadie en su sano juicio se fia gran cosa de los gobernantes, y las informaciones de prensa nos muestran periódicamente qué clase de gentuza gobierna en muchas grandes empresas. Los escándalos salpican a todas las instituciones, desde los ejércitos hasta la misma Iglesia Católica. Cayó el comunismo soviético hace más de una década, pero nada parece sostenerse con dignidad en el bloque de los vencedores, con la veda abierta para todo tipo de mafiosos, y con una casta política peligrosamente berlusconizada. El mundo del arte contemporáneo aparece, por contraste, como una entidad sólida y respetable. Es un conjunto de instituciones bien trabadas entre sí, con unas reglas del juego razonablemente consensuadas. Y lo que es más importante: respetadas. Puede que algunos sectores del público ignorante (y del especializado) critiquen con amargura a un artista, exposición o museo, por una y otra actuación, pero el hecho de que la institución-arte se mantenga incólume en medio de tantas tormentas demuestra, mejor que ninguna otra cosa, su fortaleza inexpugnable. Podría reflexionarse mucho más acerca de la*

A lo largo de la historia y especialmente desde el Renacimiento italiano y flamenco, la sistematización de la producción artística con base en el excedente de producción del artista y a la Kunstbedarf (demanda de arte) encontramos una serie de constantes que definen un mercado peculiar a la vista de los teóricos de la economía, de Ricardo a nuestros días.

En primer lugar recalcar la diferencia entre sistema y mercado, que más adelante se detalla. El interés por el mercado del arte no es fácilmente detectable en la tratadística, que frecuentemente afronta el tema con desdén: si vamos a los textos anteriores al siglo XX difícilmente encontramos alusiones a los vendedores de la obra, así como a los espacios en que estas transacciones tuvieron lugar, salvo en contadas excepciones que se estudian en el apartado correspondiente. Si recurrimos a los modernos diccionarios de arte contemporáneo¹¹ encontramos en ellos multitud de entradas referentes al mercado del arte, desde la definición de galería hasta los grandes nombres, como Castelli o Vollard. Esto

peculiaridad de un sistema como éste, tan poco definido de antemano: fabricar arte contemporáneo es promover lo no existente (todavía); nada parecido a lo que implica poner en circulación ropa confeccionada o automóviles, que son cosas ya conocidas, aunque aparezcan ahí también las inevitables innovaciones de temporada. Casi nada está, en principio, predeterminado en el sector arte, y por eso es mucho más milagrosa su supervivencia y proliferación. Podemos recuperar la vieja paradoja y reconocer que la fuerza del arte está en su debilidad: dimana de su indudable superioridad moral. Ramírez, Juan Antonio, "Idea: virtudes del mundo del arte" en Lápiz n 187-188, Pág. 120. Madrid, dic. 2002.

¹¹ Tomo como referencia *Arte del siglo XX*, editado por Oxford Complutense y bajo la coordinación de Ian Chilvers. Madrid, 2000.

muestra el cambio producido desde lo que denominamos mercado a lo que consideramos sistema, presentando estos dos términos diferencias que marcan dos contextos distintos pero profundamente relacionados, dependientes el uno del otro. Sin embargo nos centraremos en éste último, por lo que este trabajo no puede ser visto sólo desde la óptica de la Historia del Arte y de la Economía, ya que es necesario un punto de vista más abierto, multidisciplinar, que precisa de la Sociología. Asimismo es necesario estudiar la relación entre valor estético y económico y comprender todo el proceso como una interacción de diversos factores que componen el sistema. Desde una perspectiva simplista, se podría decir que el esquema es: producción, circulación, venta y revalorización cultural de las obras de arte, pero la situación es mucho más compleja.

No se aborda el tema desde la perspectiva reduccionista que supondría el uso de la palabra mercado, ya que limita y excluye un buen número de factores de importancia vital en el proceso, y en el contexto de lo que se ha dado en llamar Posmodernidad, fundamentalmente en los últimos 30 años el uso del término mercado sería afrontar sólo algunas de las múltiples caras del poliedro, estaríamos dejando de lado a toda una serie de actores que no se mueven sólo por dinero, obviaríamos el noble interés humanístico que mueve a una parte de los que inciden o participan directamente del juego propuesto, estaríamos incluso poniendo en duda el interés del artista por su trabajo en sí, ya que buscaría sólo en los aspectos económicos y finalmente, condicionamos lo que hoy se denomina *rentabilidad cultural*. Sabemos que no es exclusivamente así, que existen otras razones, desde las más loables al ansia de fama.

EL SISTEMA DEL ARTE Y EL MERCADO DEL ARTE

Il sistema dell'arte è formato in modo indissolubile da questi sei elementi: l'artista che crea (produttore), la galleria che distribuisce e promuove, il Museo che conserva, il critico che interpreta e traduce e la rivista d'arte ed i mass-media che informano e sacralizzano; se uno di questi elementi per qualche ragione si inceppa, il sistema salta

Francesco Poli¹²

El término sistema aplicado a este fenómeno no es nuevo. En 1972 ya lo utilizaba Lawrence Alloway en un artículo publicado en *Artforum*.¹³ Poco después fue retomado por Achille Bonito Oliva¹⁴ e inmediatamente por Francesco Poli también en 1975,¹⁵ que publicaba en 1999 una lúcida visión del fenómeno,¹⁶ siempre desde la óptica italiana, con las particularidades que esto conlleva. Aparte de la utilización del término sistema, se debe forzosamente citar a Raymonde Moulín, que en numerosos escritos ha

¹² El sistema del arte está formado de manera indisoluble por estos seis elementos: el artista que crea (productor), la galería que distribuye y promueve, el museo que conserva, el crítico que interpreta y traduce y la revista de arte y los mass-media que informan y sacralizan; si uno de estos elementos se atascan, el sistema salta, en *Collezionisti, comprate in galleria* en *Flash Gallerie* n 18, 1984. Pág. 3

¹³ **Alloway, Lawrence.**, *Network: the art world described as a system*, en *Artforum* n. 11, septiembre 1972, pp. 28-32

¹⁴ **Bonito Oliva, Achille**, *Arte e sistema dell'arte*, De Domizio, Roma, 1975.

¹⁵ **Poli, Francesco**, *Produzione artistica e mercato*, Einaudi, Turin 1975.

¹⁶ **Poli, Francesco**, *Il sistema dell'arte contemporanea*, Laterza, Roma 1999.

plasmado la realidad del mercado del arte francés. Moulín es uno de los puntales en el estudio del sistema —término que ella no utiliza— del arte contemporáneo.¹⁷ Ha trabajado largamente sobre la red internacional de galerías y la red internacional de instituciones culturales como base de toda la estructura. No en todas partes tan sugerente tema ha despertado el suficiente interés, y así vemos que en castellano la bibliografía es exigua, con aisladas excepciones en forma de artículos que valoran factores puntuales del sistema, rara vez la interacción de éstos.¹⁸ En los últimos años el paisaje va cambiando y los estudios sobre arte, mercado y sistema del arte proliferan de la misma manera que los mercados de habla hispana adquieren mayor presencia global.

Uno de los elementos inquietantes y largamente debatido como una de las cuestiones principales en este tema es la ya apuntada relación entre valor artístico y valor económico. Tradicionalmente se ha entendido al artista plástico como máxima

¹⁷ Comenzando por el fundamental *Le marché de la peinture en France*, Les Editions de Minuit, París 1967 y pasando por otros títulos importantes como *Le musée d'art contemporain et le marché*, en *Les Cahiers du Musée National d'Art Moderne*, número especial de *L'art contemporain et le musée*, Centro Pompidou, París, 1989, entre otros.

¹⁸ Algunos textos citados en el presente ensayo, firmados por Juan Antonio Ramírez o Rubén Pardiñas, así como los recientemente aparecidos de Paco Barragán, como *La economía del arte*, en *Descubrir el arte*, julio 2003, pp. 58-64, en que se analiza la poco fluida relación arte-empresa en España. El hecho de que existan estas publicaciones, que estos artículos vean la luz, no conlleva el que presenten interés, ya que frecuentemente el planteamiento a la hora de abordar la relación creación artística y dinero, es puramente periodístico.

expresión de libertad creativa, que lo situaría en la cima del sistema formalmente democrático actual, y como parte de este *status symbol* se ha encontrado frecuentemente ante la necesidad de dar una imagen de oposición al sistema y negar el aspecto comercial de su trabajo. Hoy se ha vencido este complejo de origen romántico y la imagen del artista no es ya la de las primeras vanguardias, fuertemente influenciadas en este y tantos otros aspectos por Baudelaire. Ya Warhol utilizó el dinero como elemento central de su trabajo,¹⁹ abriendo un camino que ha llevado a la eliminación de ciertos prejuicios sobre el particular, y que hoy confronta argumentos pragmatistas a la visión apocalíptica del sistema por parte de los críticos al sistema.

Este proceso varía ya en los 80 de forma irremediable. Por medio de la semilla de Bonito Oliva en Europa, verá la confirmación de su crisis con la vuelta a la pintura de la Transvanguardia —como reinención de la pintura tras la pujanza de las corrientes conceptuales— y los neoexpresionismos alemán y norteamericano, volviendo a la recuperación de las categorías tradicionales del arte, buscando el aura sobre la que teorizara Benjamin de la obra como *unicum* y abandonando las poéticas de la democratización del objeto artístico en los años 60; el arte múltiple.²⁰ A riesgo de caer en la verborrea posmoderna, se asiste durante los años 80 a una re-objetualización del arte, paralela a la transición del sistema artístico desde un capitalismo primitivo a un capitalismo acorde con su tiempo. A nadie

¹⁹ **Warhol, Andy**, *La filosofía di Andy Warhol*, Costa e Nolan, Génova 1983.

²⁰ **Curto, Alessio**, *Arte e mercato*, Trieste, 1985. Pág. 14.

escapa que este proceso tiene una lectura en clave de mercado.

Ante semejante panorama, asistimos a un extraño proceso de homologación que pone en duda los postulados de Taylor sobre producción y cambio: el objeto artístico es único, distinto en cada caso, pero debe ser —y fue— adaptado a un sistema de mercado. Estamos hablando de un producto para el que no existe el concepto *amortizar*, es decir, no es como un coche, que pasados tantos años ha cumplido lo que de él se esperaba, se ha amortizado, este factor no existe en las obras de arte, por lo que los economistas se encuentran ante un tema difícilmente catalogable.

Lo que entendemos por sistema del arte es un complejo entramado, frecuentemente conflictivo, compuesto de símbolos y mercancías, de actores, instituciones y organizaciones económicas.²¹ En una primera mirada, englobaríamos los elementos que plantea Poli, ya citados, sin embargo, existen otros factores dependiendo del país. La situación española, por ejemplo, aporta elementos singulares, como la sustitución de las Bienales, de Venecia, Lyon o Sao Paulo, por la centralidad de una feria comercial, como es ARCO.

El concepto *sistema del arte* va más allá del convencional esquema artista-sujeto productor, galerista-agente de cambio, coleccionista-receptor, y cuenta con profundas implicaciones políticas, sociales, económicas, estéticas y éticas. Estos factores reducen la tasa de incertidumbre en torno a nosotros, cumpliendo dos funciones básicas: la regulación de la actividad y la legitimación de unos respecto a

²¹ Santagata, *op.cit.* Pág. 45.

otros. Este sistema no es igual a otros sistemas que en una interpretación superficial pudieran parecer simétricos, como la música o la literatura, pese a compartir ciertos matices.²²

Partiendo de los postulados de Oliva, asentados por Poli, sistematizamos en factores el sistema del arte: artista (productor), galerista (distribuidor), coleccionista, mecenas, público (consumidor) y crítico (promotor). Una segunda opción es la evolución histórica del proceso, paralela a los estudios económicos, sociales y artísticos e inseparablemente unida a ellos.

En este primer apartado se analiza la circulación de la obra de arte desde su concepción, pasando por el galerista y el crítico hasta el coleccionista y el museo, valorando la acción de elementos como la revista y las ferias de arte como legitimadoras de la creación artística contemporánea. En un segundo bloque se analizará la interacción de los factores en el marco del mercado, matizando la visión abierta del sistema del arte, normativizado ya por críticos italianos y anglosajones pero aportando la óptica hispana.

²² Y en algunos casos cuestiones de la importancia de los derechos de autor. Sin embargo la complejidad del sistema del arte contemporáneo es mayor partiendo de la unicidad del producto y su singularidad a todas luces.

MERCADO, DESARROLLO HISTÓRICO

Mercado. 1 acep. F. Marche - It. Mercato. - In. Market. - A. Markt, Marktplatz. - P. Mercado, feira. - C. Mercat. - E. Halo, vendejo. (Etim. - Del It. *Mercatus*) m. Contratación pública, en paraje destinado al efecto y en días señalados. *En este pueblo se hará MERCADO el mes que viene.* / Sitio público destinado permanentemente, o en días señalados, para vender, comprar o permutar géneros o mercaderías. / Concurrencia de gente en un mercado. *El MERCADO se abarrotó.* / Privilegio para tener mercado. / Pueblo, ciudad o puerto de mucho comercio. *Londres es el primer MERCADO de Europa.* / ant. Negocio, contrato, obligación.²³

La historia suele ser como un naufragio en cuyos restos flotantes investigamos, buscamos el origen y razón de lo que somos, y por tanto es preciso apuntar que no tenemos noticias fiables de la inmensa mayoría de transacciones llevadas a cabo con anterioridad al siglo XIX. Desde el periodo helenístico tenemos noción de una circulación remunerada de la obra de arte con constantes en el desarrollo del mercado del arte, como la relación innegable del templo con el museo, ya que ambas instituciones retiran del mercado obras que por diversos factores son especialmente valoradas.²⁴ Encontramos a partir del siglo IV a.C. un flujo de obras en manos de particulares, destinadas al ámbito doméstico en todo el Mediterráneo oriental. En algunas ciudades, como Pérgamo, se dan colecciones sistemáticas con criterios de exaltación frecuentemente religiosa. Este

²³ En *Diccionario Enciclopédico Espasa*, de. 1992.

²⁴ **Hoog, Michel y Emmanuel:** *Le marché de l'art.* París, 1991. Pág. 5.

flujo varía y se desplaza hacia Roma a partir del siglo II a.C., con casos incluso de pillajes, como el ejemplo recurrente de Verres y su saqueo sistemático de los tesoros artísticos de Sicilia en 73 a.C. El creciente mercado artístico romano genera innumerables copias, más accesibles que los originales griegos, sentando el precedente de la multiplicidad de la obra de arte. Tenemos testimonios en Cicerón de la existencia de redes de mercado, con marchantes destacados y el precedente del *courtier*.²⁵ Es el momento en que nace la subasta, denominada *auctio* (de donde viene el término anglosajón *auction*) que se desarrollaba de forma sorprendentemente similar al procedimiento actual, incluyendo la convocatoria pública y la publicidad en folletos.

A lo largo de la Edad Media se restablecen las redes comerciales, afectadas por las invasiones bárbaras del siglo IV, que perduran en manos de judíos y sirios por todo el Mediterráneo. Asimismo las cruzadas representan un tránsito de obras de arte provenientes de medio Oriente y Estambul -saqueo de 1204-, fundamentalmente, tras los pillajes de los cruzados, lo que da lugar a colecciones que aún perduran, como el tesoro de San Marcos en Venecia. Tenemos incluso constancia de la existencia en el París de 1250 de un verdadero comercio de arte regido por normas escritas.²⁶

El Renacimiento saca nuevamente a la palestra el interés por la escultura antigua, lo que da lugar a

²⁵ *Ibidem* Pág. 7

²⁶ Documentado en *Le Livre des métiers* de Etienne Boileau, que ofrece un panorama preciso, mencionando las corporaciones de artesanos de lujo y los orfebres fabricantes de objetos sacros y profanos entre los vendedores de queso y de envases de barro y estaño. Estos *mercatores* son comerciantes que venden igualmente textiles que antigüedades.

un resurgir del mercado anticuario especialmente en Italia. Las esculturas de mármol que durante todo el Medievo eran fundidas en los hornos de cal romanos son ahora objetos ansiados por los coleccionistas del periodo humanístico. La nueva sistematización de las colecciones y los antecedentes de la *Wunderkammer* —cámara de las maravillas— son significativas en el momento en que nace el excedente de producción de los artistas y en consecuencia la aparición de un mercado con todos sus componentes, centrado en la figura del marchante, más allá de la transacción directa artista-comitente.

Este mercado ya sistematizado y boyante desplaza durante los siglos XVI y XVII gran parte de la producción artística de Italia y Flandes hacia España y Francia, manteniéndose el interés por la estatuaria clásica, lo que define las colecciones históricas ejemplificadas por los museos del Louvre y Prado. Un momento clave es la decapitación de Carlos I de Inglaterra en 1641, que dio lugar a la que se conoció como *Almoneda del siglo*.²⁷ La parte más importante del conjunto provenía de la antigua colección del duque de Mantua, lo que prueba la incesante circulación internacional de las piezas de mayor calidad que en este caso pasan de Italia a Inglaterra y posteriormente a España y Francia en menos de un siglo. Esta pujanza del mercado tiene como consecuencia el nacimiento de una próspera

²⁷ En 2002 tenía lugar una exposición en El Prado que bajo este nombre presentaba numerosa documentación sobre la venta, los agentes que en ella intervinieron y las obras conservadas en la actualidad en colecciones de todo el mundo, especialmente la madrileña, ya que Felipe IV fue el primer cliente —mediante sus embajadores— de esta venta.

industria que en el París de 1721 se centraba en el barrio de Saint Eustache y Saint Germain, como el caso de Gersaint, que llegó a editar un catálogo de la obra de Rembrandt, y que se comentará más adelante.

Hasta la edad moderna, los grandes artistas producían con un fin concreto, frecuentemente para un receptor predeterminado que comisionaba la obra, no existía la superproducción, como ocurría con los artesanos.²⁸ La Iglesia y los príncipes eran los casi únicos compradores hasta el auge de banqueros, profesionales, altos funcionarios y finalmente la burguesía. Con el auge de clases antaño menos pudientes ya desde el siglo XVII, la relación arte-dinero varía, generando esto nuevas tipologías, como los retratos de grupo holandeses, proliferando los denominados *cuadros de caballete*. Tras la quiebra definitiva de la situación con la Revolución Francesa, la administración, la nueva burguesía y el estado llano²⁹ entran a formar parte del juego, ante lo que el artista lógicamente reacciona con nuevas propuestas y actitudes. El intermediario, toma un papel nuevo, en el que la relación del artista con el que comisiona la obra, cada vez más anónimo y numeroso, ya no es imprescindible, y cada vez es menos frecuente desde entonces. Es un cambio radical de la situación.

²⁸ Esta superproducción generó, para muchos teóricos, un exceso de obras que da lugar al nacimiento del mercado del arte, decididamente internacional desde sus orígenes, como prueba la circulación de obras flamencas en Italia y viceversa.

²⁹ Fundamentalmente mediante de la nueva industria de grabados y litografías.

Existe por otra parte una constante en la historia del mercado del arte: las guerras, desamortizaciones, crisis económicas hacen cambiar de manos un número ingente de obras de arte con destino a los núcleos más fuertes económicamente, como a finales del siglo XIX eran Londres y París, produciendo una inflación de los mercados, generándose stocks en los almacenes de los intermediarios, aumentándose la oferta y descendiendo lógicamente los precios.³⁰ Se pierde en este movimiento la relación entre el propietario original, frecuentemente el comitente, y la obra de arte. Conforme se va ampliando la base de la pirámide —hay que pensar aquí en la nueva concepción del grabado y la litografía como obra de arte— de la oferta artística, surgen nuevos actores, no necesariamente ricos, que con esfuerzo y dedicación generan colecciones exquisitas, como el *Cousin Pons* de Balzac o el *Coleccionista de Estampas* de Daumier.

Pese a lo apuntado, no es fácil acotar en qué momento se rompe la relación directa entre artista y coleccionista. Tenemos noticias más o menos precisas del nacimiento de la figura del marchante en los Países Bajos en el siglo XV: en Italia conocemos en este sentido a Marco Dantini en Prato, marchante de prestigio internacional, Jacopo da Stara, proveedor

³⁰ Por citar un ejemplo cercano, la colección Thyssen posee un núcleo extraordinario de obras alemanas del primer tercio de siglo, adquiridas a excelentes precios por la situación política de la Alemania nazi y su consideración de arte degenerado. Las obras de Dix, Grosz, Kokoschka o Schwitters fueron enajenadas de los museos y sacadas al mercado de forma masiva. En la actualidad sería complicado reunir un conjunto como éste en un periodo de tiempo tan corto.

de las casas imperiales o el propio Pietro Aretino.³¹ Durante la Edad Moderna podemos considerar dos polos centrales en el mercado del arte: Flandes e Italia. En este segundo caso, ampliamente estudiado por Haskell, se va imponiendo una libertad no sólo creativa, también de circulación de obra que en el caso nórdico se convierte en una estandarización, en la creación de productos más o menos estereotipados, centrados en pequeñas escenas de género y bodegones: el artista cede ante la demanda de un mercado con un nivel económico determinado (obras en pequeño formato, accesibles a un amplio espectro de clases sociales) y un gusto estético definido y condicionado. Existe una oferta que varía en las cotizaciones: si la obra ha sido ejecutada directa y completamente por el maestro, tendrá un precio elevado al que sólo accederán grandes coleccionistas, mientras que si la ejecución, total o parcialmente depende de los miembros del taller, el precio será sensiblemente inferior, lo que la hará accesible a pequeños coleccionistas.³²

Es conveniente apuntar que, especialmente desde el siglo XII, las obras no se transmiten necesariamente a través del mercado, sino en sucesiones hereditarias. La importancia de este factor es tal que, por citar un ejemplo, las colecciones de los Museos del Louvre, Prado, Kunstorisches de Viena o Uffizi son

³¹ **Santagata**, *op.cit.* Pág.36.

³² Este tema, largamente tratado por Haskell en *Mecenati e pittori*, plantea una diferencia fundamental con el arte en la segunda mitad de siglo. Una notable cantidad de artistas del periodo actual son sólo responsables del proyecto, mientras la ejecución queda en manos de un taller, sin que esto represente un demérito para la obra en lo que a su cotización y consideración crítica respecta.

fruto de las sucesivas herencias de las casas reinantes a través del tiempo.

El mercado, ya desde el Renacimiento, se convierte en una de las vías hacia el éxito para un artista hasta el siglo XX, en el que como ya hemos visto, el creador matiza esta relación con el poder y con el sistema. Sin embargo, la compleja situación del arte desde la segunda guerra mundial hace que este esquema del mercado aplicado a la obra de arte, ya difícilmente normativizable de por sí, resulte demasiado estrecho para comprender la acción de las múltiples fuerzas, entre ellas políticas e institucionales, así como las posturas e intereses de los protagonistas. En el esquema de mercado no es posible contemplar estrategias de difusión cultural que tienen antecedentes en la labor de los galeristas parisinos de principio de siglo, pero que representan, en lo que se refiere a lo que denominaremos *primer mercado*, un mapa distinto. Este *primer mercado* se refiere a la relación natural entre los elementos que participan: artista y galerista, coleccionista y museo,³³ no teniendo en cuenta factores que sí podemos posicionar usando el más amplio y correcto término sistema, como lo que en este estudio, cuando aludimos al contemporáneo, se denomina legitimadores: ferias, revistas y media en general, el crítico y otros.

A lo largo de la historia existen fases en que la sociedad es especialmente proclive a participar del mercado artístico, lo que da lugar al florecimiento de éste en la Florencia del siglo XV, así como en los

³³ No interviniendo revendedores, cuando la obra pasa a sus manos y el artista no participa en la transacción por haberse vendido en el pasado, hablaremos de segundo mercado.

Países Bajos. Fases en que la adquisición de obras de arte es un objetivo primordial de las clases altas, como en la Roma del siglo I, competiciones de coleccionistas, como en la España del siglo XVII, la Francia de finales del siglo XVIII o la Inglaterra del XIX, hasta la *pictomanía* tanto europea como americana de los años 80 del pasado siglo XX. Siempre se repite un esquema de mercado local, nacional e internacional, todos ellos con dinámicas propias que buscan como complemento el aliciente cultural, que ha convertido las subastas de arte contemporáneo de otoño y primavera en Nueva York en auténticas exposiciones colectivas de primer nivel.³⁴

MERCADO DEL ARTE Y TEORÍA ECONÓMICA

Si contemplamos el término mercado como aquel fundado por los economistas fisiocráticos, (es decir, regido por las leyes de la oferta y la demanda,³⁵ basado en la remuneración de la empresa marginal, con un beneficio igual a la diferencia del costo de producción entre la empresa económica y la marginal) tendremos serios problemas para encuadrar el arte en esta concepción, a tenor de sus particularidades. De hecho, Fernand Braudel, uno de los más importantes estudiosos de los mercados comparados no incluye el cambio de obras de arte como mercado.³⁶

³⁴ Los galeristas y dealers internacionales consideran estas citas tan importantes como cualquier feria.

³⁵ **Lemme, Fabio**, *I fondi d'investimento in opere d'arte en I Mercati dell'arte, aspetti pubblici e privati*. Turín, 1990. Pág. 69.

³⁶ **Rossi, Guido**, *Il contro-mercato dell'arte en I Mercati dell'arte, aspetti pubblici e privati*. Turín, 1990. Pág. 79.

La cuestión es abordada ya por David Ricardo en 1817.³⁷ Parte de que el valor de un producto deriva del trabajo invertido en él. La complejidad que para Ricardo tenía el hecho de que el valor de la obra de arte deriva de su excepcionalidad más que del trabajo invertido, hizo que la excluyera de su análisis. En una siguiente fase, los economistas marginalistas, Menger, Walras y Jevons, enfocaron la cuestión desde un punto de vista distinto, basando la valoración de la mercancía sobre la cantidad de unidades disponibles en el mercado, lo que revalorizaba los objetos raros y escasos, entre ellos la obra de arte, pero siempre con la comparación y asimilación al resto de productos manufacturados. Esta valoración tuvo un disidente en Alfred Marshall, que consideró inviable esta comparación.³⁸ A partir de este punto los economistas se posicionan en dos extremos: por una parte, la aceptación de la obra de arte como otro producto perteneciente a la clase de bienes económicos, pero con ciertas matizaciones: William Grapp considera cuantificables económicamente los valores estéticos, como *utilidad estética marginal*;³⁹ incidiendo en los postulados de David Throsby; Pommerehne, Moulin, Hutter, Rouget, Mosetto, etc. Entre estos ejemplos debemos matizar que no siempre se alude a la obra de arte actual, y de hecho todos ellos consideran la antigüedad como un grado.

³⁷ **Ricardo, David**, *Principles of Political Economy and Taxation*, Londres, 1917. Sobre el particular existen diversos análisis, resultando especialmente clarificador el llevado a cabo por **Walter Santagata**. *Op.cit.*

³⁸ **Marshall, A.** *Principles of Economics*, Londres 1920.

³⁹ **Grapp, W.D.** *Pricing the Priceless. Arts, Artists and Economics*. New York, 1989.

Por otra, la consideración de la obra de arte como un producto al margen de las reglas de mercados, en casos como Rossi, Rouget y Sagot-Duvauroux, para los que las cualidades exclusivas y ocultas del objeto artístico, entrando en juego factores emocionales difíciles de cuantificar, así como características simbólicas. También cabe reseñar toda una teoría marxista que cuestiona esta valoración mercantilista de la obra de arte, como se verá en el apartado correspondiente.

En 1983 Guido Rossi negaba que se pudiera hablar de mercado artístico,⁴⁰ lo que llevó a una respuesta de Bonito Oliva con una de sus máximas célebres: *sí, es cierto que no existe un mercado del arte, pero existe el arte del mercado*, lo que fue considerado por Lemme como una negación que confirmaba la afirmación de Rossi.⁴¹ En este mercado particular la obra de arte no tiene un valor intrínseco, le viene aportado en la mayoría de casos por la atribución, por la firma del autor. En el caso del contemporáneo podemos hacer también una diferenciación respecto al denominado por los anticuarios *de alta época*, ya que el porcentaje de falsificaciones es sensiblemente inferior, y la categoría de anónimo es casi inapreciable.

El mercado del arte se construye sobre el principio de unicidad y originalidad de los bienes, distinguiéndose entre tres categorías en principio: obras de arte,⁴² objetos antiguos y objetos de colec-

⁴⁰ *Giornale dell'Arte*, 1983. N° 1.

⁴¹ *Op. Cit.* Pág.69.

⁴² Nuevamente haremos una subdivisión en arte antiguo y contemporáneo, así como en las piezas y artistas, desde emergentes hasta lo que en Francia se denomina *art classé*, refiriéndose a las grandes obras de artistas importantes, obras antiguas o modernas consideradas ya clásicos al haber entrado a formar parte del patrimonio histórico.

ción. Centrándonos en el mercado del arte, el precio constituye el paradigma.⁴³ Es un mercado no apto para cualquiera, se requiere ser iniciado, ya aún así el coleccionista o interesado no dispondrá nunca de toda la información debido a la reserva con que los diferentes agentes que intervienen en las transacciones las llevan a cabo.⁴⁴ Incluso en su vertiente institucional el mercado del arte guarda celosamente informaciones en algunos casos, como en Francia, en cuyos museos el precio pagado —con dinero público— por una obra no se da a conocer, por considerar la jurisprudencia francesa que esto constituiría un atentado a la vida privada del artista. Por otra parte existe una pátina de secretismo en los datos aportados por las galerías, dando frecuentemente la sensación de economía sumergida en la que es muy difícil evaluar la importancia y el volumen económico.

Esta excepcionalidad de la obra de arte hace necesarias grandes dosis de información para formar parte del juego. Partiendo de la atribución, de la que se debe estar muy seguro para evitar situaciones complicadas.⁴⁵ Esta duda sobre la atribución de la

⁴³ **Moulin, Raymonde**, *Le marché de l'art, mondialisation et nouvelles technologies*. París, 2000, Pág. 9.

⁴⁴ Recurriré frecuentemente al concepto de asimetría de la información para este tema.

⁴⁵ A parte del archiconocido *affaire Rembrandt* y las dudas existentes en torno a la atribución de *El hombre del casco dorado*, del Museo Dahlem, *El jinete polaco*, de la Frick Collection y *Filósofo en meditación del Louvre*, debidas a los estudios llevados a cabo por la Rembrandt Research Project, destaca el caso de *Olympos y Marsyas* de Poussin. Perteneciente a la familia Saint-Arroman, este cuadro, que todavía no había sido atribuido a Poussin, fue comprado por el Louvre por el precio de 2.200 francos. Atribuido posteriormente, fue recuperado tras un proceso legal por la familia Saint Arroman,

obra de arte aumenta el factor de incertidumbre asociado a la inestabilidad del medio a largo plazo de la jerarquía de valores estéticos. Las modas, la influencia de los nuevos valores estéticos contemporáneos, el progreso de la investigación especializada y los intereses de los marchantes. Por lo tanto el primer objetivo del coleccionista es frecuentemente la reducción de incertidumbre mediante la consulta de historiadores o conservadores de museos. Por tanto tenemos de una parte la oferta, teóricamente marcada por la rareza creciente, por otra parte los valores artísticos son objetivizados por el tiempo, por la historia y por el consenso social resultante de operaciones múltiples y sucesivas de selección y de ratificación. La distinción entre valores estables y valores inciertos no es ni clara ni definitiva, con una oferta elástica y voluble.

Pero si únicamente se tratase este gran mercado de obras museables, no se estaría abordando la cuestión de forma correcta. Existen otros segmentos más bajos, empezando por el arte figurativo convencional.⁴⁶ La percepción de este tipo de trabajo artístico varía con el paso del tiempo. Es un arte en el que las directrices las marca el consumidor, un arte amable y accesible sin información previa. En la actualidad esta creación de segunda categoría, próxima a lo artesanal, sigue siendo un negocio extraordinariamente boyante, pese a no tener ya el apoyo crítico. El apoyo institucional a esta línea conservadora llenó los museos de pintores que muy poco aportaban a la Historia del Arte y ofrecían mucho a un

subastándose en París el 13 de diciembre de 1988 por más de siete millones de francos.

⁴⁶ Que representa el mayor volumen de ventas con una diferencia inmensa de lo que puede llevar la etiqueta *fine art*.

público acrítico.⁴⁷ Estos trabajos en la actualidad se encuentran encerrados en mercados locales, con excepciones notables,⁴⁸ y en la normalmente no son homologados por el mundo del arte contemporáneo y su aparato institucional. Sólo aparecen en revistas en forma de publicidad, y nunca figuran en las listas de adquisiciones de las colecciones prestigiosas.⁴⁹ Digamos que esta línea de trabajo nace del consenso entre el productor, el distribuidor y los clientes, basándose el valor de la obra en su decorativismo, no en su posición histórica, un enfrentamiento entre lo local tradicional y la vanguardia internacional, tomándose partido por la primera opción, en que el riesgo es casi nulo. Por reducir esta cuestión a su esencia comercial, es la sumisión a la demanda en vez de fabricación de la demanda. Rotación rápida de stock contra capitalización de invendidos, técnicas ordinarias de marketing contra puesta en funcionamiento de una red de revalorización cultural,⁵⁰ por lo cual distinguiremos claramente en este trabajo entre galerías de figuración tradicional y galerías de arte contemporáneo.⁵¹ Estas galerías forman,

⁴⁷ En este sentido remito a los sucesivos catálogos del desaparecido MEAC.

⁴⁸ En España resulta llamativo el caso de Isabel Guerra, la monja pintora. Sus cuadros, ejecutados en una clave realista relamida, despiertan una expectación no comparable a la de grandes artistas internacionales, pese a constituir un atentado contra el buen gusto.

⁴⁹ En Francia existe el FNAC, Fonds national d'art contemporain que, impulsados por Malraux, tienen entre sus fines la adquisición de obra de artistas en dificultades mediante adquisiciones estatales. **Moulin, Raymonde**, *Le marché de l'art, mondialisation et nouvelles technologies*. Paris, 2000. Pág. 27.

⁵⁰ *Ibidem*. Pág. 28.

⁵¹ El término contemporáneo no se debe aplicar sistemáticamente

especialmente a partir de los años 70 redes en cada ciudad importante, estructurándose el sector del arte contemporáneo alrededor de un limitado grupo de galerías líderes que balizan el territorio artístico y fijan las tendencias dominantes, disponiendo de posibilidades de promoción internacional. Son los proveedores de las grandes colecciones. Es un mercado perfectamente normativizado, frente al anárquico segundo mercado, basado en la asimetría de información.

a los artistas vivos, sino a la producción artística posmoderna, aunque frecuentemente se utilice para toda creación artística posterior al nacimiento de Picasso, como en el sistema museístico español, ejemplificado en el MNCARS. En la actualidad, el fin de la visión teleológica de las vanguardias ha favorecido la sustitución del término contemporáneo por el de vanguardia. En tercer lugar tenemos la calificación más neutra y a la vez más correcta: actual.

LA OBRA DE ARTE COMO PRODUCTO FINANCIERO

Mediante los conceptos forjados por las teorías económicas, es posible entender los mecanismos del mercado del arte en una secuencia que pasa en primer lugar por la determinación del valor económico del bien artístico, en segundo lugar los principios fundamentales que rigen el funcionamiento del mercado, y finalmente la situación económica actual del mismo. Para analizar el valor, o mejor el precio de una obra de arte actual habrá que dividir el total en tres apartados: costes de producción, valor artístico y valor de cambio. Los costos de producción son el trabajo y el capital invertido en su ejecución, que acaba siendo el porcentaje menor, salvo en producciones costosas como la escultura monumental en mármol, en que el comitente frecuentemente pagaba aparte la piedra, encargada en las canteras, o en la actualidad la fotografía en gran formato y el vídeo. La naturaleza económica del bien artístico tiene estrecha vinculación en la actualidad con la teoría marxista que reconoció un carácter universal al valor-trabajo. Apunta Marx: *distinción hecha de los trabajos artísticos propiamente dichos, cuya naturaleza especial los excluye de nuestro estudio*⁵². El valor artístico es el que mayor importancia tiene en la cotización de la obra, pero pasa necesariamente por la consideración del tercer apartado, el valor de cambio, basado en la oferta y la demanda.

Es recurrente la comparación del mercado artístico con la bolsa. Esta última constituye un ámbito en el que oferta y demanda se reencuentran y se ajustan para lograr un precio representativo del estado del mercado.

⁵² Marx, Karl, *El Capital*, libro III, tomo II.

Sin embargo, y desde la esencia de ambos mercados, encontramos diferencias importantes, partiendo del hecho de que en la bolsa los títulos son sustituibles, mientras en el caso del mercado del arte, especialmente en los segmentos más altos, encontramos una total ausencia de homogeneidad. En el mercado del arte los actores son poco numerosos y el vendedor y comprador se encuentran en una situación de monopolio. Por otra parte, algunos autores marcan la diferencia entre estos dos mercados en lo relativo a la información: sobreabundancia en la bolsa, oscurantismo en el mercado del arte, regresando a lo que entendemos por asimetría de la información.⁵³

La rentabilidad del producto artístico es un tema que varía según el momento histórico. Los estudios más recientes, iniciados por Chanel en 1991 consisten en un índice de precios utilizando la técnica de variaciones llamadas hedonistas,⁵⁴ que dejan ver un desfase temporal. La bolsa se mueve con un retraso de un año aproximadamente respecto al mercado del arte, que a su vez recibe el influjo de las oscilaciones bursátiles.

⁵³ **Moulin, Raymonde**, *Le marché de l'art, mondialisation et nouvelles technologies*. París, 2000, Pág. 44.

⁵⁴ En una primera etapa, cada pintura es purgada del mayor número de características responsables de su singularidad, con el fin de obtener por construcción de pinturas de calidad equivalente, en que el precio se supone elimina en la medida de lo posible el efecto aleatorio. La segunda etapa consiste seguidamente en separar estos dos componentes residuales, lo que permite analizar el comportamiento de los precios de la obra a lo largo del tiempo. Esta definición aportada por Moulin es analizada en profundidad por Chanel. Este argumento es abordado asimismo tanto por Baumol como por Frey y Pommerehne, convirtiéndose en un lugar común en los estudios de arte y economía.

El recurrir a los datos de subastas es una forma parcial de valorar este proceso, pero es el único lugar en el que el vendedor aporta cifras más o menos auténticas. Así encontramos en el periodo 1985-2000 unas referencias en los índices, tanto de Christie's como en Sotheby's que permiten valorar la evolución de la obra de arte como inversión en un momento en que el arte ya constituye un sistema capitalista enormemente compacto. Desde 1985 el alza de precios no se da igual en los diferentes segmentos del mercado. La cifra de negocios de las grandes casas de subastas está marcada por un crecimiento sin precedentes, correspondiente a la explosión de la demanda sobre el mercado internacional y a la subida de precios exponencial a partir de 1987. Según el Sotheby's Art Index, el índice general pasó de un valor de 100 en 1975 a más de 1000 en 1989. En 1988 los índices se situaban en 1,525 para los impresionistas, 1,415 para artistas modernos y 1,342 para obras contemporáneas, contra 660 para telas de maestros antiguos y 536 para artistas europeos del siglo XIX.⁵⁵ Esto nos deja ver una relativa estabilidad del arte antiguo frente al moderno y contemporáneo. El crac bursátil de octubre de 1987, el de octubre de 1989, la Guerra del Golfo en 1990, el marasmo económico, y más directamente vinculado al mercado del arte, la retirada de compradores japoneses, contribuyeron a bajar la demanda de obras de arte. En el curso de la temporada 1990-1991, la cifra de negocio de Sotheby's disminuyó un 59%, Christie's un 49% y Hotel Drouot un 43%. A partir de 1997 la coyuntura

⁵⁵ El caso de la pintura norteamericana del siglo XIX, pese a las altas cotizaciones lo consideraremos un mercado local, dado el no tan alto interés por parte de coleccionistas e instituciones tanto japoneses como europeos.

fue favorable, con el excepcional crecimiento americano, la euforia bursátil ha sido referencial en la consolidación del arte clásico, con ejemplos como los precios pagados por *el Retrato del artista sin barba* de Van Gogh.⁵⁶ El arte contemporáneo ha mostrado una cierta vocación especulativa, con movimientos especialmente fuertes en los últimos diez años, respondiendo de forma distinta a los valores más consolidados y en idénticas circunstancias económicas internacionales. Volvemos aquí al tema de la incertidumbre, que produce una mayor plusvalía en tiempo muy corto, pero con el consecuente mayor riesgo.

¿QUÉ COMPRAR? LA SUGESTIÓN DEL ENTORNO

El conocimiento de la Historia del Arte nos aporta, desde el origen, unas constantes: la producción de un artista vivo no es necesariamente contemporánea, y que contemporáneo, aplicado al arte, no es todo el arte producido después de 1945 —ó 65. Asimismo, la percepción de lo contemporáneo varía dependiendo del lugar.

Por citar dos ejemplos, es frecuente encontrar personas que tras un viaje a París poseen pinturas de artistas callejeros de Montmartre. Estas pinturas, de poca calidad y nulo interés, están en la frontera de lo artesanal por una parte y de lo industrial por otra, pero el *artista-vendedor-promotor* parisino sugiere al comprador toda una serie de argumentos utilizados por el mercado real del arte, infundiendo

⁵⁶ **Moulin, Raymonde**, *Le marché de l'art, mondialisation et nouvelles technologies*. París, 2000, Pág. 48.

en el ánimo de este particular tipo de coleccionista poco informado la excitación de haber adquirido una posible y futura obra maestra. El entorno en el que se adquiere la obra —el Montmartre de los impresionistas— incide, pero también la sensación de adquirir a precio irrisorio una pintura figurativa que recuerda mucho —de hecho es una repetición de modelos, pero de baja calidad— a los grandes maestros de finales del XIX. Son adquisiciones que no tienen en cuenta los márgenes de incertidumbre de la obra, y que gracias a esto reportan una enorme satisfacción al comprador por una módica suma.

Si vamos a un panorama rigurosamente contemporáneo, esta sugestión del entorno es común a los grandes coleccionistas. El segundo ejemplo tiene lugar en octubre de 2002 durante la celebración en Turín de Artissima, la feria de arte contemporáneo, que ese año coincidía con una revisión de la Transvanguardia italiana en el cercano castillo de Rívoli. Dentro del programa de *major collectors* de esta feria, se organizó una visita guiada exclusiva a esta muestra que reunía decenas de las grandes pinturas de Palladino, Cuchi o Chia, en el espectacular entorno de esta fortaleza incompleta. Posteriormente visitaban el recinto ferial a la caza desmesurada de estos mismos artistas que habían visto en un entorno privilegiado. Las galerías sacaron inmediatamente de sus fondos las obras disponibles de estos autores, siendo Mimmo Palladino el artista más buscado en esta edición.

Estos grandes coleccionistas europeos y americanos conocían perfectamente la situación del mercado internacional, que desde la Guerra del Golfo había apartado a las grandes figuras italianas de los años

80, pero cedían a la sugestión del aparato y el entorno. No resultaba definitivo en este caso el armamento crítico del catálogo, ni la promoción estatal de un colectivo determinado, ni siquiera la moda: era el entorno el que marcaba este curioso fenómeno.

Paradójicamente tiene más sentido el primer caso del coleccionista poco informado que adquiere obra de estos nuevos impresionistas, ya que en el segundo caso al comprador se le supone un capital cognoscitivo que lo debiera hacer crítico frente al mercado, sin embargo ambos ejemplos dejan ver la ingenuidad que queda en este aparente mercado perfecto. A este efecto no existe una ruptura radical entre el mercado de cuasi-réplicas y el gran mercado internacional, el de las adquisiciones museísticas.

Todo lo descrito es sólo una parte de la compleja relación arte-dinero que se produce en las galerías de arte, tradicionalmente olvidadas por la historiografía artística, con base, quizá, en el complejo romántico de la pureza de la obra de arte, que al contacto con el dinero se ensuciaría. Sin embargo el artista, ahora y siempre, ha vivido de la venta de su producto, y su fama ha crecido mediante el mayor conocimiento de su trabajo. Este proceso se ha llevado a cabo desde la galería de arte durante todo el siglo XX, y es previsible que siga siendo así en adelante, siempre y cuando ésta sepa adaptarse a los cambios de un mercado que ya no será el mismo desde el 15 de septiembre 2008, cuando el inicio de la depresión económica global coincidió con la nueva era digital impulsada por las redes sociales.

Un factor esencial al abordar este tema es tomar conciencia de que no existe un único mercado global,

siendo muy distintos los contextos y las realidades del mercado norteamericano y el guatemalteco, como existen grandes diferencias entre el español y el suizo, por lo que intentaremos diversificar en la medida de lo posible las cuestiones planteadas. Para llevar a cabo esta tarea, ante nosotros tenemos un estudio con tres partes bien diferenciadas: una primera de reflexión sobre el hecho artístico, su múltiple consideración como corresponde a un objeto poliédrico, que en cada una de sus caras deja ver una faceta, analizando cada uno de los actores que participan en el proceso de su valoración. También abordaremos, siguiendo los postulados de Francesco Poli y Bonito Oliva, el concepto Sistema del Arte, un esquema muy sencillo que nos permite trascender y situar el mercado en un contexto más amplio en el que podemos valorar elementos no exclusivamente mercantiles. Finalmente trazaremos cartografías de una realidad, como ya apuntaba, diversa y dispersa, con especial atención a los contextos europeo y norteamericano con atención a los grandes fenómenos especulativos entre los que destaca Damián Hirst y sus planteamientos mercantiles y mediáticos.

SEGUNDO MERCADO

A la hora de valorar el mercado del arte tampoco podemos obviar la existencia de un funcionamiento paralelo al que se ha hecho alusión en lo referente al arte de siglos pasados, pero aplicable también al actual. Un mercado que no siempre se puede considerar subterráneo, pero que se mueve al margen de las tendencias contemporáneas por una parte y

de la relación directa con el artista por otra.⁵⁷ Este, una vez se desprende de la obra, pierde el control sobre ella y comienzan a intervenir una serie de revendedores. La lucha del artista es en la actualidad la recuperación de una parcela de poder perdida consistente en el cobro de porcentajes sobre obras revendidas, una vez que se normalizan los derechos de reproducción de sus obras, en detrimento de la evolución de los estudios de arte, que se encarecen por el pago de estos derechos.⁵⁸

Este segundo mercado genera un problema para el sistema: es un parásito perfectamente legal. Estas galerías revenden un producto que en su momento fue ya promocionado, pero ahora se juega con una plusvaía que, en sintonía con la evolución de precios durante los últimos 40 años será desproporcionada. En este juego no se aporta nada al arte, ni a la creación. Es un mercado que pese a funcionar como un mecanismo de especulación, comparte las ventajas de las galerías que sí generan riqueza en un sentido cultural. El sistema es sencillo: adquirir obras y *hacerlas dormir* durante años, o bien comprar piezas de artistas ya consolidados en condiciones ventajosas para revenderlas con un margen notable. En este juego no es necesario ningún compromiso, y frecuentemente es, demasiadas veces, manejado por empresarios completamente ajenos al arte.

⁵⁷ Este es un terreno que comparten galerías con anticuarios. Cada día es más frecuente encontrar obra de artistas contemporáneos en acontecimientos como FERIAARTE. Una vez que el artista se desprende de su obra, el control es casi imposible, por lo que, teniendo en cuenta las altas cotizaciones de algunos autores actuales representa un buen negocio.

⁵⁸ Esta postura ha sido defendida en España en numerosas ocasiones por Juan Antonio Ramírez.

POSTURAS CRÍTICAS FRENTE AL MERCADO DEL ARTE

Existe una percepción de la historia del arte francés, por parte de los teóricos marxistas, como origen de la fractura del arte a lo largo de la historia: la nación donde la histórica lucha de clases fue protagonista. La Francia que en el Medievo era centro del feudalismo, en el Renacimiento tierra de la monarquía centralizada, el país de Luis XIV que, mediante su propia revolución expulsaba el feudalismo e implantaba el dominio de la burguesía. En época capitalista se habría alterado la relación entre creación artística y vida social, y contaría con un momento fundamental en siglos XIX-principio del XX. Esta burguesía debía llevar acabo la histórica misión de difundir esta nueva percepción del arte, con el ejercicio de una posición de exclusivo dominio mundial. A partir de 1830 y especialmente de 1848 los teóricos marxistas hablan de un auténtico arte burgués.⁵⁹ En este momento, 1830, al capitalismo corresponde un distinto modo de creación espiritual y artística respecto a aquel propio de la sociedad feudal. La división del trabajo en las nuevas condiciones creadas abre un abismo entre producción espiritual y aquella material, y asigna a la creación artística un puesto particular que para algunos grupos y corrientes se convierte en un puesto extremista, haciendo del arte un campo lejano del proceso productivo y de la vida pública y social. En la esfera de la superestructura ideológica el arte se convierte en un campo de actividad que se libera en el espacio, y que por lo menos contempla la producción poética y pictórica, distanciándose de la vida económica y

⁵⁹ **Teige, Karel**, *Mercato dell'arte. L'arte tra capitalismo e rivoluzione*. Turín, 1972, Pág. 8.

gracias a esta distancia se desarrolla de manera original, casi autónoma y relativamente independiente de las condiciones materiales.⁶⁰

Siguiendo la máxima marxista *la producción capitalista es enemiga de partes de la producción intelectual, por ejemplo el arte figurativo y la poesía*⁶¹ se ha desarrollado toda una visión crítica del mercado del arte en la mayoría de teóricos, desde Engels o Lenin hasta Plejanov y su análisis sociológico. Es una concepción del sistema mercantilista como enemigo del arte. La pretensión de una cultura exclusivamente proletaria que rechaza cualquier compromiso con la cultura burguesa es el fin de este planteamiento. Por otra parte se da una visión más amplia en Trockij, que postula por una cultura proletaria mucho más abierta, de una auténtica cultura socialista entendida como cultura de una sociedad sin clases. En este punto surgen los postulados zdanovistas,⁶² y su

⁶⁰ Esta percepción, apuntada por Teige, tiene su origen en la Teoría de la Plusvalía de Marx, que afirma, *hasta que sea posible tomar la conexión entre producción espiritual y material y sobre todo indispensable percibir la producción material no como una categoría general, sino en su determinada forma histórica, por lo tanto, por ejemplo, al modo de producción capitalista corresponde un tipo de producción espiritual distinto que corresponde al modo de producción medieval. Si la misma producción material no es percibida en su específico aspecto histórico, resulta imposible pronunciar un juicio sobre determinadas creaciones espirituales correspondientes a esos materiales. De determinadas formas de producción material deriva en primer lugar una determinada articulación de la sociedad, y en segundo lugar una determinada relación del hombre con la naturaleza,*

⁶¹ **Marx, Karl**, *Teoría de la plusvalía*, I.

⁶² **Pacini, Gianlorenzo**, "Prefazione", en *Mercato dell'arte*. Turín, 1972. Pág.10.

pretensión de un arte realmente popular, inteligible para todos, con el que choca Teige y su reivindicación del derecho del artista a no ser comprendido por las masas. La liberación del arte es asunto central posteriormente en la primavera de Praga, propugnándose la independencia del arte de las dos dictaduras, la del mercado y la de la autoridad.

El problema surge de la interpretación dogmática de Marx, de la que escapan algunas visiones progresivas de la sociología del arte, como es el caso del citado Karel Teige. Su figura entronca con la tendencia de vanguardia de los años veinte y treinta, caracterizada por la unidad de la revolución social y de la innovación artística, que enlaza -en los escritos del propio Teige- con el romanticismo revolucionario de Charles Baudelaire, reacción voluntaria de aislamiento frente al público burgués, origen de los poetas malditos, germen de los movimientos de vanguardia e insuflados del espíritu de revuelta contra las convenciones sociales. Paradójicamente la burguesía interpreta las posturas de los artistas divergentes en una manera sorprendente, y los *vernissages* de extremistas escandalosos se convierten en el París de principios de siglo en punto de encuentro de gente distinguida. Existe a partir de este momento una postura radicalmente opuesta a esta percepción burguesa del arte moderno como un elemento *snob*, búsqueda descontextualizada de la exclusividad, del elemento de distinción ansiado por las clases altas en ambos lados del Atlántico.

Durante los años 60 y 70 se retomaron los textos de Antal, Hauser y Hadjinicolau buscando una suerte de encorsetamiento del arte como reflejo de las fuerzas económicas y políticas, en una tendencia

compartida por una parte importante del estamento académico.

Hoy no resulta necesariamente progresiva esta postura antimercado, en la que han basado parte de su trabajo críticos del sistema como Germano Celant, Hans Haacke o Ian Burn.⁶³ En España, esta postura ha sido enarbolada entre otros por el artista conceptual Isidoro Valcárcel Medina, uno de los personajes más críticos con el sistema, y que ha pagado con el ostracismo y el aislamiento institucional y de la crítica su postura.⁶⁴

Se debe, en cualquier caso, analizar otras posturas. Esta concepción negativa del sistema es tan antigua como la normativización de éste y se da en el nivel internacional. A partir de las contestaciones estudiantiles de mayo del 68 y la crisis social estadounidense provocada por la guerra de Vietnam, se puso en duda el sistema capitalista, lo que permitió ver una actitud antiburocracia que tuvo en el Situacionismo uno de sus mejores exponentes. En un clima enrarecido, el arte, la música o el cine mostraban la compleja situación. En *Zabriskie Point*, Antonioni (1970) nos mostraba el *Espíritu de la Época*, reflejado en la impotencia de la protagonista, que nada puede hacer tras la muerte de su novio a manos de la policía. Era un momento difícil que produjo brillantes y prometedoras reacciones de descontento que el tiempo ha dejado en historia, en pasado, en nostalgia.

⁶³ En estos, como en otros casos, se suele dar una asimilación del sistema al mercado, incluso una confusión entre ambos términos.

⁶⁴ Esta situación ha llegado al extremo de su exclusión en retrospectivas importantes del arte conceptual español, siendo una figura central.

La concepción espectacular de la sociedad, denunciada entre otros por Guy Debord generó una nueva fórmula ideológica del arte, tendente a la desmaterialización desde la semilla duchampiana. Este proceso, que tendrá estaciones -al modo de un viacrucis- en el minimalismo de Judd y Morris, en el Conceptual de Dibbets y Art&Language, en Herbert Marcuse (*La dimensión estética*, Verlag, 1977) y en Fluxus, abre una crisis, central en la posmodernidad, y facilita una apertura de horizontes sin comparación posible en la historia del arte. Como punto álgido, la Bienal de Venecia de 1972, en la que el arte resultó ser la expresión popular de desencanto, convirtiéndose el objeto artístico en medio de protesta.⁶⁵

EL CONTRA-MERCADO

Este concepto, utilizado por Guido Rossi⁶⁶ viene a diferenciar el mercado del arte de lo que comunmente conocemos como mercado, en sentido general. Rossi, que siempre se ha decantado por la negación de la importancia del valor económico de la obra frente a su —según él— único valor del arte: histórico y estético, plantea las carencias del mercado del arte respecto de otros mercados, pese al interés de los media en este tipo de operaciones.

En la base de esta tesis se encuentra el descomunal movimiento especulativo que tuvo lugar en el siglo XVII en torno a los tulipanes holandeses, que Van Gogh, en una carta a su hermano Theo comparaba con la subida de precios de la pintura antigua

⁶⁵ AAVV., *Historia de la Bienal de Venecia*. Venecia, 1995.

⁶⁶ *Op.cit.* pág 83.

a finales del XIX.⁶⁷ Estos mercados particularmente reducidos y originales son denominados por Alan Everit *private market*, al regirse por normas no especialmente claras. Mercados en los que rige la ley del más fuerte, amparada en la unicidad y rareza de los productos a la venta y presto a la manipulación. Este fenómeno, aplicado al arte, tiene como caldo de cultivo la multidireccionalidad de los criterios estéticos que, según el momento auspician la ascensión de un producto concreto, en una tendencia que ya analizara Haskell en su monumental *Mecenati e Pittori: la moda manda*. La mistificación sería, por tanto, el canon hermenéutico principal de estos valores de cambio.⁶⁸

Esta indisciplina de mercado ha generado escandalosas relaciones entre distintos elementos del sistema para fortalecer precios, especular y estafar. Célebre es el caso Berenson-Duveen, en el que el experto se prestaba a peritajes y expertizaciones más que dudosas con un lucrativo negocio para ambos como telón de fondo. Rossi apostilla su tesis con un balance económico que demuestra que el total de operaciones llevadas a cabo en un año en el mercado artístico⁶⁹ equivaldría a un día de trabajo en Wall Street.

⁶⁷ **Vah Gogh, Vincent**, *Cartas a Theo*, Madrid, 1980.

⁶⁸ **Rossi, Guido**. *Op.cit.* Pág. 80.

⁶⁹ Se refiere fundamentalmente a subastas, pero matizando que éste podría ser un 10% de las operaciones reales. Aún así es una cantidad mínima en comparación con los movimienteos bursátiles.

II. FASE INICIAL: EL PROCESO CREATIVO

EL ARTISTA

El ser humano es producto de su tiempo, y en cada tiempo existen unas pautas de comportamiento a todos los niveles. Estas pautas vienen marcadas por liderazgos culturales ejercidos generalmente por naciones predominantes en cada momento: Grecia, Roma, España, Francia, Estados Unidos... Estos líderes culturales imponen modelos a seguir, repetidos a lo largo de la historia, hasta la actualidad, en que el artista, el genio poseído del soplo divino, del raptó del que Sócrates hablaba en el *Ion* platónico, es un modelo, un patrón de la contemporaneidad. En los elementos que el *stablishment* utiliza para normativizar comportamientos, como las revistas, televisión o internet, encontramos al artista en lo más alto de una pirámide del buen gusto, de lo avanzado y cosmopolita. El artista a lo largo de la historia ha representado diversos roles en este juego.

En un proceso que comienza en la Edad Media, el artista se convierte en un personaje socialmente único: al margen de su origen, status, capital o capacidad física, pasa a ser *familiaris* en la casa real: *pars corporis regis*. Una situación que premiaba la excepcionalidad de su trabajo, y le permitía una libertad creativa al margen de las cuestiones salariales, así

como una posición social privilegiada. El artista se diferencia del artesano, y pasa de pertenecer a las artes mecánicas a ser exponente de las artes liberales: de ejecutor y vendedor a inventor e ingeniero. Este proceso, descrito ya por Cenino Cenini,⁷⁰ culmina con la consideración del trabajo artístico como don divino, para el cual la remuneración económica no es sino una anécdota. Esta remuneración era de muy diverso tipo ya en el siglo XII: desde el cuidado y atención al artista, pasando por un salario semanal o mensual y hasta el encargo por parte de una corporación o persona física a un artista, pagado bien en metálico bien en especie. Téngase en cuenta que esta remuneración no está regida aún por reglas de mercado, y depende en un buen número de los casos de la magnificencia del comitente.⁷¹

El artista ha estado sujeto desde la antigüedad a la mediación o encargo por parte de distintas figuras: el monarca, el clero, la nobleza, las instituciones y un público llano que accedía a obras menores.

La consideración y estima del trabajo artístico dependen en buena medida, ya desde Giotto, de lo que se ha dado en llamar el *genio del artista*. El talento del creador, dependiente directamente de la

⁷⁰ **Cenini, Cenino.** *El libro del Arte*, Madrid, 1988.

⁷¹ En este sentido **Martin Wackernagel** en *El medio artístico en la Florencia del Renacimiento, obras, comitentes, talleres y mercado*, Madrid, 1997, aporta información interesante de la diferencia de emolumentos percibidos por artistas de similar status. Cita la *Visión de San Bernardo*, por la que Fra Bartolomeo había pretendido 200 florines, recibiendo finalmente 100, mientras Filippino recibía 2000 en Roma por la decoración de la capilla Caraffa. Estas desigualdades se daban también en el cambio de ciudades y estados sobre una idéntica obra del mismo artista.

sabiduría divina que lo privilegia, genera personajes legendarios, equiparables en el imaginario colectivo a los grandes *condottieri* y generales, héroes militares frente a otro tipo de héroe que confiere a las cortes italianas un prestigio distinto, generando auténticas embajadas culturales en los viajes de Simone Martini a Nápoles, Botticelli, Perugino, Pinturichio,⁷² Rafael, Miguel Ángel a Roma, Leonardo a Milán y posteriormente a Francia.

Ya en el Renacimiento, el artista muestra dos posiciones frente al comitente: el artista de corte, que sigue el patrón tradicional (Pantoja de la Cruz y Sánchez Coello son dos buenos ejemplos en España) y otro modelo, con precedente en los *comancini* medievales, que alterna su trabajo, haciéndolo en la medida de lo posible independiente, lo que lo lleva a trabajar para distintas cortes o mecenas, como ejemplo, Taddeo Zuccari en El Escorial o El Greco en Toledo. Este proceso de autonomía del artista continúa en los siglos XVII y XVIII con ejemplos como Rúbens, Poussin o Van Dyck, frente al modelo cortesano de Velázquez.

En el XVIII veneciano los artistas fueron algo más que productores, también intermediarios de las operaciones gracias a la afluencia de turistas deseosos de comprar obra y a la situación de las clases altas venecianas. El artista, como en el caso de Guardi y Canaletto, creó un precedente de las galerías de arte, ya que vendían en talleres abiertos al público sus propias y célebres *vedutte*. Incluso emitían certificados de autenticidad no sólo de sus obras —*fede-*

⁷² Responsables de la decoración de la capilla sixtina por deseo de la casa Medici, que con esto mostraban la magnificencia de su corte.

prestándose también al peritaje y expertización de otros maestros. En estas funciones, con el paso del tiempo, el artista será relegado por el marchante, el galerista, el historiador y las casas de subastas en el aspecto comercial.

Al margen de la particular situación veneciana, los modelos vinculados al funcionamiento de las cortes y los grandes mecenas (nobleza y clero), con el avance de la burguesía, tiene un punto de inflexión en la Revolución Francesa. El artista sigue la evolución de la sociedad y su trabajo se atomiza, como crecen los posibles y nuevos comitentes burgueses que desbancan a la iglesia y la monarquía en las comisiones artísticas. Este proceso, que culmina con la teórica libertad creativa del artista, genera una postura ya en el siglo XX claramente anti-económica, en la que el producto artístico, como objeto simbólico, debía negar cualquier aspecto comercial. Surge un artista de estirpe romántica que tiene sus hitos en Van Gogh y en los héroes de las primeras vanguardias, como personajes marginales, acreedores de un inmenso capital artístico en su acepción simbólica, pero pobres de solemnidad en lo material. En la segunda posguerra, las cosas cambian nuevamente al ritmo de una sociedad en la que el capitalismo ha alcanzado una madurez que lo hace ya para el resto del siglo indestructible o difícilmente modificable. El artista reivindica una nueva posición social, lo que conlleva también una distinta consideración económica de su trabajo; no es siempre ya un objeto material regido por consideraciones estéticas deudoras de conceptos como belleza.

Esta evolución del artista hacia la máxima libertad creativa corre paralela al debilitamiento de

sistemas de mecenazgo: el peso del comitente es más suave, la obra, partiendo del sujeto, es más libre. Sin embargo la incidencia de las tendencias en el mercado es lógicamente enorme, como prueban las distintas valoraciones críticas de la pintura contemporánea.

En los últimos años el artista, pero especialmente el pintor, ha pasado por todas las situaciones posibles. Al igual que el viejo continente, la pintura, ha transitado por la gloria y el fracaso: considerada agotada ya en los 70', era retomada en los 80', y continuaba sus subidas y bajadas como si la crítica se rigiera por índices bursátiles. La concepción del cuadro como mesa de laboratorio en que experimentar fórmulas de vanguardia fue una constante en el pasado siglo XX. Esta estrategia, cuando era la única perseguida por el artista, llevaba a trabajos fríos, sin alma. La transgresión mediante el gesto, con todos los tintes políticos que esto conllevaba en la segunda posguerra frente al realismo soviético, generó trabajos puramente formales cuando no existía un planteamiento vital acorde, una entrega total, como en el caso de Pollock. Entre estos dos polos se movieron de forma hábil los artistas alemanes de posguerra, extrayendo de cada parte los pilares sobre los que sustentar su trabajo. Sin embargo su trabajo se basa en la continua exploración del exterior y del interior, y desde el conocimiento de que la raída muerte de la pintura ha convertido al pintor en una especie de *replicante* que, perseguido por los *Blade Runner* de la posmodernidad, convierte su proceso creativo en proceso ideológico: el pintor que ejecuta sus cuadros como plasmación ideológica de una postura radical.

Este discurso del medio -un tanto banal- en el que el interés por la fotografía descarta la pintura y a la inversa es una de las taras que, con sorprendente orgullo, arrastra buena parte de la crítica, condicionada y cobarde, perdida en la forma y despreocupada del fondo, con la lógica consecuencia en el mercado.

Actualmente, la libertad creativa del artista es un tema controvertido. El tradicional mecenas se ha visto sustituido por instituciones que en cierta forma limitan en algunos aspectos y potencian en otros su independencia. Tras la ruptura de los tabús, el enfrentamiento con el cuerpo y posteriormente con el sexo, el artista se encuentra en una posición que sólo se ve vulnerada por la propia limitación de una parte y la voluntad de una nueva figura, el comisario, que llega a ser considerado una suerte de *metaartista*, para un nuevo fenómeno: la exposición institucional, fruto del desarrollo de nuevas estrategias culturales en el siglo XX.

El arte en la era de internet, de la televisión, de los viajes pagados a plazos y tantas otras comodidades, no puede ser complaciente, porque en su esencia se encuentra la contemplación directa de la realidad, cualquiera que sea la acepción que queramos dar a este término, tan raído como el propio diccionario. El arte no es nunca imparcial, cuando es arte. No nos dejemos engañar: Tiziano no es imparcial, no lo es Velázquez, y en el caso de Goya... Incluso cuando aparentemente no existe una proclama política, tan visible en David, existe un compromiso ético con su tiempo, o como en el caso de Poussin, con un tiempo pasado, con la Arcadia, o en el caso de Rembrandt con la verdad. En los momentos más crueles de la Europa contemporánea, en la Alema-

nia Nazi se perpetraban los más ostentosos cuadros grandilocuentes, decorados que ocultaban la realidad: guerra, muerte, destrucción. En la Francia postrevolucionaria, los *pompier* desnudaban ninfas sobre olas del mar, telón que ocultaba la irremisible pérdida de un mundo caduco.

Hoy, el artista a caballo entre dos siglos debe afrontar, con una actitud de combate, problemas de difícil solución: los límites del lenguaje, la búsqueda de maneras inéditas de narrar, etc. Las imágenes de lo cotidiano son un flujo continuo, un río que no se detiene jamás, y del que el artista extrae, seleccionando, después uniendo en otra realidad, ya muy distinta de la original, aunque ésta se presente como mimética: mediante la apropiación de estas imágenes de consumo. Especialmente desde el 11-S, la entrada de lo informe y desarmónico es una realidad en nuestras vidas: una nueva visión de la naturaleza que tiene mucho que ver con la óptica romántica, “representante genuino del ansia”.⁷³ El Romanticismo propuso incluso un prototipo de héroe moderno distinto: Hamlet, encerrado en su propio entendimiento. El arte de hoy, por contra, no puede permanecer ensimismado, al margen de esta realidad, de hecho el nuevo arte aceptó a partir de Hegel la fealdad como categoría descriptiva.⁷⁴

Jung habla de un código penal de la estética, en que lo feo ocupa el primer lugar.⁷⁵ Y este es el planteamiento que siguió la Alemania nazi para

⁷³ **Argullol, Rafael**, *La atracción del abismo. Un itinerario por el paisaje romántico*. Barcelona, 1983, Pág. 46.

⁷⁴ **Salmerón, Miguel**, “Antecedentes teóricos”, en *Estética de lo feo*. Madrid, 1992. Pág. 18.

⁷⁵ **Salmerón, Miguel**, *op.cit.* Pág. 20

justificar su condena a lo que ellos denominaron *Arte degenerado*. El arte oficial nazi, que servía para encubrir con *columnas clásicas*⁷⁶ los horrores de su realidad, se basaba en los cánones clásicos, anatemiizando la fealdad del arte producido en tiempos de la República de Weimar en la exposición de Munich de 1937. Esta postura hipócrita ha sido descartada: incluso el delito, la agresión o el crimen pueden devenir estéticos y buen ejemplo de ello son Chris Burden, Ana Mendieta o Ron Mueck.

Quizá por eso el espectador se encuentra frecuentemente ante la obra de arte bajo la más absoluta indiferencia emotiva.⁷⁷ En esta desorientación tienen mucho que ver los medios de comunicación de masas, responsables de la desvirtuación de la figura del creador contemporáneo, y el ansiado cripticismo del artista, que ejerce su derecho a no ser comprendido.

⁷⁶ Adorno, Theodor, *Teoría estética*, Madrid, 1971. Pág. 71.

⁷⁷ Spada, Sabino, "Perso per perso, meglio perverso", en *Tema Celeste*, enero / febrero de 2000. Pág. 141.

EL PROCESO CREATIVO EN EL MARCO DEL SISTEMA. FÓRMULAS DE TRABAJO

El artista como parte del sistema se mueve en dos campos, el institucional y el privado. En lo que respecta a las galerías, el artista tiene ante sí dos opciones: la venta a través de canales integrados en el sistema: galerías e instituciones o la autopromoción y venta. Esta segunda reporta la cantidad total de la obra vendida al artista, pero cierra el cauce oficial de promoción, por lo que el artista se recluye en el ámbito local⁷⁸ y generalmente en una obra conservadora. Esta reclusión no viene dada necesariamente por el rechazo de la crítica al artista, sino como una opción personal basada muchas veces en razones de tipo material. La primera es el objeto de este apartado. Como hemos visto en el apartado anterior, también se da la negación al sistema, la autoexclusión.

El artista trabaja mediante dos factores: la realización material y su bagaje cultural, cognoscitivo o emocional. A partir de este momento, existen dos fases: introducción y gestación de la idea y materialización de esta idea en una obra. Entre una fase y otra se encuentra la disponibilidad de medios para llevar a cabo la obra. Partiendo de la superación del modelo tradicional de artista, pintor y escultor, en la actualidad el arte se extiende a infinidad de medios, muchos de ellos costosos, lo que resulta un condicionante fuerte, por ejemplo, en el caso de fotografía en gran formato, instalaciones, ambientes y vídeo-creación. Estas obras requieren una producción que

⁷⁸ Estas figuras locales, que alcanzan cotizaciones elevadas en su lugar de origen, son prácticamente desconocidas a nivel nacional.

ya desde los 90 constituye un capítulo especial en el valor de mercado, que queda reflejado en el acuerdo entre artista y galerista.⁷⁹

Cuando se da el trabajo conjunto entre galerista y artista, el control sobre la obra es mayor, limitándose o controlándose frecuentemente situaciones como el pago en especie, es decir la retribución por parte del artista de servicios profesionales o bien de material, lo que genera desconcierto en el mercado al aflorar estas piezas. Un caso ejemplar es Picasso, que pagaba a los que trabajaban para él, como su barbero, en obra. Tras su muerte, el barbero instituyó un museo en su pueblo, la pequeña localidad de Lozoya de Buitrago, cercana a Madrid, en un ejemplo de generosidad característica de un tipo de coleccionista que se analizará más adelante.⁸⁰

La galería suele limitar, o al menos controlar una práctica que en el caso del artista que renuncia a este cauce, es habitual. La relación con la galería se estipula de varias formas: en primer lugar, la relación libre y abierta de un artista que no está unido por contrato —entiéndase verbal o escrito— con una galería, el contrato en exclusiva por un periodo de tiempo determinado o indeterminado, contratos territoriales —una galería representa la obra de un artista en Madrid y otra en Barcelona— y una serie de contratos denominados coloquialmente *leoninos*, en los que un artista frecuentemente joven cede a

⁷⁹ La producción corre a cargo del propio artista, del galerista o frecuentemente de una institución que suele percibir algo a cambio, como una copia en una edición de tres fotografías.

⁸⁰ **AAVV**. *El Museo Picasso de Buitrago de Lozoya*. Madrid, 1991-

condiciones poco escrupulosas por marchantes y galeristas. Estas modalidades dependen a su vez de otras dos: el pago fijo de una cantidad estipulada o el tanto por ciento de la obra vendida.⁸¹

Por lo que respecta a su status en el sistema y su posicionamiento en el mercado, no se puede generalizar y hablar de consolidación de un artista, habida cuenta de que esto representa para cada uno una cosa distinta, pero sí existen unas constantes que se materializan mediante otros elementos del sistema, fundamentalmente institucionales: por ejemplo, el éxito para un artista italiano puede ser una exposición en el Castello di Rivoli, en Turín, algo que para un artista norteamericano⁸² no es tan definitivo. Este éxito se presenta en momentos distintos de cada carrera, en ocasiones con ascensiones rápidas, en otras como conclusión de un trabajo meditado, larvado y fruto de una larga carrera. Finalmente un tercer caso especialmente apreciado por el sistema del arte en su vertiente más especulativa: el éxito *pos mortem*, en el que los beneficiarios son los legatarios de la obra, frecuentemente su familia.

El artista, como se apuntaba, es normalmente un producto de su época, y así es recibido en cada momento. En el panorama contemporáneo ya no es

⁸¹ Aunque en este aspecto resulta inapropiado generalizar, en España prima el tanto por ciento, con excepciones como la galería Luis Adelantado, que trabaja trámite las dos fórmulas.

⁸² Un elemento de comparación puede ser la cotización de un artista americano como Mathew Barney, a partir de los 10.000 dólares frente a los 1.500 del europeo Juan Muñoz, como figura en el catálogo de la subasta Christie's de arte contemporáneo celebrada en octubre de 2001 en Nueva York.

necesaria una postura ascética y marginal, que en un momento dado resultó ser el elemento fundamental para crear la leyenda de personas aisladas como Morandi, recluso en una producción casi monacal de pequeños bodegones. En la actualidad tampoco resulta válido el artista de estirpe baudeleriana, un creador puro volcado en una imagen romántica en la que la ausencia purificaba las posibles influencias externas, facilitando al artista no sólo una imagen bohemia, también la posibilidad de innovar aparentemente sin referencias.

El componente estratégico del comportamiento social de un artista es hoy una de las bases de su inserción en el sistema. El arte contemporáneo, desde el punto de vista del crítico y del espectador en general, admite propuestas tan radicalmente distintas como las que en la bienal de Venecia de 2001 enfrentó —la palabra ha sido escogida cuidadosamente— en el pabellón español comisariado por Estrella de Diego a un artista volcado a un proceso íntimo estrechamente ligado a la mística como Javier Pérez y a Ana Laura Aláez, que basa su trabajo en una continua fiesta nocturna. Una muestra colectiva presenta distintas propuestas que permiten el *confronto*, pero en aquellas en las que se encaran dos propuestas, las virtudes de uno evidencian los defectos del otro. La principal conclusión podría ser la apertura de una situación en la que no es necesaria la adscripción a una tendencia o a una forma de actuar y en definitiva vivir: Los tiempos en los que Greenberg sancionaba en Nueva York la validez de un grupo concreto han pasado. Hoy, de cara a su promoción, resulta en cambio fundamental el contacto del artista con el curator, como fundamentales resultan sus relaciones dentro del sistema.

Sin embargo esta no es una condición sine qua non en la creación de los últimos años, y las posturas divergentes tienen un profundo sentido. El 28 de julio de 1957 se reunían en Cosio d'Arrosia, en Liguria, los delegados de tres movimientos artísticos europeos: Michéle Bernstein y Guy Debord de la Internazionale Lettrista parisina; Ralph Rumney del Comité Psicogeográfico de Londres; Asger Jorn, Giuseppe Pinot Gallizio, Walter Olmo, Piero Simondo y Elena Verrone del Movimiento Internacional por una Bauhaus Imaginista de Alba.⁸³ De estos encuentros nacía la Internacional Situacionista, *comité organizativo y de combate por un arte y un pensamiento político-filosófico libre e independiente de las super estructuras de la cultura burguesa de derecha y de izquierda*.⁸⁴ En la base de este movimiento se encuentra *La sociedad del Espectáculo*, de Guy Debord, manifiesto generacional y contracultural de efectos importantes para el sistema del arte. Se proponía con esta iniciativa una respuesta al sistema en todos sus frentes, también en el artístico, en el que el miembro del grupo Cobra, Asger Jorn, marcó los componentes estéticos. Se propugnó, en una iniciativa sin precedentes, una acción colectiva contra el capital, en la que se definía un tipo de artista para una sociedad sin clases, apartado de la lucha por las comodidades materiales. Este movimiento, que culminó con los sucesos parisinos de 1968, cambió de forma sustancial las relaciones y la posición del artista frente al naciente sistema actual.

⁸³ Santagata, Walter. *Símbolo e merce*. Turín, 1998. Pág. 14.

⁸⁴ Santagata, *op.cit.* Pág. 15.

A raíz de mayo del 68, entre los cambios que alumbran la nueva era, surge una nueva tipificación entre dos tipos de artistas, uno cercano al poder político; un artista institucionalizado, a diferencia del tipo de artista que trabaja con la galería, presentando el consecuente factor de riesgo. El artista institucionalizado es no tanto un creador cuanto un estratega rendido a las presiones del poder, gracias a lo cual consigue un éxito a nivel institucional que no tiene por qué verse refrendado por el mercado, aunque frecuentemente sea así.

Una tercera vía sería la opción neopragmática. En el ensayo *Emancipación, de qué?*, Rubén Pardiñas cuestionaba la radicalidad de Hans Haacke, al que considera un *adversario radical*, en la manera efectista en que el artista describe la instalación de su obra en el Centre Georges Pompidou. A la manera de un crítico de Broadway, Haacke habla de granito importado de Sudáfrica, de escenario, de grandes banderas francesas, achachándole una teatralidad y una grandilocuencia que contrastarían con sus postulados radicales y en cierta forma desestetizadores, cargados de contenido ideológico.

Este enfrentamiento al sistema que durante años ha representado la postura válida y progresiva por parte del artista se encuentra hoy con la posibilidad desmitificadora del neopragmatismo norteamericano, liderado por Richard Rorty.⁸⁵ En cierta forma, la opción neopragmatista se presenta como una salida airosa ante la comprensión por parte del artista de su pertenencia real a un sistema que lleva años atacando. Frente a las posturas radicales ya citadas, la crítica postmarxista plantea, mediante los postula-

⁸⁵ Rorty, Richard, *Pragmatismo y política*, Barcelona, 1998.

dos de Hans Haacke, la posibilidad de subversión del sistema desde dentro.⁸⁶ Para Haacke, *los artistas participan conjuntamente en el mantenimiento y/o desarrollo del maquillaje ideológico de la sociedad. Trabajan dentro del marco, establecen el marco y quedan enmarcados sin saberlo.*⁸⁷ El artista no puede permanecer en la arcadia de un pasado revolucionario ni en el caso de pretender una revolución. El neopragmatismo plantea la necesidad de conocer esa realidad, que choca frontalmente con la pretendida pureza de una concepción baudelariana del artista. Por contra, el artista debe crear su relación con la institución, con la galería, con el crítico, utilizar a su favor lo que se ha considerado *mecanismos de represión*,⁸⁸ fomentar el nacimiento de otros tipos de culturas no burguesas.

Pardiñas, haciéndose eco de una reflexión de J.A. Ramírez, afirma *no veo fisuras en una red que contenta a todas las partes implicadas. Paradójicamente, todo indica que es el arte, y en concreto el sistema de relaciones económicas que lo regula, la mejor formulación hasta ahora efectuada del libre mercado.*⁸⁹ Esta es una conclusión tras la visión de las dos posturas, apocalíptica e integrada, frente al sistema del arte. En el caso de la apocalíptica, se cuestiona su pureza por medio de Haacke, que pese a disparar contra el sistema, aprovecha el prestigio de la institución arte.

⁸⁶ **Pardiñas, Rubén**, *Emanipació, de qué?*, Barcelona, 2001. Pág. 55.

⁸⁷ **Haacke, Hans**, "Tot l'art que es pot exhibir" en *Obra social*, Barcelona, Fundació Antoni Tàpies, 1995. Pp. 93.

⁸⁸ **Pardiñas, Rubén**, *Op. Cit.* Pág. 65.

⁸⁹ *Ibidem.* Pág. 72.

**LA OBRA DE ARTE:
ENTRE MERCANCÍA Y OBJETO SIMBÓLICO**

...separar la obra de arte del oro, liberar esta Andrómeda
encadenada de las fauces del monstruo capitalista, el
filisteo.

Mario Praz.⁹⁰

El monstruo, después de todo, era en el fondo un mon-
struo muy gentil y quién sabe si Andrómeda, como la An-
drómeda de Laforgue, no se haya, incluso, enamorado.

Matthew Arnold.⁹¹

En 1857 Ruskin definía la obra de arte sobre la contraposición entre esta y el objeto industrial,⁹² basándose en la originalidad y en su producción no mecánica. Estas constantes son tenidas en cuenta todavía hoy a la hora de normativizar el arte en el Parlamento Europeo.⁹³ Sin embargo, esta es una óptica desbordada ya en 1927, como quedó probado en el proceso *Brancusi contra los Estados Unidos de América*. El 21 de octubre de 1926 Marcel Duchamp llegaba a Nueva York con veinte esculturas de Constantin Brancusi para una exposición en la galería Blummer. De esta muestra Eduard Steichen compró una, mientras el resto volvía a Europa.⁹⁴ El problema surgió cuando la obra fue considerada por las

⁹⁰ Tomado de **Ricossa, Sergio**, "Introduzione" en *I mercati dell'arte, aspetti pubblici e privati*. Turín, 1990. Pág. 51.

⁹¹ En *Il Tempo*, 22 de Mayo de 1975.

⁹² **Ruskin, John**, *Las siete lámparas de la Arquitectura*. Murcia, 1995.

⁹³ Propuesta del Parlamento Europeo y del Consejo de Ministros, 13 de marzo de 1996.

⁹⁴ **AAVV**. *Memoria de un Sueño*. Murcia, 1994.

autoridades aduaneras como mercancía no artística, no pudiéndosele aplicar el *Tariff Act* de 1913 por el cual las obras de arte entraban en Estados Unidos en total franquicia.⁹⁵ Esta normativa definía la obra de arte sobre tres puntos fundamentales: el primero, debía ser un original, no un múltiple, el segundo, debía estar realizada a mano y el tercero, no debía ser un objeto útil.

Esta escultura, *Pájaro en el espacio* era un bronce perfectamente pulido por procedimientos mecánicos y en ningún caso asemeja a un pájaro desde un punto de vista convencional. Finalmente ya en los tribunales, al objeto se le atribuyeron ciertas cualidades estéticas y se consideró una obra de arte, permitiéndose su ingreso en el país sin pago de impuestos.

Diez años después se repitió un proceso similar en Inglaterra. Bajo la coordinación de Marcel Duchamp —siempre él— se organizó una muestra en la Guggenheim Jeune con obras de Arp, Gabo, Pevsner y Calder entre otros. Esta vez las obras conflictivas fueron de Arp y nuevamente de Brancusi.⁹⁶ En el caso inglés existía una diferencia fundamental, ya que la decisión no recaía en un juez, sino en James Bolivar Manson, en aquel momento director de la Tate Gallery. Este las rechazó negándoles la categoría de obras de arte, tras lo cual se generó un escándalo en prensa que llevó a su dimisión. En el origen de los dos asuntos encontramos a Marcel Duchamp, precedente de las tendencias desmaterializadoras del arte en el siglo XX. Con estos dos *affaires* ponía

⁹⁵ "Brancusi conte Etats Unis, un procès historique". Extracto en el *Giornale dell'arte* 148, octubre de 1996.

⁹⁶ **Santagata, Walter**, *Símbolo e merce*. Turín 1998. Pág. 13.

a los ojos de las sociedades americana y europea la necesidad de renovación de una concepción del arte puramente objetual, dotada de un aura tipificada en un tiempo ya caduco. Desde este momento la consideración de obra de arte pierde su sencillez y unicidad, como se analizará en este apartado, tratando de definir esa especificidad. Este cambio de la concepción de producto artístico se generaliza durante el siglo XX, y así encontramos válidos ejemplos de productos no considerados artísticos, sino artesanales o industriales en el siglo XIX y que desde los primeros años del pasado siglo adquieren la calificación de obra de arte.

La obra de arte, desde un punto de vista kantiano, a diferencia del producto industrial y el artesanal no es reemplazable por otra igual, y su utilidad debe ser nula. A estas consideraciones, que presentan una panorámica compleja de por sí, debemos unir la antigüedad del objeto. No es esta una distinción del siglo XX: ya en la antigua Babilonia se tenía un aprecio especial a las obras de arte antiguas. En el Renacimiento, como apunta Baxandall, ya se tenía noción de que un objeto de uso común que había sobrevivido al paso del tiempo era asimilable a la categoría de obra de arte.⁹⁷ Sin embargo, nos centraremos en el estudio de la obra de arte en los siglos XX y XXI, entendiendo la obra de arte antigua como una problemática distinta, pero que nos servirá para contrastar algunos puntos de vista, especialmente en lo referente al contenido simbólico como aspecto aparentemente no cuantificable para el sistema del arte.

⁹⁷ **Baxandall, M.** *Paintings and Experience in Fifteenth Century Italy*. Oxford, 1972.

Durante todo el siglo XX se producen momentos de crisis que fuerzan nuevas miradas al concepto *obra de arte*. En 1959 y en el ámbito de la Internacional Situacionista, Pinot Gallizio, seguidor de Asger Jorn, llevaba a cabo una iniciativa destinada a diferenciar para siempre el valor económico del simbólico en la obra de arte.⁹⁸ Esta consistía en la ejecución de pinturas industriales. Por medio de rollos de tela de aproximadamente 70 metros por 75 centímetros con un precio de 10.000 liras, buscaba crear una inflación en el mercado que hiciera descender el valor de las obras de forma significativa. Estas grandes telas, que se vendían al precio de costo hacían que el valor simbólico de la obra fuera gratuito. Sin embargo el sistema reaccionó con rapidez. Frente a la generosidad propuesta por Gallizio, el mercado buscó ávidamente estas obras de bajo coste, lo que propició una fuerte especulación con productos artísticos asequibles. En 1960 Gallizio era expulsado de la Internacional Situacionista, acusado de haberse *involucrado en contactos y colaboraciones, en Italia, con ambientes ideológicamente inaceptables*.⁹⁹ La generosidad propuesta por el artista fue interpretada como una oportunidad excepcional para el mercado.

El valor simbólico de la obra de arte es una piedra angular en el pensamiento panofskiano. Para el padre intelectual de la corriente iconográfica, la clasificación se debe hacer desde dos puntos de partida: el objeto con un uso práctico y las obras de

⁹⁸ Para el estudio de este fenómeno, **Santágata**, *op. cit.* Sé de la existencia de una tesis sobre el particular, llevada a cabo por **Agnese, M**: *Il contro-mercato di Pinot Gallizio*, Tesis de licenciatura en la facultad de Derecho de la Universidad de Turín, 1998 (inérita).

⁹⁹ **Santágata**, *op. cit.* Pág. 16.

arte, que precisan de una valoración estética.¹⁰⁰ El concepto *intentio* distinguiría la obra de arte de aquel objeto útil, con base en el interés por la idea. Estas conclusiones nos resultan válidas aún hoy día, pero la complejidad de los movimientos conceptuales en el último tercio del siglo pasado requieren una reflexión pausada: bajo los postulados panofskianos resulta muy complejo clasificar las obras de arte legales, el happening, el environment y otras tantas manifestaciones que en muchos casos están completamente exentas de una forma material y que frecuentemente son efímeras.

Otra cuestión son los conceptos significado y contenido estético, disociados, siempre con el precedente de Duchamp. Esto nos introduce en corrientes lingüísticas: el símbolo es un significante, que pertenece a un sistema. En 1959 Gillo Dorfles¹⁰¹ abordaba la relación entre símbolo, signo y señal: el carácter simbólico adquirirá durante el siglo XX unas connotaciones particulares, considerando ciertas obras como sagradas en una nueva acepción del término, como se verá más adelante. Dorfles introduce una cuestión interesante, el sentido común frente a la obra de arte, apoyándose en textos de Vico y Hume.¹⁰² Se cuestiona la posibilidad de aplicar los cánones del sentido común al arte

¹⁰⁰ Panofsky aborda esta cuestión a lo largo de toda su producción escrita, desde la alta Edad Media hasta la problemática del diseño en el automóvil, pero resulta esencial *La Historia del arte como disciplina humanística en El significado de las artes visuales*. Madrid, 1990.

¹⁰¹ **Dorfles, Gillo**, *Il divenire delle arti*, Turín, 1959, reedición de 1981.

¹⁰² Este tema es recurrente en Dorfles, pero la piedra angular de su trabajo en este sentido es *Oscillazioni del gusto*, Turín, 1970.

contemporáneo. Esto nos introduce en el gusto y sus oscilaciones, en un contexto que diferencia claramente entre arte de élite y arte popular.

Existe en cada periodo un arte ligado al sentido común de la época frente a otro disonante. Cuando esta fragmentación se produce se da lo paradójico de los sentidos en lo que Dorfles denomina Antisentido,¹⁰³ con un resurgir de la polisemia, de la vaguedad semántica, de la ambigüedad e incluso de la asemia. El sentido común no está en disposición de asimilar las nuevas semantizaciones, lo que lleva a una ruptura entre el público y la obra de arte que no se producía ni ante la propuesta del surrealismo ni ante la pintura abstracta. Propuestas como la de Fluxus con su uso de la basura en trabajos artísticos y otros procedimientos no convencionales acentuarían el contraste entre arte y sentido común, abanderado por un espectador al que se le exige que *sepa leer*, que disponga del nuevo código de interpretación. El colmo de la insensatez, según esta visión, sería la autopunición corporal llevada a cabo por los accionistas vieneses, no sólo en lo que atañe a los aspectos estéticos; infringirse dolor es radicalmente opuesto al sentido común. Una situación similar encierra la polémica exposición *Sensation*, organizada y patrocinada en 1997 por el magnate Charles Saatchi,¹⁰⁴

¹⁰³ **Dorfles, Gillo**, "Sentido común e insensatez en el arte de hoy" en *Sentido e insensatez en el arte de hoy*, Valencia, 197. Págs. 11-22.

¹⁰⁴ Esta muestra, inaugurada en la Royal Academy de Londres, fue un argumento periodístico durante meses, dada la provocación explícita de artistas como Chris Ofili o Damien Hirst. Se editó un catálogo firmado por Norman Rosenthal, Richard Shone, Martin Maloney, Brooks Adams y Lisa Jardine, algunos de los críticos

que reunió a artistas británicos por él apoyados y en la que la crítica internacional ha visto un caso de especulación artística

Sin embargo esta insensatez no sería patrimonio único del arte progresivo de los 60: el realismo soviético, como un anacromismo maniqueo estaría igualmente alejado de sus coordenadas temporales reales, como la pintura académica. El arte de consumo, el arte que se convierte en decoración sería igualmente insensato. El espectador no especializado, que forma parte importante del sistema del arte, se encontraría desnudo ante estas propuestas que le son claramente agresivas. La respuesta frecuente es el rechazo, aunque con toda una serie de escalas que van de la ironía y la burla a la ira, incluso a la agresión, como se ya explica Dorfles y como se verá más adelante.

más influyentes del Reino Unido.

LA VALORACIÓN ECONÓMICA DE LA OBRA DE ARTE

La constitution des valeurs artistiques s'effectue á l'articulation du champ artistique et du marché. Dans le champ artistique s'opèrent et se révisent les évaluations esthétiques. Dans le marché se révisent les évaluations esthétiques. Dans le marché se réalisent les transactions et s'élaborent les prix. Alors qu'ils ont chacun leur propre système de fixation de la valeur, ces deux réseaux entretiennent des relations d'étroite interdépendance.¹⁰⁵

Raymonde Moulin, Le marché de l'art, mondialisation et nouvelles technologies.

Este apartado presenta una actividad ensayística notable en los últimos 30 años. Partiendo del trabajo de Gerald Reitlinger,¹⁰⁶ que estudia el periodo 1780-1970, fundamentalmente en Inglaterra, encontramos una revisión profunda de la valoración económica de la obra de arte. Estudios que sin embargo arrojan conclusiones frecuentemente contradictorias: la plusvalía es mayor en la obra de menor precio

¹⁰⁵ La constitución de los valores artísticos se efectúa en la articulación del campo artístico y del mercado. En el campo artístico se operan y se revisan las evaluaciones estéticas. En el mercado se revisan las evaluaciones estéticas. En el mercado se realizan las transacciones y se elaboran los precios. Por lo tanto, cada uno tiene su propio sistema de fijación del valor, estas dos redes tejen relaciones de estrecha interdependencia.

¹⁰⁶ *The Economics of Taste*, vol I, *The Rise and Fall of Picture Prices 1760-1960*, 1961; vol. II, *The Rise and Fall of Objects d'art Prices since 1950*, 1963; vol. III, *The Art Market in the 1960's*, 1970. Londres, 1961-1970.

como inversión arriesgada y rentable.¹⁰⁷ Esta sería una opción frente a tesis que plantean lo imposible de acertar en una inversión en obras de arte.¹⁰⁸ Se han formulado incluso cálculos de la rentabilidad anual de una obra de arte desde el siglo XIX hasta hoy, arrojando cantidades cercanas a cualquier fondo de inversión.¹⁰⁹ Sin embargo, no se suele tener en cuenta que el sistema del arte, desde 1970 aproximadamente, ha variado y ha marcado una clara diferencia entre el arte antiguo y contemporáneo. En este último, la velocidad de los acontecimientos no puede ser comparada a la evolución y distintas fases de reconocimiento de artistas y obras en el arte antiguo. El estudio empírico de esta situación arroja una densa cantidad de datos, pero resulta compleja una uniformidad de pensamiento. Aparte de la problemática particular de la obra *per sé*, el coleccionista es heterogéneo, no siempre se mueve por estímulos económicos, lo cual convierte ya de entrada este factor en inestable, a tenor de diversos criterios.

Andrea Villani¹¹⁰ propone que la obra de arte, de autores ya consolidados y afirmados en el mercado: aumenta su valor con el tiempo, el periodo de la vida del artista en que la obra ha sido realizada –según el autor, dependiendo del momento *emocional* y expresivo-, lógicamente, la promoción,¹¹¹ al tamaño de la

¹⁰⁷ **Anderson, R.C.** *Paintings as an investment* en Economic Inquiry, 3, 1974. pp. 13-26.

¹⁰⁸ **Santagata**, *op. cit.*

¹⁰⁹ **Frey, B.S. y Eichenberger, R.** . *On the rate of return in the art market: Survey and evaluation*, en *European Economic Review* 39, 1995. pp. 528-537.

¹¹⁰ **Villanni, Andrea**, *L'economia dell'arte*. Milán, 1978.

¹¹¹ En este sentido Villani habla de *interventi promozionali e di advertising*, cioè *pubblicitari in senso lato, svolti attraverso*

obra, la vigencia de las corrientes estéticas en cada momento —que Villani compara con la moda— el sujeto representado o la composición en obras abstractas y la calidad técnica. Más adelante habla de las oscilaciones de precios en periodos cortos de tiempo, de la particular demanda del objeto artístico, la situación fiscal de cada país, que dificultaría la transacción con medidas como impuestos sobre la transmisión del patrimonio y la autenticidad demostrada. Por otra parte está la nacionalidad del artista. En este punto, el autor habla de nacionalidades, y de la sobrevaloración de artistas en los mercados locales. Lógicamente, esta baremación atañe a artistas que aparecen con frecuencia en los circuitos, lo que descarta la obra de creadores por reivindicar por una parte y a artistas jóvenes por otra. Pero ¿Qué ocurre cuando el sistema ultra-capitalista norteamericano genera fenómenos como Jasper Johns o Julian Schnabel? En cualquier caso, queda demostrada una primera conclusión: el valor económico no sólo depende de la calidad intrínseca de la obra de arte —considerando como calidad la unión de los factores importancia en el contexto histórico, interés de lo expresado, resolución técnica y valoración estética— sino de la unión de múltiples elementos, factores dentro de un sistema. Ya antes del mito del genio artístico por antonomasia, Miguel Ángel, encontramos en Plinio referencias escritas a la valoración económica de las obras de Apeles y Lisipo, basadas no sólo en la calidad a la que aludíamos de una obra concreta: en el caso de los dos últimos, el prestigio de pertenecer a la corte de Alejandro Magno representó un altavoz

mostre pubbliche o private nazionali o locali. Televisione, radio, stampa, pubblicazioni specifiche sul singolo autore o su gruppi di autori (considerato effetto lievitazione).

para sus méritos artísticos. Si seguimos esta línea, pasaremos por la inevitable figura de Giotto y así hasta Picasso.

La situación de la obra de arte como producto financiero sufre un cambio radical con la normativización del sistema del arte. Entre marzo de 1987 y junio de 1990 se asistió a un proceso sin precedentes conocidos de mercantilización de la obra de arte. Se dio un fuerte aumento del volumen económico total y de las cotizaciones de las obras maestras. En 1990 se vendieron, fundamentalmente en Nueva York, 192 pinturas por más de 200 millones de dólares, destacando en esta lista Picasso, del que se subastaron seis piezas por encima de los 2.800 millones de pesetas. Las ofertas alcanzaron un grado de calidad importante, con unas plusvalías que llegan, en el caso de los impresionistas al 490% en cinco años. En comparación, las plusvalías de las acciones de esos años (24'5%) aparecen como una anécdota.¹¹² En 1988 se estableció una nueva constante en el funcionamiento del sistema del arte internacional: el arte contemporáneo sobre el clásico en las subastas. El dato de referencia inevitable es la venta en 1988 de obras de Jasper Johns por encima de los 17 millones de dólares.¹¹³

Las subastas acapararon el flujo de obras maestras. A la galería le quedaba la opción de presentar la obra nueva de grandes maestros, o piezas que ocasionalmente ponían en el circuito sus clientes,

¹¹² Art Index. 1991, 92 y 93.

¹¹³ Este fenómeno ha sido estudiado desde puntos de vista económicos, artísticos y periodísticos. Entre la bibliografía norteamericana destaca **Hiden Guest**, *Al Natural*. Madrid, 1999.

por lo que la opción de mercado secundario perdía peso, a diferencia de la década anterior, en que estas piezas importantes solían pasar (por segunda vez en muchos casos) por manos de Leo Castelli, Betty Parsons o Sidney Janis.¹¹⁴

En este nuevo panorama de subastas, en que lideran todavía hoy el sector Sotheby's y Christie's, el mercado japonés se convirtió en el destino de una parte importante del arte del siglo XX, y así en 1989, por ejemplo, Japón importó arte por valor de 225.000 millones. En medio de esta nueva situación, Sotheby's compró en 1990 por 142'8 millones de dólares los fondos de la galería Pierre Matisse

En 1990 comenzó la debacle, que duró hasta 1997, aunque desde 1995 se notaron claros síntomas de recuperación. En esta crisis existen unos factores determinantes: subida de tipos de interés, reducción de créditos, liberación masiva de obra y retirada (en el mercado de subastas internacional) de los japoneses, que representaban el 40% de las ventas.¹¹⁵ Este nuevo mercado, necesariamente más conservador, volvió a la pintura antigua.

¹¹⁴ **Hiden Guest**, *op. cit.*

¹¹⁵ **Sanchez Silva, C.**, "El arte sigue abaratándose y los ingresos de las casas de subata caen en un 50%", en *El País Negocios*, 27-11-91.

UNICIDAD-MULTIPLICIDAD

La autenticidad de una obra pasa por la demostración de la participación del artista, pero se ha de tener en cuenta la existencia de condicionantes, como la participación del taller o las restauraciones a lo largo del tiempo, que alejan la realidad de la obra de arte del carácter indivisible del trabajo, que se puede considerar colectivo frecuentemente. La existencia de copias, versiones o interpretaciones de un mismo sujeto hace que se valore sobre todas ellas la primera, el prototipo, con lo que se busca la originalidad, la exclusividad de la pieza, con lo que las réplicas se devalúan. En el caso de la escultura encontramos un caso particular en las obras ejecutadas en bronce, de la que existen varios vaciados, haciendo complicado el concepto de réplica frente al de original seriado.

Desde la Baja Edad Media, la difusión de la obra de arte, del prototipo, se produce gracias a la multiplicidad de la estampa —como ejemplo las xilografías alemanas— y mediante la copia —fundamental la difusión de los *taccuini* o prontuarios medievales. Este proceso sigue su curso con la irrupción de la imprenta, consecuentemente el grabado y posteriormente el desarrollo de las técnicas litográficas hasta llegar a la fotografía. Ya en el siglo XVII el grabado llega a ser un bien preciado, como los casos recurrentes de Rembrandt, y en el XVIII son objetos codiciados y adquiridos en serie, como en el caso de Goya. Estos grabados, generalmente sobre planchas de cobre no eran considerados originales en sí mismos, era la plancha el original y

la impresión una copia. A mediados del siglo XIX, hacia 1850, los grabadores comienzan a firmar cada prueba impresa, y a partir de 1869 se destruye la plancha, invirtiéndose la concepción tradicional del grabado, del que ya no podían existir tiradas ilimitadas, salvo en estampas comerciales de gran consumo, generalmente históricas o religiosas. El grabado pasaba a formar parte del mercado del arte de objetos únicos.

En un determinado momento, a mediados del XIX francés, estos grabados se convierten en objeto de coleccionismo, buscados con ahínco por particulares que no pueden acceder a pintura y escultura. La obra gráfica original se presenta como una buena fórmula de poseer una colección más o menos enciclopédica de grandes artistas al tiempo que se perfecciona la técnica con la aparición de la serigrafía. Lo que en un origen era un elemento de difusión, se convierte en una obra de arte. Paradójicamente, esto contradice las teorías de Ruskin sobre la unicidad de la obra de arte y nos hacen cuestionar la validez de la concepción tradicional de la obra, rodeada de ese aura benjaminiana.

Desde el comienzo del siglo XX, con la inevitable referencia de Rodin y sus broncees múltiples pero originales a la vez, se define un coleccionismo de obra gráfica que prolifera en razón de dos factores: el alto precio de la obra única y la difusión que de este producto —que presenta las características estilísticas del autor— llevan a cabo los marchantes. El caso más conocido es la labor llevada a cabo por Picasso para uno de sus galeristas, Ambroise Vollard, para el que ejecutó la extensa serie que recibe el nombre del marchante. Estas obras son firmadas

y numeradas, siguiendo la línea comenzada con los impresionistas de individualizar, de conferir cierta exclusividad a una obra múltiple, de la que existen varios ejemplares aparentemente idénticos. No es una reproducción llevada a cabo por procedimientos litográficos, xilográficos serigráficos o mediante las diversas técnicas del grabado: es entendido por los artistas como un campo artístico lleno de posibilidades, de manera que existe una técnica concreta para cada intención, para cada voluntad expresiva, como prueba el uso frecuente de la xilografía en los expresionistas alemanes, debido por una parte a su tradición germánica y por otras al trazo de matices primitivistas, en el que el detalle es complicado y el trazo ha de ser necesariamente fuerte. Esta reflexión sobre la multiplicidad del arte es aprovechada por Marcel Duchamp, y encuentra un campo conflictivo sobre la voluntad del artista para convertir en arte un objeto cotidiano, el *ready made*, *object trouvé*. Existe, pese a la coincidencia temporal de los dos debates, una diferencia en el hecho de que la obra gráfica es concebida como obra de arte desde el principio, es trabajada o proyectada por el artista, y en ella es perceptible el que hacer de su creador. El *Botellero* de Duchamp es una reflexión mucho más compleja, pese a que posteriormente es tratado de forma similar por el sistema, tanto por el mercado como por las instituciones que muestran réplicas firmadas del urinario y otros objetos,¹¹⁶ lo que en realidad es

¹¹⁶ A este respecto se debe tener en cuenta la edición por parte del galerista Arturo Swartz de las obras del francés. Estas piezas fueron motivo de una muestra en la Galleria Nazionale d'Arte Moderna de Roma en 1996, con motivo de la donación por parte del galerista de parte de su colección.

coherente con lo propuesto conceptualmente por Duchamp, pero presenta la paradoja del fetichismo del museo, que cae en la trampa y muestra en sus salas lo que en realidad es una crítica a su propia razón de ser.¹¹⁷

La obra gráfica se numera debido al riesgo de su multiplicidad, siguiendo un proceso parecido al del bronce, regulada su numeración tras la forma de trabajar de Rodin, al que aludíamos antes, que llegó a producir 12 copias de una misma pieza, creando al mercado un doble problema, la dificultad de tasación y la proliferación de falsificaciones, o mejor de duplicados ilegales que aún hoy siguen apareciendo. La tirada, tanto para objetos bidimensionales como tridimensionales, varía, con una serie de ejemplares para el mercado (10, 25, 50, 100, 200...), otra de pruebas, agrupadas bajo los apelativos BAT, bon a tirer; HC, hors comerce y PA, prouve d'auteur. Estas últimas series eran originalmente para el editor y el artista, no saliendo a la venta, pero hoy hasta las pruebas son comercializadas, mostrando el aliciente de la aparente exclusividad que confiere la aparición de un número sensiblemente inferior al de la tirada comercializable.¹¹⁸

En la actualidad se llevan a cabo ediciones enormes de grandes artistas, pero se comercializan marcando distintos grados de originalidad de las estampas: un número corto de ejemplares firmados y numerados

¹¹⁷ Debemos aquí distinguir entre las obras de Duchamp, únicas, y la edición posterior de múltiples, que hoy encontramos en los museos, ya que muchas de las primeras no se conservaron tras su exposición.

¹¹⁸ Estas pruebas suelen ejecutarse en cantidades no superiores a 10 ejemplares.

a lápiz, una segunda parte de la edición firmados en plancha, es decir, sin intervención directa del artista, y una serie numéricamente mayor que se considera facsímil.

Se aplica el término edición, con lo cual se asimila al libro, que sigue el mismo proceso mediante las ediciones de libros de artistas llevadas a cabo por Kahnweiler, con trabajos de Picasso y Gris entre otros, desde la década de los 10, compuestas de textos y obra gráfica original, que genera un nuevo tipo de coleccionista.

Este arte múltiple es una nueva entidad estética que prolifera con el crecimiento del mercado y su voluntad de ampliar el abanico de coleccionistas, cada vez más especializados tanto por su criterio estético como por sus posibilidades económicas. La complicación surge ya con Duchamp en una reflexión que continúa Gillo Dorfles¹¹⁹ al cuestionarse si la validez artística variaría si en vez de 50 ejemplares, pongamos por caso, se tiraran después 200 más, que serían lógicamente idénticas, con la pequeña salvedad del desgaste de la matriz. Para Dorfles, el coleccionista caía con esta actitud *snob* en la filatelia, lejos de la apreciación puramente artística.

En los 60 el arte desmaterializado planteaba un nuevo escenario, tratado abundantemente por la crítica marxista. Sin embargo el mercado se adapta a la nueva situación y se fragmentan instalaciones, se fotografían acciones¹²⁰ y se filman happenings y

¹¹⁹ Dorfles, Gillo, "Arte multiplicado y sociedad de consumo" en *Sentido e insensatez del arte de hoy*. Valencia, 197. Pág. 121.

¹²⁰ Hoy se encuentra sin demasiada dificultad documentación de todo el trabajo de los accionistas vieneses

performances. A resultados de la experimentación de John Cage y Nam Jun Paik, el arte sonoro y el video se incorporan al mercado de forma rápida, aunque con una aceptación restringida en el aspecto comercial. El panorama a mediados de los 90 variaba sensiblemente, el mercado demandaba estas nuevas obras de arte, reflejo de un proyecto originalmente inmaterial, que no deseaba ser materializado y vendido, se convertían por voluntad del creador en objetos artísticos.

**EL VALOR SIMBÓLICO DE LA OBRA DE ARTE:
LA DIVINIDAD Y SU PLASMACIÓN
EN UN OBJETO ARTÍSTICO**

Si se pretende analizar el valor en lo que llamamos mercado de una obra de arte es fundamental aproximarse a las distintas facetas, no limitarse a aspectos materiales y crematísticos, con lo que nos introducimos en cuestiones difícilmente cuantificables en términos económicos y estéticos. Las obras de arte no son sólo objetos más o menos bellos.

Paradójicamente, recurrimos al arte antiguo para plantear una reflexión que resulta necesaria a la hora de valorar la relación del hombre con la obra de arte. Este es un paso imprescindible para entender el valor que para una cultura la creación artística puede representar y cómo acabará repercutiendo en su consideración mercantil.

Durante el año 2001 la humanidad asistió con estupor a la destrucción de las dos estatuas gigantes de Buda por parte de los talibán, fundamentalistas en fotografías numeradas y firmadas por los autores.

musulmanes que controlaban Afganistán con un régimen dictatorial.¹²¹ La destrucción de imágenes es una constante en la historia de las civilizaciones. Las razones son múltiples, y, en el caso de las imágenes religiosas, el estudio es sugerente, quizá más que en la retratística, en cuyo caso la razón fundamental -la ancestral *damnatio memoriae*- responde a impulsos obvios: eliminar, mediante la imagen, el recuerdo.

Ya desde las vanguardias históricas, el carácter sagrado de la obra de arte es sustituido por otras cualidades igualmente místicas en algunos aspectos. La obra de arte adquiere una veneración por sí misma, como síntoma cultural y de creación pura. Es por esto que la reacción social ante los *budas* destruidos nos resulta útil para comprender la recepción del producto artístico por parte de uno de los elementos del sistema: el público. En el caso de la imagen religiosa existen otros matices; motivos que van desde el miedo a lo desconocido hasta la celebración de una victoria, pasando por numerosas patologías. Si elevamos el círculo a las obras de arte en general, en el desarrollo de estas agresiones encontramos motivos políticos, reivindicaciones de toda índole —como el ataque de la sufragista Mary Richardson a la *Venus del espejo* de Velázquez— agresiones mafiosas —como el de hace unos años a los *Uffizzi* de Florencia— o el deseo de un turista loco de mermar la *excesiva belleza* de la *Pietá* de Miguel Ángel.

¹²¹ Ruiz López, J. I. *Iconoclasia Talibán*, en *Revista de Arte, Hispanart*. 2000.

No habrá para ti otros dioses delante de mí. No te harás escultura ni imagen alguna ni de lo que hay arriba en los cielos, ni de lo que hay abajo en la tierra, ni de lo que hay en las aguas debajo de la tierra.

Éxodo 20, 3

No deja de ser paradójico el uso de imágenes en el cristianismo, cuando en las sagradas escrituras encontramos prohibiciones expresas, incluso ejemplos como el de Moisés, que en una clara muestra de iconoclasia destruyó el becerro de oro, o Ezequiel que rompió la serpiente de metal porque la adoraban los judíos. Uno de los temas recurrentes del cristianismo es la relación de éste con las imágenes, y por lo tanto su adoración y destrucción. Desde Santo Tomás y San Buenaventura se ha reivindicado, de una parte, la función de las imágenes: instruir, educar, alentar y mantener vivo el recuerdo. De otra parte, la destrucción, que frecuentemente con intencionalidad no sólo religiosa, también política.

Tradicionalmente, las imágenes se han considerado un signo de la corrupción de la Iglesia, y así se interpretó durante la reforma en la Europa del Renacimiento, que tuvo entre sus muchas consecuencias durante el último trimestre de 1566, una ola de destrucciones masivas de imágenes que asoló los Países Bajos. Es la de la iconoclasia una historia que acompaña todos los periodos, con matices, como por ejemplo la Revolución Francesa, durante la cual se dio una especialmente intensa persecución a las vírgenes,¹²² por considerarse imágenes

¹²² Este tema se encuentra profusamente tratado en **Freedberg**, *El poder de las imágenes*. Madrid, 1996, especialmente en el capítulo Idolatría e iconoclasia, pp. 423-475.

representativas de la realeza. En este mismo debate se incluye el resto de efigies de la cristiandad. Es una muerte, la de la representación de la divinidad, simbólicamente cruel, ya que al destruir su imagen se destruye su idea (*eidos*) y la forma (*morphé*), es en definitiva, la total eliminación. La muerte en efigie tiene unas connotaciones brutales, por el escarnio que representa, ya que de esta manera se condenaba a los que no se podía condenar en persona, por estar huidos o desaparecidos.

Surge, aparte de este aspecto, un elemento inquietante: con la imagen no se puede dialogar.¹²³ Al llegar a este punto hemos reconocido la personificación en la imagen de una entidad superior, por lo que ésta comparte su naturaleza divina, pero jamás contestaría a un argumento, no se la puede convencer, y por lo tanto debe ser destruida, eliminando así la inquietante presencia (imagen y prototipo, signo y significado inseparablemente unidos) de un elemento que nunca compartirá otra idea que la de su creador. Sobre esta consideración, es imposible plantear cuestiones estéticas, pedir al agresor que frene su ataque por el valor artístico, histórico o incluso económico de la imagen, porque para él no es una obra de arte, es la imagen que encierra el prototipo, o incluso la misma cosa.¹²⁴ Esta destrucción se lleva a cabo de forma rotunda, frecuentemente con ensañamiento, quizá porque inconcientemente el agresor contempla la posibilidad de que la imagen sobreviva, ante lo cual estaría perdido. La venganza de la divinidad sería terrible.

¹²³ Debemos diferenciar aquí claramente entre imagen de culto e imágenes de devoción. Estas últimas sí pueden ser consideradas parlantes, por lo que nos referiremos en este apartado a las de culto.

¹²⁴ **Freedberg**. *Op. Cit.* Pp. 423-475.

Aunque parezca sorprendente, podemos trazar un paralelismo entre la destrucción de imágenes en Afganistán y las llevadas a cabo en la España de los años treinta. Josep Renau, responsable de la ímproba tarea de preservación del patrimonio se lamentaba de la imposibilidad de concienciar a un pueblo con una altísima tasa de analfabetismo de que existen otros valores en aquellas obras de arte, quizá porque la iglesia había inculcado la idea desarrollada más arriba de la asociación del prototipo divino a la imagen elaborada por el hombre. El pueblo no podía ya separar la idea de la forma. Y su venganza fue terrible. En Afganistán se repite este coctel explosivo: analfabetismo y fuerte presencia religiosa. No es tiempo ni lugar para diálogos ni comportamientos moderados.

Partiendo de esta premisa, la obra de arte trasciende de lo material durante la mayor parte de la historia por razones religiosas. En la bifurcación cultural que se produce desde la Reforma, esta concepción de la obra de arte será distinta en los países de influencia protestante, generando una relación con la obra de arte distinta a la planteada en los países meridionales, como todavía hoy se puede apreciar en las colecciones particulares históricas.

Al margen del contenido simbólico está la cuestión del aura de la obra de arte, tema central desde Benjamín.¹²⁵ El objeto artístico posee un aura que lo distingue claramente de su reproducción. Benjamin considera la reproducibilidad de la obra de arte positiva en un sentido pedagógico, pero plantea una

¹²⁵ **Benjamin, Walter**, *La obra de arte en la era de su reproducibilidad mecánica*, en *Discursos interrumpidos I*, Madrid, 1992, Pág. 17-59.

cuestión que abre uno de los debates intensos del arte en el siglo XX. En el momento en que escribía este ensayo magistral, el sistema no había desarrollado en toda su magnitud el potencial de los medios de comunicación de masas, que de manera arrolladora han condicionado la recepción de la obra de arte. Por otra parte, reflexiona Benjamin sobre la exclusividad de la obra de arte, única e irrepetible, asociada al genio creador. Este es, junto a la valoración estética, el argumento fundamental del sistema del arte en el posicionamiento del objeto artístico en su propia escala.

Este es, sin duda, uno de los campos de estudio más apasionante: ¿qué vale la divinidad pintada o esculpida, qué valor tiene el símbolo?. Paradójicamente un alto contenido simbólico-religioso o incluso iconográfico puede ir en detrimento del valor de mercado de la obra, un ejemplo característico es la diferencia de cotizaciones entre los impresionistas y la pintura barroca. Tengamos en cuenta que esta última tiene como tema principal –especialmente en el Siglo de Oro español- la representación de la divinidad. De entrada esto genera un cierto desapego en coleccionistas de otras religiones, con lo que en una hipotética subasta se descartan los árabes y los orientales, que sí entrarían a la puja de un estanque de nenúfares, ideológicamente e icónicamente inofensivo.

Traspasando el umbral del contemporáneo el problema se desvanece a partir del arte abstracto y sufre un curioso proceso a la inversa en el arte conceptual, pero ya nos apartamos del contenido simbólico para entrar en otro campo bien distinto.

INCIDENCIA DE LO MATERIAL EN LAS COTIZACIONES. EL VALOR DE ORO Y PLATA

Si existe un término comodín en la estética del siglo XX es el Kitsch. Relacionado de forma ambigua con el mal gusto, etimológicamente vendría del inglés *sketch* o del verbo alemán *etwas verkitschen* como equivalente a *etwas billing losschlagen*, que según el *Knaursche Konversations Lexicon*, sería la aparente creación artística que sustituye los repertorios de formas por medio de especulaciones.¹²⁶ Utilizado por Hermann Broch, escritor austríaco, que desde el planteamiento de una decadencia de valores, teoriza sobre un sentido natural de *pervertimiento del arte, convertido en mera producción de efectos placenteros y mistificadores que identifica como Kitsch el mal radical en el interior del arte*.¹²⁷ Es larga la nómina de teóricos que durante todo el siglo se han enfrentado a este término, entre los que destacan Dorflles y Giesz. A la falsificación de la realidad que apunta en su trabajo al respecto Pedro Medina, el Kitsch agrega la copia de obras maestras, generando un pseudo-arte, separado de la auténtica belleza, próximo a la retórica, y lógicamente amante del lujo y la ostentación que confieren oro y plata.

El uso de materiales preciosos durante la primera mitad del siglo suele estar enfocado a la joyería, y en ese aspecto Dalí lleva a cabo un trabajo en el que el oro no es sólo un material de joyería con unas posibilidades limitadas, línea en la que destacan las propuestas ya desde el principio del siglo por gran-

¹²⁶ **Medina, Pedro**, "Los orígenes del Kitsch" en *CAVECANEM* 8, otoño de 2000. Pág. 19.

¹²⁷ *Ibidem*.

des maestros, como fueron los Masriera en Cataluña. Dalí busca utilizar el oro en su sentido de ostentación, busca la realización de sus obras en un material inalcanzable, dentro de una estética del exceso. En 1951 ejecutaba su *Cristo de San Juan de la Cruz*. Esta pintura, hoy en el Glasgow Museum¹²⁸ mostraba a Cristo en la cruz visto desde arriba, como lo dibujó San Juan, pero el pintor catalán despegaba la cruz de la tierra, incorporando una escena de pescadores en la parte baja del lienzo. Esta obra, que en 1961 fue atacada por un agresor anónimo, es la pieza clave del *Misticismo Atómico*, como Dalí denominó este periodo, y muestra la levitación de Cristo sobre Port Lligat, como prueba de pureza moral. Esta obra fue el origen de un pequeño crucificado en oro que pasó a ser la pieza fundamental en lo que atañe al trabajo en joyería de un artista que acude a los metales nobles de forma recurrente. La edición numerada —y teóricamente original— de esta pequeña joya dio paso a infinidad de duplicados, de manera que a mediados de los 80 el *Cristo de Dalí*, como popularmente se le conoce en joyería se encontraba en los muestrarios de casi todas los establecimientos. Esta pieza es un interesante cruce de caminos: en primer lugar una obra de arte, en segundo lugar un objeto de diseño exclusivo que, poco a poco, se convierte en un objeto de consumo (dentro del carácter de lujo que conlleva el estar ejecutado en oro) y que es, en definitiva, un objeto religioso. Esta pieza, que hoy se puede encontrar en distintos tamaños y aleaciones, es disponible para casi cualquier bolsillo y permite ver la multitud de enfoques que el uso de metales nobles tiene en la actualidad, en un momento en que

¹²⁸ Sempione, Chiara, *Dalí e il Misticismo*, Milán, 1992.

el arte ha tomado diversas direcciones en lo que al uso de materiales se refiere.

Paradójicamente el Kitsch se convierte en un pretexto para la creación posmoderna. El mejor ejemplo es Jeff Koons, uno de los últimos mitos del arte norteamericano actual. El trabajo de Koons durante los 90 bebe directamente del *arte-basura*, del Kitsch de tienda de *todo a 100*, y así elabora objetos con oro y plata, que enfrenta a fotografías pornográficas. El uso de los metales nobles es parte esencial de la estrategia de Koons, como en otra fase lo será el uso de esculturas de porcelana que, con una voluntad claramente Kitsch, reproducen la imagen de Michael Jackson. En la consideración del oro por parte de los artistas del siglo XX resulta una fuerte tendencia la alusión a su carácter inalcanzable y exclusivo, por lo que en las estrategias contemporáneas adquiere un nuevo significado, lejano del místico y simbólico, mucho más pragmático: el objeto en oro es un objeto de lujo, propio de las clases acomodadas, y no necesariamente noble.

El debate sobre el uso de materiales —especialmente si hablamos de la elaboración de productos de lujo, como innegablemente la joyería genera— en una creación tendente a la desmaterialización tiene lecturas en sentidos diferentes y puede ser apasionante en el contexto actual, en el que disponemos de una relativa perspectiva histórica para estudiar el fenómeno. En la exposición de Warhol en la Stable Gallery de Nueva York en 1969 el creador americano mostraba cajas de sopa Campbell. Cajas de cartón, producto industrial llevado a la categoría de arte¹²⁹ para consumo de co-

¹²⁹ Aquí podemos considerar precedentes los collages de Braque de 1912, en los que se incluye papel de periódico y todo el desarrollo posterior en Picasso hasta el Arte Póvera y su uso de materiales industriales y de desecho.

leccionistas adinerados y grandes museos. Las *Cajas Brillo* que Danto ha colocado en la encrucijada del arte actual¹³⁰ esconden no sólo el debate del arte en la era de la sociedad de consumo: existe otro sobre el uso de materiales y la elaboración directa por parte del artista. Este último punto suele enfrentar dos posturas encontradas respecto a la autoría del artista sobre la obra proyectada pero no ejecutada materialmente por él.

Como en tantas otras cosas, Warhol rompía un esquema piramidal de valoración del material como elemento fundamental en la valoración definitiva de un producto artístico. La tradicional consideración del óleo sobre otros materiales y técnicas, del bronce y la piedra sobre la madera se rompía de forma estrepitosa cuando estos objetos alcanzan cotizaciones que harían pensar que el material en que están ejecutados es oro. Esta nueva situación permitía al artista utilizar los materiales de una forma más libre, y por lo tanto adaptarlos al producto definitivo sin los condicionantes preexistentes, permitía incluso prescindir del trabajo material, centrándose en la idea, que en sí misma es considerada la obra de arte.

Cuando el artista francés César utiliza plata en la elaboración de uno de sus *pulgares* está buscando un efecto distinto al del bronce, lejos del elemento simbólico que la plata pudiera tener en un objeto litúrgico, y lejos de la valoración económica final de la obra. Por otra parte, estamos hablando de fundición, por lo que no existe un trabajo manual que incida en el resultado de la pieza, ya que el pulido y acabado se realiza por operarios y con medios mecánicos. La sustitución del bronce por plata, incluso por oro,

¹³⁰ **Danto, Arthur**, *Después del fin del arte*, Madrid, 1999.

llevada a cabo por muchos artistas, entre ellos Henry Moore, es práctica común entre escultores. Pero las condiciones de maleabilidad del oro no son ya, gracias a la multitud de aleaciones existentes hoy, una condición que implique necesariamente su uso para un proyecto concreto,¹³¹ por lo tanto, el artista utiliza oro y plata por motivos concretos que tienen mucho que ver con su condición de objeto inalcanzable. De hecho esta singularidad de los materiales preciosos, su alto valor, representa uno de los polos de atracción para los artistas que lo han utilizado: el uso irónico, la plasmación del valor material del objeto.

FOTOGRAFÍA Y NUEVOS MEDIOS

El caso de la fotografía presenta un debate sugerente, en primer lugar entre los propios creadores, alineados en dos frentes, los fotógrafos y los artistas que utilizan la fotografía. Por otra parte, esta fotografía es un fin en sí mismo, es la obra *per se* o es la documentación de un proceso artístico que no necesariamente tiene como fin la fotografía.

La fotografía pasa de medio a arte. Desde la Exposición Universal de 1855 se la trató como un

¹³¹ En los campos profesionales en los que es frecuente el uso de oro, como en el caso de los protésicos dentales, la necesidad durante el periodo formativo de practicar con una aleación lo más similar posible ha dado como fruto metales que reproducen casi literalmente las propiedades del oro, y que se comportan como él en los procesos de fundición y acabado, abaratando de forma sensible el proceso. Por otra parte, visualmente el efecto es muy similar, y el envejecimiento no es muy distinto.

arte industrial, y su reconocimiento como arte no tuvo lugar hasta el fin de la Segunda Guerra Mundial, alcanzando en los 60 una perfecta asimilación por parte de la crítica internacional. A partir de ahí nace un tipo de colección específica centrada en la fotografía, surgen los críticos de la fotografía, los historiadores de la fotografía y proliferan los certámenes y premios de fotografía. El mercado de pruebas fotográficas, en tanto que objetos estéticos autónomos está en estrecho contacto con esta confirmación de la fotografía como arte. Partiendo de los grandes nombres de los años 20, como Rodchenko o Man Ray encuentra la rareza, la unicidad y la excelencia, hasta el punto de compararse en el mercado con la pintura, como en el caso recurrente de la venta en Londres el 27 de octubre de 1999 de la *Grande Vague*, obra de Auguste Le Gray —activo en Francia entre 1850 y 1860— en más de 100 millones de pesetas, pese a tenerse constancia de la existencia de otras pruebas, cosa que Sotheby's no desmintió.

Benjamin nos sirve de introducción para la fotografía en su consideración de obra de arte. Partiendo de que, al igual que el grabado, surge de una matriz común, que su edición es normalmente múltiple¹³² y se lleva a cabo mediante procedimientos mecánicos, podemos llegar a dos conclusiones: la primera, la fotografía no es una obra de arte o bien, los planteamientos que acotan y definen el concepto de obra de arte están caducos. Para mediar en esta compleja cuestión se puede recurrir al sentido común, tras la observación de una fotografía de creadores distintos, en diferentes claves estéticas e ideológicas como

¹³² En la actualidad, tres son original, a partir de ahí baja su cotización y se consideran ediciones seriadas

Cartier Bresson, Josep Renau, Jeff Wall o Philip Lorca Dicorcia comprendemos que el intento de clasificación y encapsulamiento de la obra de arte desde la Revolución Francesa ha topado con un elemento que rompe moldes en pro de la libertad expresiva, por encima del medio.

La cuestión del fotógrafo y el fotógrafo-artista es un debate que comienza en los años 60, con la utilización de la fotografía en procesos artísticos como el *land-art* y el *performance*, generando una línea de trabajo que amplía medios y soportes con la aparición de la caja de luz y los montajes flotantes de fotografías con metacrilatos y acetatos. Este es un debate abierto en el que han participado las más importantes firmas internacionales, frecuentemente criticadas por los fotógrafos profesionales. Un caso singular es el de Cindy Sherman, que ante la pregunta de si ella era fotógrafo o artista respondía: *Artista, no pienso que el mundo de la fotografía me acepte. Cuando empecé, decían que mis fotos estaban mal enfocadas, mal reveladas.*¹³³ Para comprender la complejidad de esta situación apuntaremos que la obra de Sherman se encuentra presente en los más importantes museos del mundo. Otra línea de fotografía técnicamente sorprendente es la impulsada por los alemanes, con el inevitable referente de Andreas Gurski. Para estos artistas la objetividad es trabajada con ahínco en producciones ambiciosas de auténtico virtuosismo. Cuestión aparte es la irrupción de la fotografía digital, con todo el campo de posibilidades que plantea la aparición de programas de retoque fotográfico, que hacen que la foto tenga dos procesos de inter-

¹³³ Entrevista de Michel Guerrin en *Le Monde*. 7 de febrero de 1999.

vención: frente al motivo y posteriormente, limpiando o alterando la realidad captada por la cámara. Si antes recurríamos al referencial *Arte en la era de su reproducibilidad técnica* de Benjamin, actualmente podríamos plantear la vigencia de un ensayo que llevase por título *Arte en la era de Photoshop*.

El coleccionismo ha recibido frecuentemente la fotografía con frialdad debido a su supuesta fragilidad, al hecho de que la imagen —lo sabemos con certeza— desaparecerá en un periodo de tiempo muy inferior a la pintura. Esto ha hecho que se indague en técnicas y soportes destinados a fijar de forma definitiva la imagen, evitando entre otras cosas la resistencia del mercado a un producto perecedero. La fotografía digital presenta numerosas dudas, especialmente en el denominado *plotter*, ya que no hemos tenido tiempo de comprobar su perdurabilidad. Ante esta situación se presentan opciones como la de Joan Fontcuberta, que junto a la prueba definitiva de la foto, proporciona al coleccionista un archivo digital en cederrón que el propietario puede reimprimir en el caso de que el original se destruya o deteriore.

En lo que atañe a los aspectos económicos, la fotografía numerada ha dado lugar a un nuevo sistema de tarificación. Por ejemplo, una fotografía de la que existen 7 pruebas tiene un precio en las 3 primeras, que aumenta con las dos siguientes, llegando al precio más alto en la séptima, al ser la única restante en el mercado, por lo tanto más exclusiva, cuando la calidad de la primera a la última no varía, más en el caso de la fotografía digital, en la que el negativo no se gasta y las diferencias son inapreciables.

Dentro de esta situación nueva enmarcamos el uso del vídeo en la creación artística actual. Este tema aporta un elemento de complejidad a la etimología del término original. Generalmente se llevan a cabo tres copias del vídeo, consideradas por el artista y el mercado como máster, salvo en el caso de ediciones mayores, que se asimila a la categoría de múltiple. Sin embargo es tan grande la facilidad de copiar una cinta de vídeo, que la diferencia se encuentra en el certificado de autenticidad que acompaña a la cinta. La persecución de lo que podemos considerar una falsificación es imposible, y actualmente no es fácil recurrir a la legislación para un caso tan singular.¹³⁴

El vídeo ha permitido a los coleccionistas medios acceder a obras de las primeras firmas a precios razonables, presentando frente a la obra gráfica la posibilidad de intervenir en la proyección de la pieza, de limitar sus medidas, y de mostrar una obra innegablemente sofisticada, al margen de consideraciones de calidad o interés de la obra *per se*. Esto da lugar a una serie de derechos sobre la reproducción de la obra que muestran una compleja situación como se verá en el apartado siguiente.

¹³⁴En febrero de 2003 se constituía en Madrid el Consorcio de Galerías de Arte Españolas, tomando como primer objetivo la normativización del vídeo como producto artístico. Designada una comisión —de la que el autor forma parte— se planteó en primer lugar la asimilación del vídeo al grabado, considerándose el máster original de cada vídeo como la matriz del grabado, siendo cada una de las piezas un duplicado original. Sin embargo la facilidad de la copia en este medio ha necesitado de un trabajo arduo e inconcluso a la hora de escribir el presente texto, pero que arrojará un poco de orden y normalidad en esta práctica cada vez más extendida y aceptada por coleccionistas y museos.

PROPIEDAD INTELECTUAL DE LA OBRA DE ARTE. APROXIMACIÓN A UNA PROBLEMÁTICA COMPLEJA

Si partimos de la premisa de que el artista es el propietario del contenido simbólico de la obra, podemos considerar este complejo apartado desde una analogía con los directores de cine o los compositores musicales. Desde una simplificación tal, podríamos decir que existen de forma general dos procedimientos de venta de una obra por parte de un artista: la venta de la obra y su derecho de reproducción; o bien la venta de la obra, separando de esta operación los derechos de reproducción. La situación más común es la venta de todo como unidad.¹³⁵

La obra de arte, símbolo y mercancía a la vez, tiene una circulación, controlada por una serie de instituciones que a la vez la legitiman. Esta circulación se encuentra regulada por el derecho civil y el comercial: se encuentran protegidas y en cierta forma controladas. En este sentido, es imprescindible revisar la compleja cuestión de los derechos del creador sobre su obra. Partiendo de la generalidad, sobre la que existe un relativo consenso internacional, el artista tiene dos opciones: 1) la venta de los derechos sobre la obra, y 2), la venta de los derechos sobre la obra pero conservando los derechos de reproducción de ésta.

Hasta hace poco, la primera opción ha sido casi única, pero en la actualidad el artista mantiene una lucha abierta por el reconocimiento de los derechos de reproducción de sus obras.

¹³⁵ En España existen varias asociaciones que trabajan en este campo. Las más importantes son VEGAP y SGAE.

Otro caballo de batalla para el artista es el derecho a un porcentaje sobre la plusvalía en sucesivas ventas de la obras que hace tiempo salieron de sus manos. En Francia este hecho se encuentra legislado, teniendo participación en posteriores ventas el artista, si bien la dificultad del mercado privado por su sentido particular de la discreción, lo deja casi al margen. Donde sí se aplica esta tasa (3%) es en las subastas, pudiendo ostentar este derecho tanto el artista como sus herederos. Este es un ejemplo de interés por los derechos de venta de la obra, estipulado desde tiempos de Luis XVI.¹³⁶

Este *Derecho de seguimiento* se aplica de forma diferente en Italia, Francia, Alemania, Bélgica, Luxemburgo, España, Portugal y Dinamarca. No existe en Gran Bretaña, Suiza, Japón y Canadá. En Estados Unidos se aplica en el estado de California. Esta cuestión se debatió en el Consejo de Comisarios de la Unión Europea el 13 de marzo de 1996, decidiéndose por dieciocho votos contra uno una propuesta de directiva del Parlamento Europeo y del Consejo de Ministros relativa al *Droit de suite*, a favor del autor, sobre obra original.¹³⁷ En ese momento se establecía el 4% para obras de un valor entre 1.000 euros y 50.000, el 3% entre 50.000 y 250.000 euros y el 2% para obras que excedan los 250.000 euros. Estas cantidades deben ser abonadas por el vendedor, lo que representa un problema para marchantes y galeristas, poco favorables a esta opción. En la votación, el laborista Neil Kinnock votó a favor, lo que hacía pensar en un cambio de orientación de las tesis británicas.¹³⁸

¹³⁶ Santagata, *op.cit.* Pág. 81.

¹³⁷ *Ibidem.* Pág. 86.

¹³⁸ *Ibidem.* Pág. 87.

En España se ha planteado en repetidas ocasiones la necesidad de un derecho de exposición. En 1994, un grupo de artistas españoles, entre ellos Tápies, firmaba un manifiesto en Zaragoza reclamando este derecho. En Inglaterra se encuentra regulado: el *Exhibition Payment Right*, acuerdo voluntario ente el *Art Council*, *Regional art Boards* y galerías subvencionadas con fondos públicos.¹³⁹

La claridad de estas operaciones se ve dificultada por el carácter oral de la mayoría de acuerdos de venta de obras.

¹³⁹ **Towse, R.** *Protection of artists' Property Rigths: Cause or Effect of Market Distorsion?* Artículo presentado en el 8th. *International Congres on Cultural Economics*, Witten/Herdecke. 1994.

III. CIRCULACIÓN DEL PRODUCTO ARTÍSTICO

LA INTERVENCIÓN DEL CRÍTICO EN EL SISTEMA

Siempre ha existido la reflexión sobre el arte, desde Platón, pero desde la óptica del crítico como legitimador de la obra de arte y sujeto activo en el desarrollo de lo que luego constituirá el sistema del arte y sus precedentes a través de la historia nos interesa especialmente Vasari. Cuando el toscano escribe sobre Tiziano como un buen colorista pero mal dibujante, y malo en la composición,¹⁴⁰ el lector se debe plantear si lo hace de forma objetiva. Esta valoración va acompañada de elogios continuos a todos los artistas florentinos, muchos de ellos claramente inferiores al veneciano. Es decir, existe una motivación política en este juicio. Por simplificar al máximo, Vasari está promocionando a un grupo de artistas de una nación respecto de los de otra nación.¹⁴¹

En una época, la actual, en la que la imagen generada por el artista no es necesariamente parlante, toma un especial interés de cara al público el crítico

¹⁴⁰ Vasari, Giorgio, *Le vite dei piú eccellenti pittori, scultori e architetti*. Roma, 1997. Pp. 1285-1300.

¹⁴¹ Este es el caso más recurrente, pero Vasari plantea siempre esta cuestión entre artistas florentinos, romanos y venecianos.

como exégeta, como traductor de una obra, y por otra parte, como elemento activo de lo que hemos definido como sistema en la legitimación del producto artístico y su repercusión en el mercado.

Cuando hablamos de crítico en este ensayo, hablamos de aquel que trata un aspecto particular de la crítica estética: frecuentemente un historiador o un filósofo especializado en estética. Dentro de esta definición *grosso modo*, dividiríamos entre aquel especializado en arte antiguo, más cercano hoy al historiador del arte, y por otra parte todo aquel que aborda la creación de los siglos XX y XXI, específicamente el arte contemporáneo, es decir, la voz teórica y crítica del arte de los tiempos en curso. Ninguna profesión en el mundo tolera un mayor *intrusismo*: expertos en literatura, historia, historia del arte, filosofía, estética, galeristas, poetas, coleccionistas, artistas, gestores culturales (economistas y especialistas en Marketing) y un largo etcétera de profesionales o diletantes de innumerables campos se han acercado al balcón de la crítica de arte, lanzándose en numerosos casos desde allí a la piscina, pero dejando episodios de muy alto nivel no sólo desde la crítica que podríamos denominar oficial, asimilable a disciplinas como Estética o Historia del Arte: poetas, como Eluard, galeristas, como Kahnweiler, escritores, como Marinetti, Diderot, Apollinaire y fundamentalmente Baudelaire.

Durante la segunda mitad del siglo XX, siguiendo la estela de éstos, existen auténticos popes de la creación artística occidental, nombres como el ya citado Clement Greenberg, impulsor teórico del Expresionismo Abstracto estadounidense.¹⁴² En

¹⁴² Sobre las posturas radicales de Greenberg, resulta especialmente esclarecedor **Aznar, Sagrario**, *El arte de acción*, Bilbao, 1999.

este punto el crítico comienza a invadir un terreno nuevo como gestor cultural, compaginando la crítica escrita con el comisariado de grandes exposiciones, un fenómeno denominado *Blockbuster*, que toma un auge notable en la segunda posguerra y se convierte en elemento básico en las estrategias culturales ya en el contexto de la posmodernidad. Como ya se ha visto durante el análisis de la obra de arte, también Duchamp lleva a cabo una labor pionera en este aspecto de la gestión y difusión de la obra de arte de vanguardia, comisariando exposiciones en los dos continentes.

Esta conducción, perfeccionada y adaptada a la sociedad de consumo posmoderna, genera un fenómeno propio de los 90: el crítico como meta-artista. El comisariado de grandes exposiciones de arte contemporáneo se convirtió en un comisariado intelectual, artístico e ideológico: el artista cedía a la idea preconcebida del comisario o curador. En esto, como en tantos otros vicios de la creación contemporánea, el maestro ha sido Achille Bonito Oliva. Cabe destacar aquí su obra de 1976, referente fundamental, *Arte e sistema dell'arte*, un ensayo donde elaboró una definición del "sistema del arte" basada en la relación entre los varios sujetos que los componen (artista, críticos, galerista, coleccionista, museo, medios de comunicación y público). Bonito Oliva ha llegado a utilizar su propia imagen en muestras. Un verdadero *superstar* impulsor de lo que se ha dado en llamar *autocrítica de arte, metacrítica o crítica militar*¹⁴³ en términos del propio Bonito Oliva.

¹⁴³ **Curto, Alessio.** *Op. cit.* Pág. 52. Traducción del autor.

Esta inercia se perpetúa, y así el crítico defiende una tendencia por motivaciones políticas, ideológicas o estéticas, que lo llevan a atacar al “otro bando”. En realidad es un fenómeno recurrente en el periodo moderno, plagado de confrontaciones dialécticas y literarias de carácter estilístico-ideológico como cuando Milizia llama a Bernini y Borromini *peste del gusto*. En el pasado siglo XX se mantuvo la misma tónica, y así nació y se consolidó el crítico de tendencia, como el citado Greenberg.

En este apartado encontramos otra de las claves de legitimación de la obra de arte: el crítico que la respalda. Cuando el catálogo de una muestra viene firmado por teóricos de altura, como Bárbara Rose o Donald Kuspitt, por citar dos figuras muy consolidadas,¹⁴⁴ nos encontramos ya mediatizados por el peso del crítico, en lo que representa un fuerte apoyo.

EL COLECCIONISMO COMO LEGITIMADOR DE LA OBRA DE ARTE

Freud sostenía que en la raíz del coleccionismo existe una fuerte tendencia retentiva, proveniente del *estadio anal* de la evolución psíquica infantil. Los psicoanalistas han atribuido el fenómeno a la manifestación de una personalidad obsesiva, insegura y ansiosa de continuas confirmaciones del propio valor.¹⁴⁵ Podría parecer algo horrible si lo dejásemos

¹⁴⁴ Ambos críticos han participado en numerosas exposiciones en España, bien como comisarias, bien como autoras del texto.

¹⁴⁵ **Vettese, Angela.** *Op. cit.* Pág. 21.

aquí, una enfermedad psíquica incurable o algo parecido, pero esta anomalía del comportamiento tiene efectos enormemente beneficiosos, a la larga, en el tejido social.

Partiendo de su definición ochocentista, haríamos una clasificación de coleccionistas —dejando aparte el museo— en tres apartados:¹⁴⁶ Psicológico: económicamente fuerte, coleccionista de objetos preciosos; Económico: supeditado a las leyes de oferta y demanda y Jurídico: el que se plantea la dicotomía público-privado. El coleccionista actual, en cualquiera de los casos, mantiene una relación abierta con la obra y con el artista, a diferencia del comitente de tiempos pasados, existe una cierta independencia. En la actualidad esta independencia surge del hecho de que el artista no crea para el coleccionista: crea para el mercado. De esta manera, la obra llega al coleccionista mediante el sistema, del que es parte fundamental y nexo de unión. En este nuevo territorio, el coleccionista vincula al resto de factores e impone normas.

El coleccionista hoy surge en circunstancias diversas, pero normalmente es deudor de una tradición, y su labor se ve influenciada de forma notable por el entorno cultural. El particular caso de España, donde se ha generado un coleccionismo de arte contemporáneo sin existir una tradición cercana,¹⁴⁷ es un

¹⁴⁶ **De Vecchi-Cerchiari**, *Arte nel tempo*. Milán, 1994.

¹⁴⁷ Recordemos que la difusión del coleccionismo en la España del XVII se va diluyendo durante los dos siglos siguientes hasta convertirse en un coleccionismo conservador y volcado a la obra nacional. Por otra parte, durante este periodo se deshacen las mejores colecciones, como en el caso del Marqués de Salamanca en subasta, perdiendo España un patrimonio pictórico único, como queda reflejado en los ensayos de Gaya Nuño.

unicum. Después está la cuestión de disponibilidad, que en este apartado no es crucial: en la actualidad se puede generar una colección de arte contemporáneo con un sueldo medio. Este coleccionista de litmitdos medios medita cuidadosamente su enciclopédico grupo de piezas o se deja llevar por el instinto o el afecto, creando una colección más próxima a un diario íntimo: la colección de arte como autorretrato elaborado en el tiempo.

La apertura social que supone la ascensión de nuevas fortunas mercantiles, agrarias y posteriormente industriales, renovando la anticuada sociedad aristocrática, propició un clima en el que el nuevo coleccionista podía eludir las reglas del sistema aristocrático de mecenazgo y coleccionismo.¹⁴⁸

Para abordar este apartado deberíamos apuntar que el verdadero coleccionista en teoría no compra por motivos más que puramente de disfrute de la obra. Sin embargo no es siempre así, existiendo diversas motivaciones. Se da siempre una razón egoísta en el disfrute de la obra de arte de forma privada, al tiempo que denota una generosidad extrema en lo que respecta a la conservación de obras en conjuntos más o menos coherentes, evitando en lo posible su dispersión. El coleccionista contemporáneo asume un proceso costoso que va de la inversión en la adquisición, manutención y custodia, seguros, restauraciones, expertizajes y financiación, para la que se recurre incluso a *leasing*, como veremos más adelante.¹⁴⁹

¹⁴⁸ En este punto se debe valorar la diferencia entre la interpretación del mecenazgo artístico en los sistemas culturales protestantes y los católicos.

¹⁴⁹ **Sobrero, Maria Rosa.** *Aspetti economici del collezionismo d'arte.*

En el momento en que existe la obra de arte y ésta se valora, empiezan a existir los coleccionistas, pero éstos no juegan siempre el mismo papel. En todas las épocas ha existido un tipo de coleccionista que prestigiaba las obras que poseía, por ejemplo, para un pintor italiano del siglo XVI era motivo de orgullo que el rey de España tuviera obras suyas en palacio. Sin embargo es en el siglo XX cuando este fenómeno se potencia, y los coleccionistas particulares actúan como los antiguos mecenas, favoreciendo a artistas concretos. El coleccionista es, por tanto, un legitimador esencial de la obra de arte dentro del sistema.

Existen, al igual que en el resto de factores, una notable cantidad de arquetipos en lo que respecta al coleccionismo: inversores, buscadores de posicionamiento social, diletantes, artistas que intercambian su obra por la de otros colegas, o que podríamos denominar coleccionista visual: el visitante que disfruta de la contemplación y accede, en el mejor de los casos, a pósters y catálogos, compradores ocasionales que decoran un espacio...

Todos son buenos, de hecho son el soporte del sistema del arte, pero existe un arquetipo que centra este apartado y cuya historia y descripción abordamos. Este coleccionista, que dispone de un capital, como ya apuntaba, no necesariamente grande, muestra también intereses variados. En todos los casos, el coleccionista traspasa una barrera importante: posee la obra que otros sólo pueden admirar, y es consciente de ello. No necesariamente un Picasso, y en este sentido las ediciones abrieron todo un campo a coleccionistas que sólo podían acceder a obras de artistas jóvenes u obra menor de los ya consolidados.

No existen dos colecciones iguales, si bien en ciertos periodos, éstas están claramente influenciadas por una serie de factores sociales, económicos, culturales y políticos. Por ejemplo, si comparamos las colecciones gestadas en Nueva York entre 1890 y 1920 encontramos una búsqueda de una serie de autores que por encontrarse en una colección determinada, pasaban forzosamente a formar parte del resto. Si Rockefeller adquiría un Renoir, por ejemplo, también lo debían hacer Frick, Morgan o Mellon. Estamos hablando de un tipo de coleccionista que, al igual que el galerista de tendencia, genera movimiento e interés en torno a la obra de un artista o grupo. En la actualidad, el caso más destacado es el del empresario publicitario Charles Saatchi y su campaña de promoción de lo que se ha denominado Ybá's (*Young British Artists*) con acciones tan expeditivas y cuestionadas como la ya citada muestra *Sensation* y la polémica subsiguiente o más recientemente Francois Pinault, coleccionista francés que ha depositado de manera permanente su colección en Venecia. En Centroamérica un caso referencial sería la mexicana Jumex.

El caso de Saatchi es referencial, un modelo de estrategia aplicada al coleccionismo e inversión en arte. Durante los 90 adquirió obra de jóvenes artistas británicos, promocionando después exposiciones espectaculares, como fue *Sensation* en Nueva York, con gran escándalo en prensa. Estos artistas alcanzaron con su apoyo fama internacional, con lo que las obras que Saatchi adquiere se revalorizaron. Este modelo es observado por otro círculo que busca rápidamente las obras y artistas de referencia para Saatchi, en este caso Damien Hirst, se hacen con su obra y ésta sube su cotización hasta las estrellas.¹⁵⁰

¹⁵⁰ **Ruiz López, J. I.** *Anarchy in The Uk* en *CAVECANEM* 10, Murcia, 2000.

El galerista y el artista aprovechan este interés, y como promoción resulta interesante advertir a un posible comprador el hecho de que tal o cual artista ha pasado a formar parte de tal o cual colección, como si de un Museo se tratase. El coleccionista actual es un personaje sorprendentemente similar a los grandes mecenas de los siglos XVI y XVII. Consciente del mundo que le rodea, se siente partícipe del sistema artístico, fuertemente influenciado por artistas y galeristas. Disfruta de la posesión de objetos raros y preciados y conoce -o al menos intenta comprender- su contenido simbólico, así como su alto valor en la escala de posicionamiento social, y por tanto se relaciona como sujeto activo en la cultura de su tiempo.

Este coleccionista se puede calificar en algunos casos de Nuevo Mecenas, en un fenómeno frecuente en Norteamérica y en los países anglosajones. Ligados a iniciativas varias, entre las que encajan el coleccionismo industrial y las acciones sin ánimo de lucro, resulta definitivo en la difusión y conocimiento de los procesos desmaterializadores del arte, que sitúan a cierto tipo de obra conceptual, fuera de la órbita de galerías y mercados. Este coleccionista, que en 1992 describía Moulin,¹⁵¹ tiene cuatro objetivos esencialmente: el reconocimiento en la pequeña y exclusiva sociedad de amantes del arte, adhesión entusiasta a la contemporaneidad, y el intenso placer de participar en el descubrimiento y consolidación de artistas en el sistema. A su vez, y siempre siguiendo a la Moulin, este coleccionista atesora capital cultural, económico y social.

¹⁵¹ *Op. cit.* Pág. 220-227.

Cuando se analiza el coleccionismo actual, se puede apreciar la existencia de ciclos en las colecciones. Estos serían dos sucesivos: un primer ciclo artístico en el que la obra alcanza su desarrollo, sucediéndose las tendencias: esto llevaría al coleccionista a variar el rumbo de su colección: a terminar un ciclo y emprender otro. Este paso de ciclos se basa también en el aumento de cotizaciones: si durante los 70 se podía comprar obra de Tápies a precios razonables, ya en los 90 es casi imposible para un coleccionista medio, por lo que éste se dirige a obra de creadores más jóvenes.

El tema de la adicción, de la dependencia del consumo de arte puede ser tomada como un factor poco importante, cuando es esencial en la constitución de una buena parte de las colecciones de arte. Este tema ha sido largamente tratado por Becker y Murphy,¹⁵² así como por Villani.¹⁵³ Enlazando con lo propuesto por ellos, el coleccionismo de arte crearía una adicción similar a la de cualquier droga. Una vez emprendido el complejo camino iniciático, la colección devoraría la voluntad del coleccionista, introduciéndolo cada vez en nuevos campos, ampliando su deseo, su necesidad del producto artístico. Esta dependencia no es sólo psicológica, también cultural. El coleccionista no sólo acumula objetos materiales, también conocimiento, un manejo de ciertas materias que precisan del aprendizaje continuo, del viaje, en fin de la experiencia. La posesión de códigos interpretativos genera una creciente necesidad de conocimiento y especialización.

¹⁵² **Becker, G. Y Murphy, K.M.** *A Theory of Rational Addiction*, en *Journal of Political Economy*, 1996. pp.. 675-700.

¹⁵³ **Villani, A.** *Rational Adiction in the Arts*, en *Ricerche economiche*, 1946. pp. 41-54.

EL COLECCIONISMO CORPORATIVO

El coleccionismo denominado corporativo se presenta como una estrategia empresarial que toma un fuerte auge ya desde las vanguardias históricas en su forma más primitiva. Durante todo el siglo evoluciona, generando modelos fundamentales hoy en el sistema del arte. Desde las primeras iniciativas en este sentido, impulsadas por Kahnweiler, hasta las sociedades creadas por los galeristas neoyorquinos como Castelli para la adquisición puntual y posterior venta de obras especialmente significadas, se ha asistido a un perfeccionamiento y diversificación de este proceso que ha tenido como resultado situaciones diversas y complejas.

Tres modelos arquetípicos de este tipo de coleccionismo son GestiarTE en Italia, la sociedad creada por la Banque Nationale de París y la antigua Colección Amigos del Reina Sofía, en España,¹⁵⁴ hoy Colección Arte Contemporáneo.

La primera, creada por la empresa Finarte es una sociedad de acciones. La sociedad tiene un capital social suscrito y dirigido por un comité de tres socios, que compran obras de arte que las consideran una buena inversión.¹⁵⁵ Esta sociedad liquida su fondo al séptimo año de su existencia. Las obras no vendidas son adquiridas por Finarte, que así asegura la inversión de sus socios.

¹⁵⁴ Estas iniciativas han sido elegidas entre muchas otras por representar modelos muy distintos, lo que presenta un panorama clarificador.

¹⁵⁵ **Lemme, Fabio**, *I fondi d'investimento in opere d'arte en I Mercati dell'arte, aspetti pubblici e privati*. Turín, 1990. Pág. 69.

El segundo modelo, la Banque Nationale de París creó una sociedad dotada con 100 millones de francos franceses. El comité científico es el responsable de las adquisiciones hasta completar la inversión de la suma depositada. Las obras se exponen en la sede del banco, que ofrece a trescientos clientes privilegiados la posibilidad de comprar parte del capital social de la sociedad propietaria del patrimonio artístico, lo que reporta la confianza en la iniciativa por parte del nuevo socio.¹⁵⁶

El tercer modelo propuesto presenta diferencias notables respecto a los dos citados, basados en la posibilidad de inversión y beneficio más que en una supuesta labor mecenática. Por otra parte, ambas sociedades han adquirido obra de todas las épocas, mientras la española está centrada en el arte del pasado siglo XX, y con las vistas ya puestas en el XXI.

La española Colección Arte Contemporáneo, ha confiado en los críticos españoles de mayor prestigio, como Valeriano Bozal, para crear una colección de arte español del siglo XX más o menos enciclopédica. Siguiendo un programa de adquisiciones constante, han generado uno de los mayores fondos de arte español contemporáneo, que en muchos casos ha depositado obras en el MNCARS. Desde 2001, esta colección, que no busca un fin económico en primera instancia, sino más bien filantrópico, se encuentra instalada en Valladolid bajo el nombre de Museo Patio Herreriano.

¹⁵⁶ Lemme, Fabrizio, *op. cit.* Pág. 68.

LOS FONDOS DE INVERSIÓN EN ARTE

Están basados en una búsqueda de nuevas fórmulas de coleccionismo orientado a la inversión. Estas fórmulas, de gestación reciente, recurren a formas jurídicas complejas e innovadoras y se basan en un proceso más o menos similar, pese a los numerosos modelos. En primer lugar, el gestor debe asumir las competencias técnicas o bien delegar en una persona competente, entre los cuales se recurre a *dealers*, casas de subastas, etc. Posteriormente se busca el posible suscriptor a esta operación, planteándose en este momento la forma jurídica, bien un fondo común cerrado, asociación en participación, sociedad de capitales¹⁵⁷ u otras. A partir de aquí, se debe definir la especificidad de la colección a crear, centrada en un movimiento, periodo o artista. Todo esto bajo un estricto control de las cotizaciones de las inversiones realizadas, lo que arroja el valor de cada acción. En cuanto a la promoción, se destina un capítulo económico a la publicación de los fondos, exposiciones que revalorizen ante el público la colección y préstamos a museos o instituciones. En el capítulo de gastos se encuentra la conservación y estudio de las obras, así como seguros y transportes.

Entre los casos más notables se encuentra la colección del Chase Manhattan Bank. Constituida en febrero de 1989 con el nombre de Chase Art Fund., posee una de las más importantes colecciones de

¹⁵⁷ Este fenómeno ha sido estudiado en profundidad por Antonio Abate en *Fondi di investimento in opere d'arte. Analisi di alcune esperienze e considerazioni economiche generali*, en *I mercati dell'arte, aspetti pubblici e privati*. Turín, 1990. Pág. 103.

arte del mundo, con intereses diversos. El Chase Manhattan Bank poseía antes de esta iniciativa una notable colección, así como una larga experiencia en fórmulas similares en el terreno de los bienes inmuebles, lo que allanó un terreno propicio para dealers y galeristas. A la hora de encontrar los recursos, una de las fórmulas utilizadas por la entidad fue su fondo de pensiones. Esta iniciativa cuenta con un precedente en el uso en Gran Bretaña del British Railways Pension Fund, con el que se adquirió una gran colección de obras de arte que aportó unos resultados económicos importantes en los años setenta.

El banco neoyorkino fijó una cuota en sede de constitución de 10 millones de dólares a inmovilizar durante un mínimo de 5 años, lo que excluye al pequeño inversor.¹⁵⁸ Para las inversiones se planteó la adquisición de obras ajenas a los movimientos especulativos y con un valor mínimo aproximado de un millón de dólares, controlando desde ese momento el valor de sus inversiones mediante medidores como el Sotheby's index. Entre las nuevas fórmulas de adquisición de obras, y rompiendo para siempre el tradicional esquema artista-marchante-coleccionista, desde los años sesenta se impuso el *leasing*¹⁵⁹ en muchas operaciones de adquisición por parte de coleccionistas, lo que deja ver la adaptación del sistema económico al artístico y su interés por éste.

¹⁵⁸ **Abate, Antonio.** *Op.cit.* Pág. 105.

¹⁵⁹ **Angioni, Martin.** *Il contratto di leasing di un'opera d'arte en I mercati dell'arte, aspetti pubblici e privati.* Turín, 1990. Pág. 118.

EL MUSEO, COLECCIONISTA Y LEGITIMADOR INSTITUCIONAL

Desde el conocimiento de la historia del museo, y sabiendo que ya en la antigüedad ha existido, en forma de Tesoro, donde los atenienses guardaban las más altas creaciones, en forma de sacristía de iglesia, llena de tesoros a la manera del Sant Denis del abad Suger, en forma de colección medicea, expuesta en la tribuna de los Uffizzi o la Wunderkammer hasta el nacimiento del museo como hoy lo conocemos, heredero de la ilustración, tenemos toda una evolución fascinante. En el cambio del Antiguo al Nuevo Régimen, Monarquía, Iglesia y nobleza perdieron peso en esta función de mecenazgo, y el testigo lo recogió la burguesía. Para responder a estos cambios surgieron nuevas estructuras políticas, económicas y por supuesto culturales, que requerían de nuevos personajes.

Estos primitivos museos se mantuvieron de forma más o menos igual hasta que, ya en el siglo XX nació el Museo de arte Moderno, encarnado en el MOMA. Después, ya en los sesenta, nace el concepto de Centro de Arte, encarnado en el Pompidou parisino. Estos nuevos museos y espacios son, aparte de su función social y cultural, legitimadores de corrientes y tendencias, es decir, la obra de un artista no alcanza su madurez hasta que se expone en un museo. No todos los museos *puntúan* igual, no es lo mismo el MOMA que el Reina Sofía. En estos museos, que arrancan en sus colecciones generalmente con el impresionismo o las vanguardias históricas, no sólo encontramos Picasso, Miró o Warhol. Aquí

tenemos uno de los debates más interesantes del arte contemporáneo ¿Debe el museo albergar la obra de artistas vivos?, ¿Acaso esto no interfiere en el mercado del arte de forma decisiva?. El caso más significativo son los museos monográficos dedicados a un autor todavía vivo. ¿Existe una manera más clara de incidir en el mercado desde el plano institucional?

Las adquisiciones de un museo acrecientan su patrimonio y completan la visión que se pretende dar de un periodo, estilo o momento histórico, pero además son elementos clave en la promoción cultural. Los poderes públicos, sobre el concepto acuñado por la Aesthetical Welfare intervienen en la creación por medio, entre otros actores y principalmente, del museo. El museo, entre una indefinida cantidad de obras de arte suspendidas entre mercado y colecciones, lucha, teóricamente, contra las alteraciones del juicio estético para definirse.

La rareza de la obra de arte se basa en que es singular e irremplazable, indivisible y no sustituible. Un factor constituye la base de esta rareza de la obra de arte: no son eternas, a lo largo de la historia hemos perdido una parte fundamental del patrimonio artístico. La función principal del museo sería salvar las obras de arte sacándolas del mercado y ofreciéndolas a la comunidad. Estos museos, que en Europa no suelen poder vender su patrimonio, a diferencia de Estados Unidos, donde merced al procedimiento de *deaccessioning* pueden sacar a la venta sus fondos, son por otra parte el revalorizador de la obra de arte actualmente. En definitiva, esta unicidad y rareza condiciona el mercado, convirtiéndolo en un monopolio. En una mirada general

podríamos considerar que el mercado del arte se encuentra en manos de los grandes marchantes de rango internacional de los auctioneers, pero esto sólo ocurre en el segmento alto del mercado, como se verá más adelante. Tampoco el coleccionista es únicamente el museo y la fundación, que actualmente, y con notables excepciones en Estados Unidos, no están suficientemente armados financieramente para adquirir las obras más importantes de los artistas renombrados.¹⁶⁰

En definitiva, el Museo, como representante del aparato institucional es el principal legitimador de la obra de arte. Por otra parte el museo lleva a cabo exposiciones, que frecuentemente sirven para revisar la trayectoria de un artista o para rescatarlo del olvido, editándose un catálogo que permanece como referencia. Estos catálogos son tan importantes como la muestra, como escribía Félix de Azúa. El museo tradicional tiene mucho de congelador. La obra, extraída tiempo atrás, de las colecciones reales, de la nobleza o de la iglesia, se muestra como un trofeo. Ciertamente la obra de arte actual no ha sido creada para un lugar concreto, pero la tendencia de la museología ha sido desnaturalizar las piezas y convertirlas en objetos de culto, frecuentemente viajeros para mayor gloria de las blockbuster temáticas que facilitan el intercambio y la venta de merchandising.

¹⁶⁰ Al margen de las estrategias convencionales, cabe destacar la percepción del Estado como proveedor cultural en casos como el Aesthetical Welfare State. El proyecto gubernamental socialista ha respondido a un modelo de economía cultural mixto que supuso la socialización del riesgo artístico al igual que la reconciliación de arte y economía.

El Ministerio de Cultura francés es ejemplar en el argumento propuesto, llevando a cabo una notable tarea de promoción del arte contemporáneo, fundamentalmente por medio del Pompidou, en un enorme esfuerzo que denota que las estructuras artísticas dentro de la sociedad postindustrial, el sistema del arte en definitiva, ya no será nunca el mismo.

LAS FERIAS DE ARTE CONTEMPORÁNEO EN EL CONTEXTO INTERNACIONAL

El concepto feria contemporáneo de arte nace como alternativa al formato bienal (al modo de Venecia y Sao Paulo) y al de *Documenta* de Kassel. Las ferias tienen un claro objetivo comercial, a diferencia de los acontecimientos citados y presentando una variante también importante en las divisiones público-privado, individual-institucional.¹⁶¹

La primera feria de arte, la Kunsthalle de Colonia, tuvo lugar en 1967¹⁶² y se inauguró con 18 galerías seleccionadas por un comité organizador. La propuesta planteaba una alternativa a las grandes muestras institucionales en el sentido de la búsqueda de una visión de las últimas tendencias artísticas internacionales, pero al juicio del crítico, comisario o curator, se unía el del galerista. En esta

¹⁶¹ Nada más tradicional e histórico que una feria. Desde la Edad Media se convierten en circuitos fundamentales para las economías nacionales, especializándose cada vez más y manteniéndose en la actualidad. En el caso de las ferias de arte hoy, debemos considerarlas no sólo una cita económica: existe una percepción particular en este caso: la feria de arte como rehabilitadora y potenciadora del prestigio del galerista, merced a la finalidad cultural de la feria, como en el caso singular de ARCO, estudiado en el siguiente apartado. Dentro de los aspectos puramente económicos, presentan un factor importante en el comportamiento de las ferias ante las crisis monetarias, esto es, la sensibilidad del arte como bien refugio ante las oscilaciones del mercado, como las crisis de 1974.

¹⁶² No existe en España bibliografía específica referente a ferias de arte. Una buena síntesis de la evolución de estos acontecimientos la encontramos en **Poli, Francesco**, *Il sistema del arte contemporánea; Laterza*, Roma, 1999.

primera edición la selección se apuró al máximo, como muestra la corta nómina de galerías presentes, pero a partir de la segunda se amplió bastante el criterio, permitiendo la entrada a un número cada vez mayor de galerías. Siempre en Alemania Occidental, se celebró una nueva feria en Dusseldorf en 1974, lo que deja ver la pujanza del mercado alemán, hegemónico en Europa y rival directo del norteamericano, situándose ambos a una notable distancia del incipiente mercado japonés en aquel momento. Estas dos ferias, para evitar una innecesaria e incómoda competencia se celebraron de forma bienal, desapareciendo finalmente la de Dusseldorf.

En 1970 nació la Kunstmesse de Basilea, impulsada por dos marchantes, Trudi Bruckner y Baltz Hilts,¹⁶³ con el apoyo de Ernst Beyeler,¹⁶⁴ convirtiéndose desde el principio en la principal feria de arte en Europa. Una de las claves del éxito de Basilea reside en el estricto criterio de selección (con un comité que cambia cada tres años), que desde el nacimiento de la misma ha marcado un nivel muy alto. Con el paso de los años Basilea se ha convertido en un gigante internacional, donde se mezclan el trabajo expositivo anual de artistas y galeristas con la más importante oferta en lo referente al mercado secundario, y así no es difícil ver en cualquier edición de la feria obras fundamentales del siglo XX, cuyo destino sólo puede ser una gran colección, en palabras de Kosme de Barañano *donde aparece todo lo museable que no está en los museos y que aún puede*

¹⁶³ **Vettese, A.** «Investire in arte» en *Il Sole 24 ore Libri*. Milán, 1993. Pág.132-140.

¹⁶⁴ Para más información sobre este marchante y mecenas suizo, **Diez del Corral Corredoira, Pilar** “La fundación Beyeler” en *CAVECANEM 9*, Murcia, 2000.

*encontrarse en el mercado.*¹⁶⁵ El modelo de Basilea ha sido tomado como referencia en el resto de Ferias. En las últimas ediciones la feria suele contar con 260 galerías y 50.000 visitantes.¹⁶⁶ Basilea tiene asimismo una feria paralela, LISTE,¹⁶⁷ en la que se presentan las propuesta más recientes de jóvenes galerías, Volta, un modelo reciente que analizaremos más adelante y otras más específicas, como Hot Art Fair —anterior Balelatina, centrada en arte emergente latinoamericano o The Solo Show, con proyectos individuales.

El funcionamiento autónomo de Basilea y una inteligente política de sponsorización y apoyo, con algunas de los más importantes bancos y empresas del país —como UBS o Danone— implicadas han sido también fundamentales en la consideración de modélica. A nadie debe escapar la situación fiscal de Suiza, que sin duda favorece el coleccionismo y todo lo que lo rodea. Por otra parte la agilidad es otra de las señas de identidad de la marca, como prueba la inauguración en 2002 de Art Basel Miami. El proyecto, impulsado por el entonces director Samuel Keller, pretendía focalizar el mercado latinoamericano bajo su pabellón en Miami. El logro es evidente, y como prueba, a mediados de la década en torno a esta feria se ubicaban otras 22, a la sombra del entonces deslumbrante mercado que Art Basel generaba en la ciudad norteamericana.

¹⁶⁵ **Achiaga, Paula**, “Tras las huellas de Basilea” en *El cultural del Mundo*, Madrid, 7-2-01. Pág. 32.

¹⁶⁶ *Ibidem*.

¹⁶⁷ Esta iniciativa corresponde a otras paralelas en la práctica totalidad de ferias internacionales, como ARCO con el programa *Cuting Edge* o la sección en la remodelada feria de Miami que, destinada a las galerías más jóvenes, lleva por título *Currents*.

Sin embargo el modelo con el que Art Basel combate por la primacía del mercado no es ninguna de sus coetaneas ni de las ferias históricas, es Frieze, en Londres. Inaugurada en 2003 e impulsada por la propia revista, este evento abrió desde el primer día una vía hacia el hermético coleccionismo inglés y por extensión focalizó el norteamericano y centroeuropeo. Con base en la altísima calidad de lo expuesto, una propuesta más contemporánea, centrada en el primer mercado y en arte actual, materializada por un equipo en extremo profesional, desde su apertura desbancó a las competidoras en el continente. El creciente prestigio de la feria ha llevado a sus listas de *major collectors* a los más importantes nombres de magnates rusos y ha generado auténtica ansiedad entre las galerías por participar en ella, tanto como en Art Basel.

En 1974 daba sus primeros pasos otro de los gigantes europeos: FIAC, en París. Celebrada en octubre, se centra en arte del siglo XX¹⁶⁸ y recibe apoyo tanto del gobierno francés como de grandes empresas privadas, con Cartier a la cabeza. La FIAC suele ser tomada como referente, y así en las últimas ediciones del siglo incorporó a su programa de actividades diseño, moda, arte digital y DJ techno. En la actualidad y tras el nacimiento de Art Basel Miami, Frieze y otros modelos, busca su identidad y lucha por permanecer entre las principales ferias.

En Madrid desde 1982 se celebra ARCO. Esta feria puede ser considerada la antítesis de prácticamente todo lo propuesto en este libro: una de las primeras ferias de arte del mundo que nace en un

¹⁶⁸ **Molina, Angela**, "Los nuevos canales del arte" en *ABC Cultural*, 10-2-0.

país sin mercado, sin tradición coleccionista y sin centros de arte, que crece a pesar de ello y que se consolida como el principal evento artístico del país.

En el Madrid del post franquismo, esta propuesta de la galerista Juana de Aizpuru se presenta como una bocanada de aire fresco, de modernidad ansiada por una ciudad que quiere ser una gran capital del mundo. Sin embargo el entusiasmo no basta. En un principio los coleccionistas y las galerías asisten con la curiosidad de un país que se está abriendo al mundo y las posibilidades de futuro que ello conlleva, pero pronto se ve que son muy pocos los compradores, lo que fuerza a la feria a reinventarse continuamente en busca de alicientes. En 1987 Rosina Gómez Baeza sucede a Aizpuru y plantea un nuevo escenario con los organizadores, IFEMA (Institución Ferial de Madrid) en momentos críticos para la economía española. La bonanza del cambio de década consolida las estrategias de Gómez Baeza, basadas en una diversificación de propuestas cada vez más comisariadas. La Guerra del Golfo y la crisis subsiguiente da al traste con el optimismo y provoca años muy duros para todas las ferias, especialmente para ARCO. Sin embargo el apoyo privado e insitucional mantiene algo que todos en España entienden como esencial, tal y como el interés mediático demuestra año tras año. La pujanza del periodo 2000-2007 repercute en un aumento de calidad y ventas, pese a la competencia surgida con Londres y Miami. ARCO busca reinventarse nuevamente y, tras un trabajo formidable, Gómez Baeza deja la dirección en manos de Lourdes Fernández, que afronta los primeros años de la crisis con propuestas ambiciosas. Estas propuestas y la defensa

de un modelo de feria desembocan en la salida de Fernández tras un agrio enfrentamiento con la dirección de IFEMA. El nuevo director, Carlos Urroz, aborda el proyecto en los años más críticos para el mercado, pero lo hace con el bagaje de haber sido subdirector de la feria con Gómez Baeza y director de Helga de Alvear, una de las principales galerías del país. Una reducción del número de galerías y una mayor internacionalización de la feria son los postulados básicos de la nueva gestión para afrontar años críticos.

Tras el nacimiento de ARCO en España, se han sucedido las iniciativas feriales en todo el mundo, pero la más importante surgida tras estas históricas es Chicago. Desde 1992 esta feria, entonces organizada por Thomas Blackman (Thomas Blackman Associates)¹⁶⁹ era el gran acontecimiento ferial americano, facturando en 1999 la notable cantidad de 60 millones de dólares. Esta feria aún hoy viene recibiendo una media anual de 37.000 visitantes, de los que la organización destaca que la mayoría son dealers y marchantes, con un alto nivel de profesionalización.¹⁷⁰ Sin embargo, el traspaso de la feria llevó a años de incertidumbre y en 2005 la feria había perdido todo su atractivo internacional por la baja calidad de las propuestas. Sucesivos cambios de dirección y un criterio de selección muy bajo tiraba por la borda el prestigio de la que fue primera feria americana. En la actualidad es propiedad de Merchandise Mart, firma dirigida por Chris Kennedy y ubicada en el mismo edificio en el que se celebra la feria. La marca representa un nuevo esquema

¹⁶⁹ *Ibidem.*

¹⁷⁰ Datos facilitados por la organización.

ferial, adquiriendo franquicias en las localizaciones más interesantes, de manera que en la actualidad su catálogo incluye la propia Art Chicago, Volta NY y Volta-Basel, la Feria de Anticuariado de Chicago o Armory Show, la joya de la corona, la gran feria neoyorkina. Es la propuesta de franquiciado norteamericana para los nuevos tiempos.

No todo es prestigio, y así Art Miami, ha mostrado durante años un bajo nivel artístico frente al comercial, muy alto. Esta feria, que llegó a ser considerada por Bárbara Rose *muerta y claramente un fracaso*¹⁷¹ cambió su rumbo en 2000, tomando las riendas Ilana Vardy, conocedora del método de trabajo de la feria de Chicago, de la que había sido directora. La propia Vardy destacaba¹⁷² la vocación latinoamericana de una feria que en 2000 contó con 153 galerías. Este cambio se hacía necesario ante la ya citada creación de una sucursal de Basilea en la capital de Florida. Hoy es una propuesta de bajísima calidad.

Y es que existe un verdadero calendario de ferias internacionales que nos lleva durante todo el año de feria en feria. Este podría ser un itinerario tipo: Enero: Art Palm Beach, y Bolonia. Febrero: ARCO y Estocolmo. Marzo: Armory Show y Volta (Nueva York). Abril: Frankfurt. Mayo: Art Chicago, Art Ba (Buenos Aires), Ámsterdam y Milán. Junio: Art Bassel, LISTE, Volta, FIA (Caracas). Julio: Niza. Septiembre: SFIAE The international San Francisco Art Exposition. Octubre: FIAC (París) y Toronto International Art Fair. Noviembre: Frieze, París Photo,

¹⁷¹ **Rose, Barbara**, "Miami: el futuro está aquí", en *ABC Cultural*, 2-00.

¹⁷² **Achiaga, Paula**, *op.cit.* Pág. 34.

Colonia y Artíssima (Turín). Diciembre: Art Basel Miami Beach. A esto sumaremos la enorme cantidad de ferias paralelas.

Una de las más importantes incorporaciones recientes es Art Forum Berlín, inaugurada en 1995. Esta joven feria, cuya aparición modifica notablemente el mapa de ferias centroeuropeas, fue considerada una de las mejores en Europa¹⁷³ y logró relegar a la tercera posición a Frankfurt, antes de caer en un reciente declive, propiciado por la falta de mercado, la proliferación de ferias paralelas y sobre todo, el nacimiento de ABC Berlín. A pesar de ello, el nivel mostrado en sus ediciones ha sido siempre el máximo y, como afirmaba su entonces directora, Marianne El Hariri, ha sido la feria más importante en cuanto al arte de los 90 se refiere, dedicando una sección, bajo el título *New Attitudes*, al arte emergente.¹⁷⁴

A estas ferias debemos añadir fórmulas creadas a partir de los modelos centroeuropeos, con variantes como la feria de hotel, en la que la obra se expone en la habitación de estos establecimientos, más económicas, muy rentables pero con una difusión muy inferior al modelo tradicional, así como ferias en las que conviven arte clásico con contemporáneo, como TEFAF Maastricht y FERIAARTE, en Madrid. Dentro de los modelos referenciales, las históricas, buscan cada vez más una especificidad que las convierta en inevitables para el coleccionista, y así

¹⁷³ Esta afirmación del director de Flash Art, Giancarlo Politi ha sido recogida de **Achiaga, Paula**, "Tras las huellas de Basilea", en *El Cultural del Mundo*, 7-2-01. Pág. 33.

¹⁷⁴ *Op. cit.* Pág. 33.

Kunstkoln (Colonia) tras perder el apoyo estatal ha buscado la especialización en obra gráfica, centrándose la obra presentada en un periodo cronológico acotado a la posmodernidad. Esta feria, de gestión privada, ha dividido los expositores en dos plantas, una con galerías más consolidadas y otra para las jóvenes. Esta iniciativa va acompañada de ventajas a las propuestas más arriesgadas, como la reducción del 50% del precio del stand. Se pretende con esto acercarse no sólo al arte más joven, también al nuevo coleccionista que no dispone de un gran capital. Colonia ha tenido un problema añadido, al abrir sus puertas a todas las galerías alemanas, sin aplicar prácticamente criterio, vio descender su prestigio, ganado durante treinta y cinco años de trabajo. Se acusó a la feria de localista, de lo que su director, Bernd Aurdorheide se defendía recordando la importancia histórica.¹⁷⁵ Esta cuestión, el criterio de selección es, como apuntábamos arriba, el principal caballo de batalla (después de los aspectos puramente económicos) de todas las ferias, ya que unos criterios poco rígidos pueden producir efectos nocivos de los que un certamen de este tipo puede tardar años en desprenderse. De esto es un buen ejemplo Colonia. Durante toda la década 2000-2011 ha intentado reinventarse, llegando a inaugurar una sucursal en Mallorca, segunda residencia de una gran cantidad de alemanes con alto poder adquisitivo, pero no fructificó. En la actualidad se debate en un panorama extremadamente competitivo con pocas posibilidades de destacar en Centroeuropa.

Punto y aparte merecen las ferias latinoamericanas. A la histórica Arte Ba en Buenos Aires se han

¹⁷⁵ *Ibidem.*

sumado iniciativas desde Caracas a México y desde Sao Paulo a Santiago de Chile, abriendo un mercado antes débil a la sombra de la pujanza de las economías emergentes. Este es un fenómeno fascinante derivado de la situación macroeconómica. Si en 2007 era FEMACO, celebrada en el centro Banamex de México bajo la dirección de Zelika García, la más sólida apuesta era en primer lugar por la calidad de la propuesta, en segundo lugar por el fuerte atractivo de México y su paisaje artístico y en tercer lugar por no tener una competencia a la altura más allá de la inevitable Art Basel Miami. Sin embargo, cuando en 2008 se produce la primera crisis que lleva a la recesión a las economías norteamericana y europea, la situación en Brasil, México, Chile e incluso Argentina es diferente. Mostrando crecimientos del 4 ó 5 % frente a economías estancadas, el mercado del arte encuentra muy atractivos estos países (pese a fiscalidades tan incómodas como la de Brasil) y surge el contexto para la celebración de ferias de arte. Si hacemos una lectura en clave estratégica, es previsible que la concentración ferial de Miami se acabe disolviendo y el calendario se vea fortalecido por eventos que se amparan en los factores citados en el caso de México, lo que genera el interés en las galerías, conscientes de la debilidad de sus mercados nacionales e internacionales.

Caso muy significativo es el estado de las ferias en China. En 2005, en un momento en el que galerías europeas habrían sucursales en Pekín y Shanghai, sendas ferias destacaban en ambas ciudades. Cuentan con factores muy positivos como la pujanza de la economía china y oriental en general frente a la recesión global, sin embargo sufren la total ausencia

de coleccionismo antes de la “apertura”. Una desbordante cantidad de millonarios —algunas estimaciones hablan de 12 millones— son un mercado muy sugerente, sin embargo los handicaps que presenta este target nos remite a Larry Gagosian quien, tras asistir un año fue preguntado por la prensa qué le había parecido. El siempre claro y ágil Larry respondió: “llámenme dentro de 10 años”. Lo cierto es que, aunque sea un lugar común, el futuro está allí.

Más allá de las pautas que tradicionalmente justifican las ferias, desde hace algunos años se aprecia una tendencia orientada hacia la muestra comisariada, aproximándose y tomando elementos de la Bienal tradicional. Este hecho plantea claramente el interés de los organizadores no sólo en el coleccionista y el dealer: se busca al público general (más o menos especializado) que visita la feria, se busca el favor de la crítica en pro del prestigio. En cuanto al visitante de a pie, no coleccionista, las organizaciones feriales cuentan con un modo de ingresos importante, como es el *merchandising* específico de cada feria. En muchos de estos certámenes, al lujoso catálogo se suelen añadir otras publicaciones, camisetas o pins, al igual que en los museos. Esto nos lleva a la financiación de las ferias. Aparte de la recaudación diaria de entradas y el *merchandising* —es decir, del público— una feria cuenta con ingresos o apoyos provenientes del Estado —no todas—, de los ayuntamientos, de empresas que esponsorizan el acontecimiento y de las galerías o instituciones que pagan el stand.

Por lo tanto, el gran público también cuenta. Incluso, en el aspecto económico, ya que en estos acontecimientos se vende entrada y se instalan

servicios de bar y comidas. En este aspecto, en lo referente al número de visitas, ARCO se sitúa a la cabeza, con 165.000 visitantes en 2000, seguida de París, con 80.000, Colonia con 70.000, Basilea con 50.000, Frankfurt con 25.000, seguidas por Miami y Berlín con 20.000.¹⁷⁶

¹⁷⁶ **Achiaga, Paula**, *op. cit.* Pág. 34.

LAS SUBASTAS

La primera referencia histórica a una subasta la encontramos en Herodoto, que cuenta cómo los babilonios hacían exposiciones con las muchachas casaderas, cediéndose éstas al mejor postor.¹⁷⁷ Posteriormente los romanos acuñaron el término *asta*, aún usado en Italia y del que deriva el español *subasta*. El origen es militar: los romanos repartían el botín de guerra poniéndolo en venta en un lugar marcado por un asta clavada en tierra. Como recordará el lector, ya analizamos la derivación del latín *auctio* del latín *augeo*, aumentar¹⁷⁸ en el inglés *auktion*.

Paradójicamente, la subasta se presenta desde sus orígenes romanos y mediante su tradición anglosajona como una fórmula que confiere transparencia al sistema del arte.¹⁷⁹ Por otra parte, la casa de subasta es un eficaz método para la afloración a la opinión pública de obras de arte que de otra manera se moverían en un peligroso mercado secundario oscuro, falto de legislación y que permite la salida de obras importantes de sus países. Este es el origen de su éxito en el siglo XVIII, con el fin del antiguo régimen y la decadencia de la nobleza en Francia y España y el avènement al poder de la burguesía inglesa, que podía comprar el patrimonio artístico de los antiguos pudientes de ambos países. Es este el momento en que nacen los dos gigantes: Sotheby's y Christie's.

¹⁷⁷ **Vettese, Angela**, *Invertir en arte. Producción, promoción y mercado de arte contemporáneo*. Valencia, 2002, Pág.137.

¹⁷⁸ *Ibidem*.

¹⁷⁹ **Micheli, Francesco**, *Le aste degli oggetti d'arte in Italia en I mercati dell'arte, aspetti pubblici e privati*, Turín 1990. Pág. 73.

La movilidad es un factor clave en el progreso de las dos grandes casas de subastas a lo largo de todo el siglo XX, que ve la apoteosis de ambas firmas y la decadencia y desaparición de la antigua competencia. Disputan a los marchantes y se disputan ente ellas tanto a los vendedores como a los compradores, que se desplazan con mayor facilidad que los primeros. En el momento de la crisis petrolera de 1975-77, ambas casas decidieron imponer una carga del 10% al comprador, lo que permitió reducir la comisión sobre el vendedor, dando a los subasteros una gran ventaja sobre los marchantes, cuya comisión se sitúa ente el 20 y el 50%. Otras medidas fueron tomadas en favor del vendedor: avances sobre el producto de la venta, fijación de un precio de reserva; garantía mínima de precio por una obra o un grupo de obras, sea cual sea el resultado de la venta. La diferencia entre la reserva, procedimiento tradicional, y la garantía de venta a un precio dado, procedimiento reciente, es considerable: la reserva da el derecho al vendedor de oponerse a la adjudicación si la subasta varía mucho el precio fijado por adelantado. La garantía mínima es un verdadero seguro para el vendedor, que obtendrá al menos el precio de garantía y, Eventualmente, un precio superior.¹⁸⁰

En definitiva, ambas casas controlan el mercado y deciden las normas. Para apoyar esta pujanza internacional, llevan a cabo acciones espectaculares, como fue la compra de los fondos de la galería Pierre Matisse. El 6 de abril de 1990 Sotheby's y la

¹⁸⁰ Este es un tema tratado en profundidad por Moulin —**Moulin, Raymonde**, *L'artiste, l'institution et le marché*. París, 1997. Pág. 23— que se apoya en los trabajos de Tomkins sobre el tema.

galería Acquavella anunciaban la compra conjunta, por 142 millones de dólares de los riquísimos fondos de esta galería. La mayoría de los cuadros debían ser vendidos por el marchante William Acquavella a otros marchantes.¹⁸¹

Cuestión central en este tema es la definición de los factores del precio en una subasta. No sólo incide la calidad intrínseca de la obra, el sujeto, su pedigree, el estado de conservación, ya comentados y definidos anteriormente, otros factores deciden en el precio final de la obra subastada: el lugar, la firma, las tasas, la legislación en vigor sobre la protección del patrimonio, la estrategia del vendedor en lo que respecta al precio de reserva, la personalidad del subastero, la presencia o ausencia de grandes compradores o sus representantes, la naturaleza de la competición que se instaura entre los compradores potenciales. Pero existen factores que preceden a éstos, como la evolución de la educación, la internacionalización de los intercambios, y lógicamente la situación financiera internacional.¹⁸² Son cuestiones que ayudan a aclarar la aparente paradoja de la obra de arte como buena inversión a corto plazo y mediocre a largo plazo, como se viene constantando desde los años 70.¹⁸³

¹⁸¹ Siendo este un tema recurrente en los repertorios sobre el mercado del arte, es tratado en profundidad por Heller, Ben en 1990.

¹⁸² **Moulin, Raymonde**, *L'artiste, l'institution et le marché*. París, 1997. Pág. 24.

¹⁸³ Destacar en este apartado el estudio de Robert C. Anderson, que en 1974 presentaba un método para determinar el precio de la pintura, con una primera fase consistente en la ecuación regresiva en la que el tiempo constituye una variable, con el análisis de 13000

En lo referente a las subastas, hay toda una tradición de teóricos que cuestionan su estabilidad, como J.P. Stein, que en 1977 afirmaba que Los valores de la pintura no son seguros en periodo de recesión, o Baumol, que recalca lo imprevisible de los gustos, lo que le lleva a afirmar que nadie está en condiciones de ganar contra el mercado.¹⁸⁴ En el caso de Frey y Pommerehne, los cambios de precios resultan de un proceso aleatorio. Los movimientos no son previsibles por los expertos, no se pueden ni anticipar ni explotar sistemáticamente, se analizan siempre retrospectivamente.¹⁸⁵ En este campo de tra-

precios para el periodo 1780-1970. Con la segunda fase o segundo método, mediante cambios de precios de pinturas vendidas más de una vez, analiza 1730 parejas de precio entre 1653 y 1970. La tasa anual de rendimiento viene evaluada, según la primera fase un 3,3% y según la segunda un 4,9%. Las dos son inferiores a las tasas de rendimiento en el mismo periodo de los activos financieros. Sin embargo se debe distinguir entre los periodos que fija Anderson: maestros antiguos, pintores ingleses de los siglos XVIII y XIX, y otras categorías con menos incidencia. El autor estima que de 1951 a 1969 las pinturas impresionistas se revalorizaron en una tasa anual de rendimiento del 18% —la tasa del *Times Sotheby's Impressionist Index* para el mismo período es del 17-2%— lo que deja ver la asimetría del proceso según la jerarquía estética. En **Moulin, Raymonde**, *L'artiste, l'institution et le marché*. París, 1997. Pág. 26.

¹⁸⁴ Baumol, William, Bowen, J. William G. *Performing Arts. The Economic Dilemma*, Cambridge, Massachusetts. 1967.

¹⁸⁵ En cuanto a la tratadística más reciente, Chanel, Gérard-Varet, Ginsburgh, etc., el centro de interés precisa de los autores, fundamentalmente impresionistas y postimpresionistas.

bajo destacan las técnicas de regresiones hedonistas utilizadas por el equipo de L. A. Gérard-Vaet, que permite comparar el comportamiento de un índice construido de precios del arte y el índice de valores bursátiles. El análisis muestra que las fluctuaciones de la Bolsa preceden a las del arte. La bolsa actúa sobre el mercado del arte con el retraso de un año.¹⁸⁶

Según Moulin,¹⁸⁷ el mercado de obras consagradas se opone al mercado del arte contemporáneo desde el doble punto de vista de la fijación de la oferta y la objetivación, por tiempo e historia, de valores artísticos. Sin embargo, las diferencias entre el mercado de grandes artistas y el del contemporáneo son mucho menos rígidas de lo que se pueda pensar en un análisis simplificador que los define en oposición del uno con el otro. En el mercado del arte no contemporáneo, la línea de demarcación entre los valores seguros e inciertos no es siempre evidente, y la elasticidad de la oferta no es nula. Como el mercado del arte contemporáneo, el clásico es un mercado en el sentido económico del término, donde se elaboran los precios, que se sitúan en estrecha interacción con un campo cultural, donde se definen y se revisan las apreciaciones estéticas. La complejidad de la relación que se instaura entre los dos favorece las manipulaciones estratégicas tanto de los agentes culturales como de los del mercado.¹⁸⁸

Sin embargo, el juego no siempre es tan claro. En diciembre de 2001 terminaba un proceso judicial que tuvo por conclusión la culpabilidad de Alfred Taubman, ex presidente de Sotheby's y Anthony

¹⁸⁶ *Op. cit.* Pág. 93.

¹⁸⁷ *Op. cit.* Pág. 45.

¹⁸⁸ *Op. cit.* Pág. 30.

Tennant, su homólogo de Christie's en un escandaloso asunto de pacto de precios¹⁸⁹. Estos dos gestores, responsables del 90% del mercado artístico habían negociado durante años las cotizaciones y comisiones asignadas a los vendedores, creando una lista preferencial de cincuenta grandes coleccionistas a los que se aplicaban mejores comisiones y que ambas casas compartían. Este escándalo provocó que Taubman se refugiase en Inglaterra, donde este tipo de estafas no dan lugar a una extradición. Ante la denuncia de 2000 clientes por prácticas abusivas, la ex directora de Sotheby's, Diana Brooks reconoció estas estrategias por las cuales las dos casas de subastas más importantes del mundo pactaban las subidas, comenzando Christie's y continuando Sotheby's unos meses después —estamos hablando de un duopolio, la diferencia con el resto de casas es abismal. Un jugoso negocio de 400 millones de dólares. El FBI, puesto en aviso tras las denuncias dejaba al descubierto la cloaca del sistema del arte.

Las subastas son en parte el termómetro del arte respecto a la economía, pero no siempre son el mejor baremo. La subasta es dada a la especulación, como descubrieron los norteamericanos en los setenta. Si por ejemplo, reunimos un grupo de coleccionistas que poseen un gran número de obras de un artista y llegamos a un acuerdo, podría suceder esto: sacamos a subasta en Christies de Nueva York una obra cuyo precio real es 20.000 \$. En esta sesión todos los coleccionistas citados pujan por la obra hasta llegar al millón. Ese millón lo pagan entre todos, pero para

¹⁸⁹ Reuters. EFE. "El ex presidente de Sotheby's, declarado culpable de pactar precios" en *El País*, 6 de diciembre de 2001. Pág.23.

el mercado internacional, nuestro artista ha rebasado la cotización del millón de dólares, ha subido ostensiblemente, con lo cual estos coleccionistas han visto cómo las obras que ya tenían han subido de precio de forma notable. Esta vez las ponen en el mercado y obtienen pingües beneficios. Esto es lo que ocurrió hace unos años con Jasper Johns, el artista, hasta entonces, vivo más cotizado de la historia del arte. Los cuadros que se subastaron por 2000 millones de pesetas habían sido vendidos por el norteamericano quince años antes por medio millón.

Lo que se pretende con estos ejemplos es mostrar la subasta como un legitimador de la obra de arte, pero susceptible de especulación y de intereses no siempre limpios.

LAS GRANDES SUBASTAS DE ARTE CONTEMPORÁNEO

Las subastas parisinas del primer cuarto de siglo representan la irrupción de nuevos métodos de inversión y, un paso más allá, la incipiente especulación que protagonizara este mercado.

Entre 1914 y 1920 tienen lugar dos subastas extraordinarias en el hotel Druot. La primera, la de la colección de la Peau de l'Ours sacó a la palestra 88 pinturas y 144 dibujos de los nabis, fauves y del primer Picasso, entre las muchas obras maestras de esa sesión, Familia de saltimbanquis. Esta asociación, creada por André Level invertía al año 2.750 francos, y la venta produjo 100.000, una cantidad espectacular que deja ver el momento óptimo del mercado. Por otra parte, el beneficio se redujo para la asociación porque ésta cedió el 20% a los artistas, en un precedente de una polémica que aún a finales del siglo XX mantienen artistas y salas de subastas sobre el derecho del artista en casos de reventa.¹⁹⁰

El segundo hito de este afán adquisitivo tuvo lugar con la subasta de la colección Kahnweiler, enajenada por el gobierno francés al ser este ciudadano alemán. Esta subasta sacó a la luz, en cuatro sesiones, la mejor colección que probablemente haya existido nunca de Picasso, Braque, Gris, Derain, Vlaminck, Léger y Van Dongen. Esta colección, desmembrada para siempre, fue pasto de especuladores, incluyendo los principales nombres del mercado parisino, como Bernheim, Paul Rosenberg o Paul Guillaume.

¹⁹⁰ Esta polémica se reabrirá aun en 1973 con la venta en Sothebys Nueva York de la colección Scull.

Ente los ejemplos más claros de la euforia adquisitiva, la venta en la subasta de la colección Quinn, en fechas cercanas a las anteriores, de un Rousseau por 580.000 francos, un dato que nos acerca a casos recientes, como el recurrente de Jasper Johns.

La validez de la casa de subastas en el arte contemporáneo descansa fundamentalmente en su capacidad de estabilizar y desestabilizar precios, claramente una forma especulativa de política económica. Son una especie de termómetro imperfecto que asigna papeles diferentes dentro del mercado artístico.¹⁹¹ Las subastas, una especie de batalla abierta sobre un precio base siempre por debajo del precio real, son utilizadas para defender o lanzar un artista determinado.

Este capítulo tiene un cierre natural: la subasta, celebrada el 15 de septiembre de 2008, de una colección de obras de Damien Hirst producidas ex profeso para ser subastadas. Hirst es, junto a Jeff Koons y Murakami, el artista internacional más buscado. Autor irreverente, ha focalizado su propuesta en una provocación constante no siempre de gran calado intelectual o estético, pero perfectamente abrigada por el mercado y las estrategias de marketing, elementos que el artista defiende como algo consustancial a su status en el sistema artístico. Cabeza de los Young British Artists, cercano a Charles Saatchi, desarrolla su carrera junto al dealer Jay Jopling en la mítica galería londinense White Cube y logra un fuerte reconocimiento con base en sus polémicas instalaciones a partir de Sensation, la ya comentada muestra.

¹⁹¹ Curto, Alessio. *Op. cit.* Pág. 71.

El 30 de agosto de 2007 presenta –y vende– una *calavera* humana cubierta de 8601 diamantes por 100 millones de dólares. Es el precedente de su más ambiciosa propuesta de mercado. La subasta de su propia obra. Como apunta Ainhoa Paredes en ABC, “Por lo general las galerías son las que venden las obras de los artistas, a quienes promocionan mediante exposiciones; a cambio se quedan con el 40 ó 50 % de la transacción. Desde su fundación, en 1744, Sotheby’s había respetado un acuerdo no escrito que marcaba que las casas de subasta vendiesen obras que tuviesen como mínimo cinco años de antigüedad. Pero como éstas se alimentan cada vez más de arte contemporáneo, los marchantes se han visto obligados a aceptar que el mínimo se reduzca a dos años. Desde hoy estas normas son cosa del pasado”. Ergo, Hirst acaba con una tradición de más de dos siglos ante la posibilidad de mercado en una subasta celebrada.

Hay algo inquietante más allá de que el Becerro de oro se cerrase en 10.345.250 libras (la venta fue un éxito considerable) : esta subasta tiene lugar 15 días antes de la caída de Lehman Brothers. Consciente de ello o no, Hirst estaba cerrando con un dorado broche el periodo de bonanza ante la recesión que se estaba gestando.

EL GALERISTA

Hoy como ayer, los buenos marchantes parecen cortados por un mismo patrón, están condenados a trabajar en solitario, fiados únicamente de su olfato, en un cara a cara permanente y obligado. A nadie extrañe, pues, que muchas veces la suya se les caiga a pedazos. Deben conjugar en una misma personalidad un abanico de cualidades tan variopinto como difícil de resumir: la sagacidad mercantil del fenicio, la paciencia y la fe ciega del misionero, la locuacidad y la tenacidad del político, la carencia de raíces del apátrida... deben ser, sucesivamente o al tiempo, árbitros y jueces, enfermeras y bomberos, prestamistas y abogados del diablo. Si las cosas no funcionan, ellos asumirán todas las culpas. Si van bien, sus méritos quedarán lógicamente palidecidos por los del artista. Y aún más. Para ser un buen marchante son necesarias grandes dosis de valor.

Francisco Rivas¹⁹²

En 1540, cerca de la Bolsa de Amberes nacía la *Schilder Pand*, primer comercio permanente de cuadros.¹⁹³ Surgía este espacio gracias al auge de Amberes, Rotterdam y Amsterdam como principales centros económicos de Europa, así como de la democratización de la pintura llevada a cabo en Flandes durante el siglo XVI, que tendría su confirmación en Holanda durante el siglo XVII: en este momento la burguesía tomaba el mando como comitente de obras, menores —frecuentemente— y retratos, frente

¹⁹² *La soledad del marchante*, en *Por el arte*, Madrid, 1985, Pág. 91.

¹⁹³ **Vettese, Angela**, *Invertir en arte. Producción, promoción y mercado del arte contemporáneo*. Valencia, 2002. Pág. 31.

a la ya menos pujante nobleza y clero. Estas nuevas clases pudientes optaban por invertir en arte ante la carencia crónica de terrenos en Holanda, por lo que desviaban sus capitales acumulados hacia Ruysdael, Hals o Rembrandt. Es el momento en que la obra de arte se convierte en un producto financiero. Tres siglos después, los japoneses, líderes económicos mundiales, descubren que el precio del suelo en el país del sol naciente es excesivo, por lo tanto una mala inversión, y deciden inmovilizar sus capitales en obras de arte occidentales, a partir de lo cual se da el mayor fenómeno especulativo en el mundo del arte a lo largo de la historia. El proceso se ha demostrado sólido, con sus obvias carencias.

Desde el nacimiento de la Schilder Pand, el espacio expositivo destinado a la compraventa de obras de arte que denominamos galería ha crecido, se ha convertido en un elemento cultural de primer orden, se ha metamorfoseado según la necesidad del artista: desde los impresionistas y Durand Ruel, pasando por Picasso y su editor y galerista, Ambroise Vollard, o Andy Warhol que mostró en Leo Castelli almohadones llenos de helio, René Block, también en Nueva York, se convirtió en lugar de supervivencia para Joseph Beuys y un coyote al que pretendía domesticar. En 1958 Yves Klein mostró en Iris Clert una estancia llena de pura sensibilidad de artista: vacía de elementos materiales. Sperone *no* hizo una exposición de Robert Barry, permaneciendo la galería cerrada durante la muestra. L'Attico de Roma se convirtió en una cuadra para los caballos de Kounellis y así un largo etcétera. La galería ha aportado al artista a lo largo de todo el siglo XX no sólo un espacio dónde mostrar su obra y comercializarla, ha sido el lugar

de la evolución de las tendencias gracias al riesgo asumido por los galeristas, mucho mayor en cada momento al de las instituciones públicas.

Aunque la afirmación resulte sorprendente, la galería de arte es una desconocida. Varios elementos han contribuido a esta imagen falsa y distorsionada. Por una parte, el periodismo —distinguir entre crítica y periodismo— dedicado a la difusión del arte contemporáneo es de una calidad lamentablemente baja, y siempre ha estado preocupado sólo por los aspectos más triviales y espectaculares del tema. Por otra parte, el volumen de negocio del arte contemporáneo no justifica ni puede permitir costosas campañas mediáticas, por lo que el gran público no llega, salvo en contados casos, a conocer la realidad de un fenómeno apasionante, mostrando una imagen frecuentemente errónea del galerista.

Citando a Ángela Vettese,¹⁹⁴ los numerosos ejemplos que podemos tratar demuestran, en lo referente a los galeristas, que se trata de personas con dos características bien definidas: por un lado están guiadas por un brutal realismo y un fuerte sentido de los negocios, y consiguen aplicarlos solamente a aquello que estimula su curiosidad cultural. Por otro, la sinceridad de estos comerciantes y el amor por aquello que venden están avalados por el hecho de que todos, indistintamente, crean una colección propia y porque muchos de ellos han empezado a vender sólo para poder permitirse seguir comprando.¹⁹⁵

¹⁹⁴ *Ibidem.* Pág. 46.

¹⁹⁵ *Ibidem.* Pág. 114.

Durante el pasado siglo XX los galeristas privados han jugado papeles decisivos en la difusión del arte. En el arte contemporáneo, es el agente que toma el relevo de los tradicionales mecenas. En el cambio del Antiguo al Nuevo Régimen, Monarquía, Iglesia y nobleza perdieron peso en esta función de mecenazgo, y el testigo lo recogió la burguesía. Para responder a estos cambios surgieron nuevas estructuras políticas, económicas y por supuesto culturales, que requerían de nuevos personajes. El *marchand*, precedente del actual galerista, es uno de ellos.

El galerista es el personaje más silencioso del *sistema* del arte. No existe prácticamente su testimonio escrito, salvo contadas excepciones no queda reflejada su visión del arte, siempre expresada por el artista, el historiador, el crítico o el autor de los textos de los catálogos. Sin embargo, y ello lo prueba Vollard con su *Souvenirs d'un marchand de tableaux*, en ocasiones aporta una visión interesante de las cosas. En el caso de las galerías, no es algo nuevo, siempre ha existido un mercado del arte, pero nunca tuvo un efecto tan grande en la opinión pública, ni tanta importancia para el artista como en el siglo XX. Sería interesante un trabajo que recogiera la imagen del marchand desde el primitivo vendedor de cuadros en la pintura de Antolínez, hoy en la Pinacoteca de Munich pasando por el de Paret, Ambroise Vollard, retratado por Cezanne y Picasso o Ileana Sonnabend y Leo Castelli por Warhol hasta hoy. El galerista no es sólo un personaje más retratado por artistas, un simple vendedor.

La clasificación de los tipos de galerista podría ocupar varios volúmenes como el presente. Son

muchas las clases de galerista a tenor de la obra con que se trabaja,¹⁹⁶ (figurativa, contemporánea, abstracta, vanguardias históricas, figuras locales, etc.), de su dimensión (local, nacional e internacional) o de las exposiciones que lleva a cabo: concebidas ex profeso para su espacio o de restos de almacén —a este segundo tipo recurren la mayoría de galerías por diversos motivos. La labor cultural que cada uno desarrolla es otro factor de diferenciación; por un lado galeristas que encaminan su programación a aspectos puramente comerciales, mediante artistas generalmente prestigiosos —marchands con espacio en el que se muestra obra— y los que llevan a cabo una programación propia, que conlleva una apuesta y una línea de trabajo que imprime el sello a una galería. Esta distinción nos da un abanico bastante amplio, sin haber tocado todavía la consitución jurídica de la empresa en el marco legal: trabajadores autónomos, comunidades de bienes, sociedades limitadas, sociedades anónimas, agrupaciones culturales *sin ánimo de lucro* e incluso fundaciones.¹⁹⁷

Los calificativos *revalorizador* y *comerciante* son inherentes al galerista, no siempre es así con el revendedor y el especulador. Este es un terreno movedizo, que consideramos la principal diferencia, por encima de las anteriormente citadas. La galería de arte es un término que trasciende el espacio físico en el que se ubica y al hecho de la venta en sí.

¹⁹⁶ Descartando los espacios erróneamente denominados galerías en los que el artista debe pagar para exponer.

¹⁹⁷ **AAVV.** *Anuario de la Unión de Asociaciones de Galerías de Arte Profesionales de España.* Madrid, 2001.

LAS REDES DE MERCADO

Una galería se circunscribe al ámbito territorial donde se encuentra radicada, ampliando éste por medio de ferias y otros recursos, desde la publicidad hasta la participación de sus artistas en muestras institucionales. La ampliación de este territorio en lo que respecta a la promoción de sus artistas depende de la creación de redes entre galerías de distintas ciudades o países. Existen multinacionales, como Marlborough o Gagosian, de alto poder económico que instalan sedes en los países donde perciben la posibilidad de negocio, pero éstas son las menos, pese a su potencial económico y estratégico.

La situación más frecuente es el acuerdo entre galerías para generar circuitos en los que los artistas pasan de la dimensión local a la nacional y después a la internacional. Esta relación de préstamo e intercambio se estipula según dos tipos de acuerdo. El préstamo suele conllevar condiciones ventajosas para la galería de origen, mientras en el intercambio se estipulan a partes iguales comisiones y gastos. Esta circulación resulta imprescindible en el eje EEUU-Europa, en ambas direcciones, pero con clara ventaja de los norteamericanos, frecuentes prestadores y rara vez receptores. El mercado latinoamericano resulta hoy especialmente interesante por su intenso potencial creativo, lo que ha conllevado el crecimiento del paisaje galerístico de manera muy destacada. El oriental, por contra, parte de salida con un apoyo financiero descomunal, lo que posiciona a sus artistas en cabeza de las listas a edades muy tempranas, en un fenómeno que se tendrá que moderar con el paso de los años o, sencillamente, devorarlo todo.



Antoine Watteau
La muestra de Gersaint
Óleo sobre tela
1720
166x306
Palacio de Charlottenburg
Berlín

LA GALERÍA DE ARTE. APROXIMACIÓN HISTÓRICA

Para llegar a entender la historia de la galería de arte en España -tema central del presente estudio- es imprescindible un esquema de la evolución y desarrollo de la galería a nivel internacional.

PRECEDENTES. LAS PRIMERAS VANGUARDIAS

El arte no consiste en hacer un cuadro, sino en venderlo.

Jeff Koons

Antes de mirar a las vanguardias históricas, referente inevitable del comienzo de la galería de arte, observemos con atención un cuadro: *La tienda de Gersaint*, de Watteau. Este cuadro, hoy en el Castillo de Charlottenburg, en Berlín fue pintado por el francés para su amigo Gersaint, un vendedor de cuadros que había abierto una tienda en el puente de Notre Dame, en París. Cuando Watteau volvió de Inglaterra, Gersaint lo hospedó en su casa, y en agradecimiento, el pintor llevó a cabo esta gran tela para decorar la tienda. Sólo permaneció expuesta dos semanas, ya que inmediatamente despertó el interés de los coleccionistas de la época, poniéndose a la venta y siendo adquirida por Federico de Prusia.

Esta tela, que se cortó para ser vendida, perdiendo su aspecto original, muestra la actividad en la tienda de Gersaint. A la izquierda, dos trabajadores embalan un retrato de Luis XIV, en el centro de la

composición, un joven hace entrar a una dama que mira la obra en proceso de embalaje, y a la izquierda, el propio Gersaint atiende a unos clientes, mientras otro empleado muestra un tondo a los mismos. Las paredes están abarrotadas de cuadros, a la manera en que se exponía la obra en las casas de la época.

Este cuadro, al margen de su innegable valor artístico, nos muestra la imagen del equivalente de la galería de arte del siglo XVIII, y nos aporta la visión del estado de las cosas por el artista. Un retrato de Luis XIV es embalado, fin de un periodo en el que el promotor de las artes, el creador del rígido sistema de organización académica pasa a manos de un nuevo tipo de coleccionista, de extracción alto-burguesa.¹⁹⁸ Watteau hace coincidir varios factores en esta imagen del rey, ya que la tienda de Gersaint se llamaba *Au grand monarche*, pero el significado va claramente más allá. En este cuadro, en el que perviven elementos del barroco en forma de figuras alegóricas como el reloj o los espejos, el pintor muestra la realidad del mercado francés de su tiempo, un momento en que el vendedor de cuadros no es todavía galerista, no promociona al artista, simplemente vende piezas que compra o recibe en depósito. Pero ni el sistema académico francés, regidor de cotizaciones en el pasado, que más adelante se estudia, ni el coleccionista son los mismos.

No es esta la única visión del mercado del arte llevada a cabo por un artista del XVIII, como se puede apreciar en *El anticuario de Paret*, en el Museo Lázaro Galdiano, ni la primera, como en la ya comentada obra de Antolínez, pero es la que más claramente muestra el proceso iniciado a principios del XVIII,

¹⁹⁸ De Vecchi-Cerchiari, *Arte nel Tempo*, Pág. 764.

que incentivado por el cambio de situación provocado por la Revolución Francesa, desembocará en el nacimiento de la galería de arte como a finales del siglo XX se entendía.

Este cambio de estructuras, en lo que refiere a las instituciones, también presenta una evolución significativa. La obra de arte siempre se ha vendido, cuando ha sido un objeto mueble o se ha comisionado, cuando se ha tratado de una pieza no removible. Siempre se han realizado exposiciones abiertas al público, recordemos la exhibición de pinturas, desde el *Inocencio X* de Velázquez al *Juramento de los Horacios* de David en el Panteón de Roma, pero es desde los *salones* parisinos que estos eventos tienen algo que trasciende lo meramente artístico, con un fuerte efecto en la sociedad. En cierta forma, siempre fue Francia la cabeza de este impulso institucional del arte, que empezó ya en el siglo XVII con Colbert y la apertura de *l'Académie Royale de peinture et sculpture*; pasó por la creación del Louvre, luego los salones y llegó a la necesidad de recuperar, ya en los años sesenta del siglo XX, la iniciativa en el arte contemporáneo, instalado cómodamente tras la Segunda Guerra Mundial en Nueva York.

El estamento oficial y académico francés en el siglo XIX era todavía *l'Académie des Beaux Arts*, en el momento en que se produjo la revolución romántica, y la institución se convirtió en el enemigo de la renovación artística, planteando las bases de un arte altamente normativizado, firmemente aferrado al clasicismo de Ingres, que controló la institución hasta 1867, pasando luego Delacroix a esta posición. Este sistema favorecía, de hecho, la primacía de algunos miembros dentro de una organización

funcionarial. Las academias, desde el punto de vista del coleccionismo, representaron un cambio radical, ya que se pasó del gusto personal del mecenas a un gusto consensuado en las compras oficiales, que se exponían en los nuevos museos. Entre éstos destaca el *Musée des artistes vivants*, abierto en 1818 y que en 1886 se convirtió en *Musée du Luxemburg*. La Academia, por otra parte, regulaba las transacciones comerciales de los artistas *oficiales*, que no podían vender directamente en su estudio, estipulándose las compras en los Salones mediante *courtiers*, marchantes independientes o directores de las incipientes galerías. Son los antecedentes del sistema de arte.

Destaca fuertemente en este contexto Alphonse Goupil, director de la galería homónima. Esta sala, fundada en 1825, comenzó vendiendo reproducciones grabadas de obras famosas, para convertirse en el más prestigioso espacio expositivo parisino, que en este momento equivalía a decir internacional. En 1848 abrió una sucursal en Nueva York, convirtiéndose en 1864 en una importante multinacional (París, Nueva York, La Haya, Bruselas, Londres y Berlín), con una red de galerías especializadas en grabados. En 1875 cambió su nombre por *Goupil Boussod e Valadón*, con la entrada del hijo Albert y de Boussod, otro familiar. En la trayectoria de esta galería destacan dos de sus empleados: Vincent y Theo Van Gogh, que desarrollaron su actividad en la galería entre 1869 y 1876 en el caso de Vincent y a partir de 1878 Theo, que fue director de la galería en Montmartre.¹⁹⁹

¹⁹⁹ Para el estudio de las galerías francesas es especialmente valioso **Moulin, Raymonde** *Le marché de la peinture en France*, Les Editions de Minuit, París, 1967.

Estas galerías representaban un nuevo horizonte para jóvenes artistas dispuestos a diseñar su carrera al margen de la inmovilista y hasta ese momento inevitable Academia.

Esta sensibilidad nueva tuvo como campo de batalla los polémicos Salones, con reacciones como el archiconocido *Pavillon du Réalisme* de Courbet instalado por el artista en 1855 frente a la Exposición Universal de París. Esta polémica se reavivaba periódicamente, y en 1863 se creó el *Salon des Réfusés*, solución de compromiso por parte de Napoleón III para evitar las protestas de los rechazados en el Salón oficial. Pero esta alternativa no fructificó, y es en 1884 cuando nació el *Salon des Indépendents*, organizado por la Société des Artistes Indépendants, que sí se convirtió en un referente europeo.

En este nuevo clima, ya marcado por el impresionismo encontramos una segunda personalidad importante: Paul Durand Ruel. En 1862 heredó la galería de su padre y optó por los paisajistas de Barbizón, con un especial interés en Courbet y posteriormente por Rousseau. Durante la Guerra Franco-Prusiana abrió una sala en Londres, convirtiéndose en una especie de embajador del arte francés en la capital inglesa por medio de exposiciones en diversos espacios. En 1870 tomó contacto con los impresionistas y se convirtió en el galerista del grupo (Renoir, Sisley, Degás o Manet, del que compraba obra masivamente). Es el primer ejemplo de galerista de tendencia que se hará frecuente después de la irrupción de las vanguardias. Tras serios altibajos financieros comenzó a trabajar en el mercado americano, y en 1886 organizó en Nueva York la primera muestra impresionista en la *American Art Association*, inaugurando en la gran manzana una

sucursal. Esta galería se mantuvo abierta hasta 1974 (la filial americana hasta 1950).²⁰⁰

En un profundo análisis de la estrategia comercial llevado a cabo por Raymonde Moulin²⁰¹ encontramos ya las bases del trabajo desarrollado por las galerías: apoyar una tendencia no explotada, con precios bajos aún; uso de contratos y especulación con la obra de sus artistas con el fin de crear un monopolio; nuevo planteamiento expositivo por medio de individuales (Renoir, Sisley, Manet); fundación de revistas para apoyar esta nueva tendencia (*La Revue internationale de l'art et de la curiosité* de 1869 y *L'art dans les deux mondes*, activa entre 1890 y 1891). Un quinto factor, destacado por Francesco Poli,²⁰² la creación de una red internacional, tendría el precedente en Goupil, pero en el caso de Durand Ruel, el resultado es mucho más interesante, quizá por que el galerista planifica una estrategia propiamente dicha de cara a potenciar la obra de sus artistas. Se puede considerar a Durand Ruel como uno de los grandes difusores del impresionismo.

En esta misma línea de galeristas impulsores de tendencia se encuentra Ambroise Vollard (1867-1939), uno de los más importantes marchantes de arte de la historia y uno de los pocos que ha dejado mediante sus escritos el relato de la época desde su punto de vista.²⁰³ En su galería, abierta en 1894 en la rue Lafitte, se pudo apreciar la vertiginosa velo-

²⁰⁰ **Distel, A.** *Les collectionneurs des Impressionistes: Amateurs et marchands*, París, 1989.

²⁰¹ *Le marché de la Peinture en France*, Les Editions de Minuit, París 1967.

²⁰² *Ibidem*, Pág. 9.

²⁰³ **Vollard, Ambroise**, *Souvenir d'un marchand de tableaux*.

cidad de los cambios y tendencias, arrancando del postimpresionismo de Cezanne, pasando por nabis y fauves y llegando hasta el Cubismo picassiano. Su forma de trabajar era aparentemente menos ambiciosa que la de Durand Ruel: no fijaba contratos con los artistas, pero también llevaba a cabo compras cuantitativamente importantes en los estudios de sus artistas. En realidad, con estas compras masivas de obra de Van Gogh, Gauguin, Bonnard, Denis, Vuillard, Redón, Maillol o Matisse llevó a cabo un movimiento especulativo importante, decisivo en la escalada de precios que se produjo posteriormente. Su gran éxito, sin duda, fue Cezanne, de quien compró obra a precios ridículos para venderla tras su muerte y reconocimiento, a precios de gran maestro. Centrándonos en su labor como galerista, cabe destacar la primera exposición de Matisse en 1904 y la de Picasso en 1901, así como la edición de numerosos libros de arte y grabados, entre los que destaca la suite Vollard de Picasso.

**DANIEL HENRY KAHNWEILER,
PICASSO, BRAQUE, GRIS...**

La trayectoria de Daniel Henry Kahnweiler es unánimemente considerada un punto fundamental en la historia de la galería de arte. Nacido en 1884 en Mannheim, el seno de una acomodada familia judía comenzó su andadura profesional como ayudante de sus familiares en Francia, agentes de bolsa. Tras una breve estancia en Inglaterra, como empleado de un tío suyo, Sigmund Neumann, se mostró poco interesado por las finanzas, y en 1905 expresó a su

familia la intención de montar una galería de arte contemporáneo en París. Sus parientes londinenses (donde el mercado de arte contemporáneo había prestado poca atención por las novedades acaecidas en Francia) apoyó económicamente el proyecto, aunque sin muchas esperanzas en el éxito de la aventura. Desde el principio dejó ver su interés por el arte del momento, pese a haber contactado, gracias a su familia londinense, con un anticuario, Wertheimer, que proveía de pintura (fundamentalmente inglesa del XVIII) a la familia Neumann. La intención de Kahnweiler desde el principio era mostrar arte nuevo a un público que lo desconocía.

El 22 de febrero de 1907 inauguraba en el número 28 de la parisina calle Vignon una pequeña galería. Este primer espacio es una buena muestra del cambio producido en las galerías de principio de siglo, que pasaba del anticuario a un local preparado para exposiciones temporales. Las paredes estaban forradas con tela de saco, no era demasiado grande y el coste del alquiler era bajo, lo que permitía una cierta autonomía. Sus primeras adquisiciones fueron obras de Derain y Vlaminck, expuestas en el Salón de los Independientes de aquel año. Cuando los artistas fueron a llevar las obras adquiridas a su domicilio de la calle Theophile Gautier, Kahnweiler pidió más obras, ofreciendo a Vlaminck una exclusividad sobre todo su trabajo. Vlaminck, que en ese momento trabajaba para Vollard consultó con el viejo galerista, a lo que éste respondió *Acepte, eso dará a conocer más su pintura*²⁰⁴ en un claro tono irónico, ya que el joven Kahnweiler tenía muy pocas posibilidades de éxito, al menos para Vollard. Posteriormente entró en

²⁰⁴ **Daniel Henry Kahnweiler**, *Mis galerías y mis pintores*, Madrid 1991. Pág. 37.

contacto con Van Dongen,²⁰⁵ con el que no trabajaría mucho tiempo y con Braque, de los que comenzó a adquirir obra. Ese mismo año conocía a Picasso, con el que también empezó a trabajar.

En el ambiente festivo del París de 1910, el alemán se convirtió en partícipe, pese a su ascetismo, de la bohemia artística de la mano de Picasso. Su implicación con el arte que defendía tiene un matiz ideológico, que expresa en sus dos tratados sobre el Cubismo, que lo convierten en un *rara avis* dentro del galerismo. No es frecuente que un galerista escriba tratados, y cuando lo han hecho ha sido, como en el caso de Vollard, una suerte de autobiografía. Junto a Apollinaire, autor de *Los pintores cubistas*, buscó un corpus teórico con objetivos muy distintos a los de Gleizes y Metzinger, autores de *Sobre el Cubismo*, a los que denomina cubistas menores: su reflexión sobre el Cubismo se basa en el carácter discursivo de esta pintura, matizando entre la voluntad de Picasso y la intención clasicista de Juan Gris, con el que tuvo una emotiva relación al margen de lo profesional. Kahnweiler muestra una postura crítica con el público, defendiendo la irreductibilidad del artista frente a los deseos del coleccionismo conservador. Considera un grado dentro de la innovación y vigencia del Cubismo el hecho de que la gente se escandalizase frente a las obras. Este es para Kahnweiler el principal elemento que la distingue de la pintura abstracta, que le disgusta y que en absoluto provoca reacciones en el espectador, que

²⁰⁵ Según el galerista de origen alemán, Van Dongen había cedido a una tendencia comercial que le facilitaba las cosas, pero que tiraba por tierra la aportación del artista a la vanguardia del momento, por lo que estaba fuera de su proyecto de galería. D.H.K. *Op. Cit.*

complacido observa una propuesta no discursiva, puramente visual. Siempre criticó el Expresionismo Abstracto americano, así como el esfuerzo institucional para implantarlo a nivel internacional.

Son momentos en los que el galerista se implica con el artista, que marcaba una distancia clara con el gran público, como anteriormente ocurrió con el impresionismo. Durand-Ruel Léonce Rosenberg y Vollard eran, junto al alemán, los que apostaron fuertemente por las nuevas tendencias, en una voluntad que iba más allá del interés puramente comercial, adoptando una actitud mecenática en un momento en que las instituciones no bastaban, en que la valía del artista era la única posibilidad de subsistencia. En su primera galería organizó pocas exposiciones, pero muy significativas, como la serie L'Étaque de Braque en 1908, la primera gran exposición del artista. Mostró un vivo interés por la edición, publicando tiradas numeradas de Apollinaire o Max Jacob

Con el estallido en 1914 de la Primera Guerra Mundial abandonó Francia, siendo su colección requisada por el Estado, al ser ciudadano alemán. La colección (la más importante del mundo en Cubismo de ese momento²⁰⁶) fue subastada en el Hotel Drouot entre 1921 y 1923. La cantidad enorme de obras maestras en venta (de la que Kahnweiler sólo pudo adquirir una parte) provocó una caída de los precios sin precedentes, al contrario de lo que pretendía uno de los galeristas que apoyó la iniciativa, Léonce Rosenberg. Éste, profundamente implicado con el Cubismo pensaba que esta subasta lanzaría definitivamente el movimiento, pero en

²⁰⁶ Picasso, 132 obras - Braque, 132 - Derain, 111 - Gris, 56 - Leger, 43...

realidad le asestó un golpe del que tardaría años en recuperarse.²⁰⁷

En abril de 1920 abrió en el número 20 bis de la calle Astorg una nueva galería bajo el nombre de su socio, Simon.²⁰⁸ En este espacio mantenía la relación anterior con Juan Gris, y en menor medida con el resto, como Picasso, que como Braque y Léger, habían aceptado la generosa oferta económica de Rosenberg. Este espacio continuó hasta 1957, en que tomó el nombre de su cuñada, Louise Leiris, socia en el nuevo proyecto de Kahnweiler. La línea de estas dos galerías continúa defendiendo una propuesta claramente figurativa, como muestra la nueva nómina de artistas que mantuvo hasta su desaparición: Suzanne Roger, Kermadec, Beaudin o Rouvre.

La crisis financiera provocada por la caída en 1929 de la bolsa de Nueva York fue uno de los momentos duros para el sistema del arte internacional. En medio de este desastre, Kahnweiler impulsó lo que denominaba Sindicato Artístico de Ayuda Mutua,²⁰⁹ proponiendo adquisiciones mensuales a los coleccionistas fieles a la galería. Estas ventas, generalmente a bajo precio, mantuvieron la actividad de la galería y a los artistas más jóvenes, ya que Picasso (que había reanudado sus relaciones con Kahnweiler) o Gris se encontraban en una situación mejor. Fue un momento en que el galerismo desapareció de Estados Unidos y en Europa mermó

²⁰⁷ Daniel Henry Kahnweiler, *op. cit.* Pág. 80.

²⁰⁸ Lo que se pretendía con esto es evitar la inestabilidad que suponía para la empresa portar el nombre de un ciudadano alemán, como ya había ocurrido. Fue una iniciativa acertada, pues en menos de veinte años estallaba una segunda guerra contra Alemania.

²⁰⁹ *Ibidem.* Pág. 129.

de forma clara la red de galerías. En 1942, en plena ocupación alemana, la situación volvió a agravarse, y la galería volvió a encontrarse en dificultades, pero esta vez fueron los alemanes los que representaron una amenaza, al ser tanto Kahnweiler como Simon, judíos. Mediante un contrato, Louise Leiris adquirió la galería, y Kahnweiler cambió de nombre, pasando el resto de la guerra en Lagupie, entre Marmande y La Réole.

Kahnweiler mantuvo su actividad junto a su cuñada hasta 1967, con una relación ininterrumpida con Picasso, del que hizo numerosas exposiciones, llegando a exhibir toda la obra gráfica del malagueño. Mantuvo su concepción de la pintura figurativa mediante la programación de la galería Louise Leiris,²¹⁰ mostrándose muy crítico con la incidencia del Estado y los poderes públicos en las grandes exposiciones, como Documenta. Siempre defendió que el Estado se movía con el único fin de evitar el error histórico de no haber apoyado la creación de vanguardia a finales del siglo XIX, por lo que siempre será criticado.²¹¹ En realidad la situación había cambiado de forma ostensible desde sus comienzos, en los que no existían espacios públicos para el arte contemporáneo, hasta 1970, en que las grandes exposiciones de arte contemporáneo constituían un interés turístico para un público que Kahnweiler consideraba, con razón, acrítico.

Trabajó mediante contratos en exclusiva que le dieron facilidad de maniobra en sus operaciones de calado internacional. En nómina tuvo a Braque,

²¹⁰ Que mantendrá relaciones comerciales con galerías españolas, como Theo o Yerba, más adelante estudiadas.

²¹¹ *Ibidem*. Pág. 186.

Picasso, Derain, Vlaminck, Manolo Hugué, Laurens y Léger. Esta lista nos hace valorar la intuición de un galerista. Desde el otro punto de vista, entre las colecciones alimentadas por Kahnweiler brillan con luz propia las Stein, Schukin, Morozov, Dutilleul o Rupf, colecciones que hoy en su práctica totalidad forman parte de los más prestigiosos museos. Un apartado merece la colaboración con la galería de grandes nombres de la crítica y la literatura, como Apollinaire, Max Jacob o André Salmón, puente con su tratado sobre Cubismo.

OTROS EJEMPLOS

Junto a Vollard y Kahnweiler destacan fuertemente en este periodo los nombres de Paul Guillaume —que comenzó con arte africano para pasar después a Picasso y Matisse—, Paul Rosenberg o de la mítica *L'Effort Moderne*, dirigida por Léonce Rosenberg. Esta última representa una de las principales plataformas privadas para la evolución de las vanguardias históricas. Coleccionista vocacional e hijo de Alexandre Rosenberg, un influyente marchante de impresionismo, Leonce Rosenberg (1877-1947) se separó en 1910 de su hermano Paul (1881-1959), que trabajó durante años en París por su cuenta y con Wildestein en Nueva York, representando durante cerca de veinte años a Picasso. Leonce, abrió en 1918 *L'Effort Moderne*, que encabezó el mercado hasta bien entrados los años treinta, trabajando con los últimos Cubismos (Gris, Leger, Metzinger), De Stijl o maestros dadaístas y surrealistas. Esta progresión que lo colocó, en

un plano distinto de su hermano, en la cabeza del mercado internacional es deudora de la compleja situación de Kahnweiler, que había dejado París por los motivos ya apuntados. Un elemento a destacar de esta galería fue la edición del Bulletin de L'Effort Moderne entre 1924 y 1927.

En el mercado del arte, como en el resto de la actividad económica, el crack de 1929 representó una de las más duras crisis del siglo, hundiéndose durante casi una década. La consideración de la obra de arte como bien refugio será definitiva en la superación de esta crisis, que vio el cierre de muchas galerías y el auge de jóvenes estrellas, como Aimé Maeght, Pierre Matisse o la legendaria Peggy Guggenheim²¹². El siguiente modelo de galería vendría de los Estados Unidos, con la aparición de Betty Parsons, Sidney Janis y el mítico Leo Castelli, pero ya con planteamientos distintos, como distinta fue la situación política, económica y social.

LA IRRUPCIÓN DE NUEVA YORK

Este primer repaso nos da una visión global de la situación del mercado de arte francés, pero la realidad en el resto del mundo es bien diferente. De hecho, los coleccionistas citados arriba, de distintas nacionalidades, acudían a París para acrecentar sus colecciones. A nivel internacional, el balance es poco alentador cuando se le compara con el mercado francés, y más claro cuando la comparación es con el español.

²¹² En el caso de estas galerías encontramos abundante documentación, incluso –en el caso de Guggenheim– autobiográfica.

Es en la posguerra de la Segunda Guerra Mundial cuando Nueva York se convierte en la capital del arte contemporáneo. Durante la primera mitad de siglo se llevó a cabo una notable política de fijación de estructuras artísticas, empezando por la labor de Alfred Barr en el MOMA (Museum of Modern Art), que permanece durante todo el siglo XX como patrón museístico en lo que a contemporáneo se refiere.

En Estados Unidos, donde el Armory Show de 1913 representó la entrada oficial en el país del arte contemporáneo, no existían prácticamente galerías de interés —con excepciones, como la Photo Secession Gallery—. Paradójicamente sí se dio un crecimiento espectacular del coleccionismo, más allá del emblemático caso de Gerturde Stein: Gertrude Vanderbilt Whitney (fundadora del Whitney Museum of American Art en 1930), John Quinn los Arensberg, los Rockefeller, Peggy Guggenheim, etc.

Sobrina del mecenas Solomon Guggenheim, Peggy inauguró su galería Guggenheim Jeune en Londres en 1938. Había vivido en Francia durante años, trabando amistad con numerosos artistas de los círculos de vanguardia. Después de años de aventuras y viajes, se casó con Max Ernst, y abrió su galería *Art of This Century* en Nueva York en 1942. En este espacio trabajó con artistas europeos exiliados y con la nueva generación de expresionistas abstractos americanos, entre los que destacan Pollock, Motherwell, Rothko o Still. La galería se mantuvo abierta hasta 1947. Este espacio se podría considerar experimental, factor este al que favoreció la asignación económica que Peggy recibía de su familia y que le permitió llevar a cabo un proyecto arriesgado en el que tuvo como asesor a Marcel Duchamp.

En el panorama galerístico tendremos que esperar a 1945, en que nació la galería de Sam Kootz, que se convertirá después en Sidney Janis. Sidney Janis (1896-1989) abrió su galería en la 57th. Su línea, dentro de lo que hemos denominado galeristas de tendencia, es claramente el Expresionismo Abstracto, representando la transición del modelo propugnado por Guggenheim, vinculada aún a los artistas europeos emigrados durante la guerra, al modelo de Castelli, en el que tuvieron cabida los artistas de la generación pop. En 1952 llevó a cabo uno de sus más relevantes proyectos: la *exposición Arte de vanguardia americano*, con las figuras de la abstracción americana, como Baziotes, De Kooning, Pollock, Gottlieb, Kline, Rothko y Motherwell. Janis limitó el número de artistas americanos en plantilla a nueve, completando sus temporadas con figuras de las vanguardias históricas europeas, que el coleccionismo americano buscaba. En una línea distinta, trabajó con Morris Hirshfield desde 1939, mostrando interés por el arte naif. Pese a la inevitable presencia de artistas europeos, Janis fue uno de los pilares del primer arte americano con repercusión internacional, no sólo como galerista, también mediante libros. Como escritor y crítico de arte dejó una interesante colección de escritos, entre los que destacan *They Taught Themselves: American Primitive Painters of the 20th Century* (1942), *Abstract and Surrealist Art in América* (1944) y *Picasso: The recent Years, 1939-1946*, escrito con su esposa Harriet (1946).

Después surgió una de las más relevantes galerías americanas: Betty Parsons (1946). Nacida en el seno de una familia acomodada, Betty Parsons (1900-1982), artista vocacional, residió en París entre

1922 y 1933, regresando ese año a California, donde, tras arruinarse en el crack del 29 trabajó como profesora. Allí tomó contacto con el mercado del arte, haciéndose cargo de una galería que apostaba por el arte moderno y que se encontraba dentro de una librería; Wakefield.²¹³ En 1946 abrió su propia galería en Nueva York, ocupando durante algún tiempo el hueco dejado por Peggy Guggenheim, que cerró en 1947. Entonces se convirtió en marchante de algunos artistas importantes del Expresionismo abstracto, como Still, Rothko o Newman. La pujanza de Sidney Janis hizo a muchos de los artistas de Parsons cambiar de galería durante los cincuenta,²¹⁴ lo que representó un duro golpe. Sin embargo Parsons apostó por los talentos de la generación siguiente, como Rauschenberg, así como por las nuevas tendencias, como el Colour Field y el minimalismo, hasta el cierre de la sala en 1977.

LEO CASTELLI

En 1937, Ambroise Vollard publicaba, como ya hemos apuntado, *Souvenirs d'un marchand de tableaux*. Recordaba la heroicidad de un tiempo en el que existió un espíritu contracultural que, en el momento en que el marchand escribió el libro, se había convertido en gran cultura, y las telas de Picasso, Braque y Cezanne en objetos museables y en decoración codiciada por dudosos mecenas japoneses, empresarios ingleses e industriales alemanes. A to-

²¹³ **Poli, Francesco**, *op. cit.*

²¹⁴ **Hiden Guest**. *Op. cit.* Pág. 78,

dos por igual. Esta actitud, este libro, son fruto de un tiempo del que Vollard fue un elemento básico, de una forma de vivir, de una forma de crear, y de una forma de defender a los creadores —siempre con el lógico afán de lucro— en los que tenía depositada su confianza.

A Udhe, Vollard y Kahnweiler, les sucedieron otros, pero ya en la nueva meca del arte contemporáneo que fue la Nueva York postbélica. Unos mitos cedieron su puesto a otros, algunos con aureola de glamour y misterio, como Peggy Guggenheim, o Sidney Janis. Otros con el aspecto de multinacional, como poco después Marlborough; fue el tiempo del gesto, de Pollock y el expresionismo abstracto.

Con estos nuevos creadores se repitió la misma jugada, la obra *alternativa* se convirtió en icono sacro, en objeto de consumo de élites, y Peggy se lamentaba en sus memorias de esto, de haber regalado su colección de obras de Jackson Pollock a universidades y museos, cuando ahora costaban una fortuna que ella ya no poseía. Aún tendría lugar un nuevo giro, que para algunos pone el colofón al tiempo de las vanguardias, dejando paso al pop art y a una nueva sensibilidad encaminada a la crítica ácida de una sociedad que mitificaba a Pollock al mismo tiempo que al pato Donald. En cualquier caso, Johns, Rauschenberg, Warhol y Lichtenstein prefirieron al pato. Dennis Hopper fotografió a principios de los sesenta una matrícula de coche con un adhesivo en el que se leía esta frase (el único ismo para mí es el expresionismo abstracto). Una tendencia artística, en parte autóctona, en parte fruto del exilio artístico europeo (Hoffman y sobre todo Gorky), se conver-

tía en bandera contracultural de la generación de intelectuales de posguerra americanos. Y esta generación tenía en Jackson Pollock a su héroe maldito.

A las 10 de la noche del 11 de agosto de 1956 Jackson Pollock se estampaba, borracho, contra un árbol al borde de la carretera. Era el fin de una forma de vida, de pasión sin medida frente al lienzo, de la virilidad plasmada en forma de gesto. Aún quedaban De Kooning, Rothko y la viuda Krasner, conformando lo que será el academicismo de la abstracción. Un año después, y durante toda la década siguiente, llegaban al poder los otros.²¹⁵ Y esos otros traían consigo una nueva forma de ver las cosas, otra forma de vestir, otros compromisos y la apoteosis de la televisión. Un año después de la muerte de Pollock, se producía el casi mágico encuentro entre Leo Castelli y Jasper Johns. Castelli, Italiano, hombre elegante de mundo, que había abierto galería en París en 1939 con artistas surrealistas.

Algunos años después de la guerra, ya en América, abría junto a su mujer, Ileana Sonnabend, una galería en el número 4 East de la 77th Street, en la que presentaba obras de Willem de Kooning, Delaunay, Dubuffet Léger, David Smith y el resto de firmas en boga en aquel momento. Pero esta línea no duraría mucho, además para eso ya estaban Sidney Janis y Betty Parsons. En 1957 Jasper Johns expuso en Leo Castelli *Banderas*, una de sus producciones más célebres, por la que la crítica lo llamó *chauvinista*. Esta serie, junto a los trabajos de Hamilton representaban la vuelta a la figuración, y al mismo tiempo, un rifle ideológico cargado contra los *mass media*. Esa nueva

²¹⁵ **Ruiz López, J. I.** *Leo Castelli y el pato Donald* en *CAVECANEM* 7. Murcia, 2000.

forma de vivir, ya instalados en el confort de los cuadros de Hamilton, en los que no falta lo primordial, la tele, tiene una segunda fase de interpretación: ¿Qué quiere esta nueva sociedad?, ¿Qué tienen en la cabeza?, sencillo, lo que la televisión emite, la aceptación de las consignas que el dueño de la caja dispone para el pueblo más poderoso del mundo. El arte Pop bebió de estas fuentes.

Castelli propone una nueva idea de galería, acorde con los postulados estéticos de esa generación, la galería necesita un nuevo espacio, no sólo arquitectónico, sino dentro del organigrama cultural del cambio. En lo referente a la estructura, las galerías neoyorquinas no acababan de huir del modelo parisino, en el que la propia arquitectura y la decoración complementaria tenían un peso fuerte, compitiendo en algunos casos con la obra expuesta (como en el caso de Guggenheim Jeune), y frente a esto Castelli busca otra imagen, un almacén en el Soho. Es tiempo para paredes blancas y techos altos, para huir de la urbe burguesa y acercarse a Greenwich Village, que representa en Nueva York —especialmente en los sesenta— el polo opuesto a la parte alta de la quinta avenida. De hecho el arte nacía en el Downtown, y se vendía 30 calles más arriba. Castelli se convierte en pionero de la principal zona, aún hoy, de galerías neoyorquinas. Y así, en 1957, Rauschenberg expone en Leo Castelli *Monogram*, la famosa cabra disecada y ceñida por un neumático.

Existen otros dos factores que alejan a Castelli de los galeristas anteriores. En el décimo aniversario de la galería, en 1967, Barbara Rose hablaba de él como uno de los primeros marchantes americanos que remuneraron mensualmente a sus artistas, evitándoles

tener que buscarse la vida.²¹⁶ Castelli trabajó tanto con el cliente como con el museo, con el curador, el crítico y el resto de factores que influyen en el sistema del arte. Cuenta la leyenda que Pollock, al saber de los planes de Castelli para su nueva galería le dijo “no eres suficientemente duro, hijo”. Se volvió a equivocar. También queda la célebre frase de De Kooning que dijo que Castelli era “Capaz de vender dos latas de cerveza”, y de hecho lo hizo en más de una ocasión, firmadas por Jasper Johns. Castelli representa la correcta lectura del renovado mundo del arte a partir de 1957.

Los *cachorros* de Castelli fueron Johns, Rauschenberg, Marisol Escobar, Franck Stella, Cy Twombly, Roy Lichtenstein, Warhol y Rosenquist. Durante los primeros diez años de actividad, la generación Pop tuvo en él al mecenas, al impulsor de los nuevos proyectos. Al igual que las galerías habían cambiado, el mecenazgo tampoco era el mismo, y así, en detrimento de los mecenas/coleccionistas al estilo de los Arensberg de Filadelfia, el galerista de los sesenta en adelante supone la profesionalización de una relación necesaria, en la que la galería de arte es uno de los principales legitimadores de la creación artística, dentro de un proceso creativo inmerso de una sociedad capitalista.

El espacio de Castelli se convirtió en el centro de la vida artística neoyorquina. El 27 de septiembre de 1960 se presentaba en la galería Franck Stella, con su serie Aluminium. En 1962, Roy Lichtenstein muestra por primera vez en su galería los cuadros de cómic.²¹⁷ En abril de 1965 Rosenquist presenta-

²¹⁶ **AAVV**. *Arte del siglo XX*. Madrid, 1991. Pág. 324.

²¹⁷ *Ibidem*.

ba *F111*, una reproducción a tamaño natural de un avión de caza americano. Todas estas obras son hoy piezas insustituibles en los museos y colecciones más importantes del mundo, algo que en su momento hubiera hecho reír a más de uno de sus creadores, pero que Leo Castelli ya sabía muy bien el futuro de estas piezas, conocía perfectamente la fortuna que debían tener estas imágenes regresivas que se apoyaban en el pan nuestro de cada día americano, de Liz Taylor a Mickey Mouse.

Pero Leo Castelli no fue sólo un empresario. Mostró siempre una clara convicción que lo unió a los artistas de su época, una intención enfrentada radicalmente a la angustia del expresionismo abstracto. Influenciado por Cage y Cunningham, convirtió su galería en el lugar de transición de dos periodos: la última vanguardia que representa el *Abstract expressionism* y el *Pop Art*, con la ruptura que esto conlleva. La galería conoció una fortuna y un crecimiento impresionante, y así Castelli fue compañero de viaje de la Abstracción Pos Pictórica, de Nauman, del Minimal y del resto de manifestaciones del arte de su tiempo. La sala que regentó hasta el 1999, año de su muerte, fue el teatro de experimentación, sin dejar de ser uno de los abrevaderos fundamentales para los museos de arte contemporáneo americanos.²¹⁸

²¹⁸ Ruiz López, *op. cit.*

GALERISTAS-COLECCIONISTAS. EL CASO BEYELER

En Mayo de 1989 el Reina Sofía inauguró una exposición dedicada a la colección Beyeler. Se mostraba por primera vez al público el fruto de cincuenta años de dedicación al arte.

La creación de esta colección²¹⁹ está indiscutiblemente unida a la galería Beyeler desde sus primeros pasos, en los años cuarenta, bajo el nombre *Le Château d'Art*. Economista e historiador del arte, se hizo cargo en 1945 de una librería anticuario en la Bäumleingasse 9, en Basilea. Allí funda en 1947 la galería que le introduce en mundo del arte. La línea parte del impresionismo, pero el punto de inflexión en su carrera como galerista es la adquisición de 100 obras de Klee de la colección Thompson, que lo catapultan y lo convierten en reputado marchante a los treinta años. Uno de los artistas con que el galerista tuvo un estrecho vínculo es Picasso. Ambos, artista y marchand-coleccionista, habían desarrollado un proyecto para su 100º cumpleaños, pero aunque Picasso no pudo verlo, la galería organizó una retrospectiva.

Ya en los años setenta el matrimonio Beyeler pensó en la creación de una Fundación que guardase su ingente colección. Pero la idea no cristalizó hasta 1982, momento en el cual “nace” la Fundación Beyeler, aunque tardará casi una década en echar a andar. Tras el éxito de su primera aparición en público encargan un proyecto al arquitecto geno-

²¹⁹ Díez del Corral, Pilar. *La Fundación Beyeler*, en CAVECANEM 9. 2000.

vés, Renzo Piano, y someten a votación popular la creación de un museo en Riehen, en el extrarradio de Basilea. Los habitantes de esta pequeña población acogen de buen grado la idea, y la Fundación elige como emplazamiento los terrenos de la Villa Berower,²²⁰ propiedad del Ayuntamiento. La villa queda reservada como restaurante y biblioteca, y el edificio se construye en un lateral del enorme jardín, conservándose la estructura paisajística de tipo inglés que data de la primera mitad del XIX. Renzo Piano diseñó un edificio con forma de paralelepípedo, cuya planta parece remitirnos, salvando las distancias, a un templo griego, especialmente remarcado.

Los Beyeler han seguido una línea de obras con fuerza, a veces difíciles, pero sobre todo únicas. Ellos hablan de obras de “clase especial”; Paul Klee decía que las obras de “clase especial” eran aquellas de las que no quería separarse, para ellos *Improvisación 10* de Kandinsky (1910) fue la primera de ellas. Este Kandinsky fue a parar a manos de Ferdinand Möller en Colonia, una vez terminada la II Guerra Mundial. En 1948, Ernst, con tan sólo veintisiete años, se la compra a plazos, y con ella comenzó su carrera de coleccionista. Habría de ponerla a la venta en dos ocasiones y sólo a la segunda encontraría comprador. Se trataba de un ama de casa que habiendo heredado una cantidad considerable quería iniciarse en el coleccionismo. Tiempo después tendría que revendérsela a la galería por hallarse en quiebra, entonces pasó a formar parte de la colección particular de los Beyeler. Pero aún en 1960 David G. Thompson intentaría, tras horas de negociación para

²²⁰ **Díez del Corral**, *op. cit.*

la compra de 100 cuadros de Klee, exigirle a Ernst el Kandinsky como complemento del pago, sin él no habría negocio. Sin embargo a pesar de la presión, los Beyeler rompieron el trato, al día siguiente y en el último momento Thompson, confirmó la transacción obviando el Kandinsky. Con esta compra la galería pudo hacerse un hueco en el comercio mundial del arte.

Por otra parte, Ernst Beyeler, tal y como hemos comentado, es fundamental en el nacimiento de Art Basel, la feria de arte más importante en el panorama internacional. Con este evento Basilea se convertía en paso obligado para todo aquel que se vincula al arte contemporáneo a cualquier nivel.

LA INCIDENCIA DE LOS BARRIOS DE GALERÍAS EN LA ESTRUCTURA DE LA CIUDAD. LA ARTICULACIÓN URBANA DE LAS GALERÍAS DE ARTE EN PARÍS

Una forma de entender la relación de la ciudad con las galerías de arte es estudiar la evolución de sus emplazamientos a lo largo del siglo XX. En este sentido, París ofrece una distribución clara de este proceso.

La primera zona es la que se articula en el Rond-Point des Champs Elysées, en la Avenue Matignon. Parte fundamental del programa urbanístico parisino diseñado por el barón Haussman fue desde el último tercio del siglo XIX la zona de las grandes avenidas parisinas, hacia donde se fue desplazando el centro comercial de la ciudad. Este ha sido el ba-

rrio de los grandes marchantes del impresionismo hasta los años 50 fundamentalmente. Aquí, en la rue Monceau, tiene su emplazamiento la galería Louise Leiris S.A., continuación de la galería inaugurada en 1907 en la calle Vignon por Kahnweiler. Tras la muerte del alemán, la galería ha pasado por diversos estatutos hasta convertirse en una sociedad anónima con un fondo de obra en lo referente a vanguardias históricas muy considerable. De las galerías históricas en esta zona permanece abierta Louis Carré & Cie. Inaugurada en 1938 por el homónimo galerista, inauguró su espacio con obras de Gris, Klee, Matisse, etc., para progresar hasta los figurativos como Bazaine o Maurice Estéves. En 1978 se hacía cargo de la galería Patrick Bongers, nieto del fundador, diversificándose las tendencias, desde Poliakov hasta Arroyo. Mucho más reciente pero también histórica, la galería Ariel fue inaugurada en 1952 con un programa centrado en el trabajo del grupo COBRA.

En esta parte de la Rive Droite se encuentra Lelong, que fue antes la galería Aimé Maeght. Los antiguos colaboradores de Maeght J. Dupin y J. Fremont continúan bajo el nombre de un tercer antiguo colaborador de Maeght y actual director, Daniel Lelong. El fondo de esta galería, compuesto por obras de Alechinsky, Karel Appel, Chillida, Miró, Saura, Tápies y otros grandes nombres del arte del siglo XX es comparable al de la actual galería Maeght.

La segunda zona para el estudio de la galería de arte parisina es La Rive Gauche, es decir, la orilla izquierda del Sena, presenta una cierta similitud dentro de la estructura urbana con el Soho neoyorkino. Un antiguo barrio dotado de una arquitectu-

ra característica, apreciado por la intelectualidad parisina, lleno de cafés y calles con sabor. Durante los años 60 este fue el barrio progresista parisino, cerca de la Sorbona, escenario de las agitaciones estudiantiles de mayo del 68, lo que le confiere un fuerte carácter dentro de la fisionomía urbanística parisina. La galería de arte contemporáneo surgida durante estos años, a diferencia de las históricas, buscó un entorno distinto, no necesariamente las grandes avenidas burguesas, sino una situación intelectualmente más vivificadora.

En el centro de la ciudad, esta zona limitada por el Sena y las avenidas Raspail y Saint Germain acoge a una serie de galerías nacidas entre 1907 y 1975, es decir, históricas. En esta zona hay galerías inauguradas en el primer tercio de siglo, pioneras del sistema de galerías francés, como es el caso de Jeanne Bucher, inaugurada en 1925, que se encuentra en el número 53 de la rue de Seine. La más importante es indudablemente Adrien Maeght, en el número 42 de la rue du Bac. Este espacio, creado en 1957 es la continuación de la Galería Maeght, que comenzó su andadura en 1947 con una muestra de Matisse. Entre las exposiciones que han conferido el enorme prestigio del que este espacio es acreedor, se encuentra la Segunda Exposición Internacional del Surrealismo, así como su trabajo continuado con grandes nombres de la talla de Chagall, Braque, Miró, Léger, Calder, Giacometti. Esta firma, que dispone de otra sala en Barcelona es en París símbolo de prestigio e historia, gracias a su fondo y a la creación de una homónima fundación. Es una galería de carácter familiar, cuya dirección ha pasado de padres a hijos, siendo dirigida en el año 2000 por Isabelle y Yoyo Maeght.

Si existe en París una galería claramente de tendencia, ésta es Denise René. Especializada en arte abstracto, ha ido concretando su acción en el cinético y geométrico, como ya se ha analizado, desde 1944. Esta galería dispone de una segunda sala en la Rive Droit, en el número 22 de la rue Charlot. En esta línea, pero centrada en el Informalismo, se encuentra la galería Jean Fournier, en el número 22 de la rue du Bac, cerca de Maeght. Desde 1954 esta sala ha mostrado el trabajo de cuatro generaciones de artistas, fundamentalmente franceses, desde Bishop, Degotex o Hantai, hasta Buraglio, Viallat, Bordarier o Piffaretti.

Claude Bernard, en los números 7 y 9 de la rue des Beaux Arts comenzó su actividad en 1957. La importancia de Claude Bernard en el ámbito artístico parisino es central, con una marcada tendencia figurativa, que la ha llevado a promover las exposiciones -frecuentemente por primera vez en París- de grandes artistas, entre los que destacan Hockney, Balthus, Matta o Bacon, cuya primera individual acabó en un tumulto que precisó de la intervención policial. La vinculación de este espacio al arte español figurativo es esencial en los casos de Antonio López, que expuso en 1972, María Moreno o Pedro Moreno Meyerhoff, que ha desarrollado la parte central de su carrera con esta galería. Como nota anecdótica, la muestra post mortem de Picasso en 1980. La galería 1900-2000 es otro espacio de tendencia, centrado en la revisión de las vanguardias históricas, con continuas miradas al contemporáneo, en los casos de Lichtenstein, Basquiat o Haring. Estos espacios tienen una serie de características en común: representación de artistas de gran prestigio,

largo historial y relevancia de la propia firma, y espacios caros, en el centro de París.

El Marais es el tercer núcleo. Enclavado en el entorno del Beaubourg y la Place des Vosges, es el barrio que durante el último tercio del siglo se ha convertido en la zona chic de París. La pervivencia de un núcleo importante de edificios históricos, entre ellos el Archivo Nacional, el Museo Picasso y el Museo de la Historia de París, junto a la construcción a finales de los 60 del Centre d'Arte Contemporain Georges Pompidou, hacen de este quai el espacio perfecto para la proliferación de galerías. Por otra parte este es el barrio donde, al igual que Chueca en Madrid, se concentra una buena parte de la población homosexual parisina de nivel medio y alto, frecuentes compradores de arte.²²¹ Las galerías que se instalan aquí constituyen frecuentemente buenos ejemplos de la galería de arte actual, en la que el escaparate se ha ido anulando en la medida de lo posible. La búsqueda de un espacio interesante, de un cierto carácter alternativo, hace que algunas se encuentren en patios de antiguos edificios, locales normalmente más baratos, ya que el precio de un local aumenta a tenor de sus metros de fachada.

Un ejemplo de la actividad de este barrio durante los últimos años es la instalación de una sala de la galería Denise René, bajo el nombre Espace Marais-Denise René. Entre las históricas de esta parte de la

²²¹ Según todos los estudios de mercados elaborados por empresas, los homosexuales representan clientes potencialmente muy altos, teniendo en cuenta que hablamos de profesionales generalmente de medio y alto status, sin hijos y con gustos refinados. Como referencia: AAVV, *Programa Emprendedores*, CROEM, Murcia. 1999-2003.

ciudad se encuentra la Galerie de France, inaugurada en 1942, ha visto pasar por sus salas parte de la historia del arte contemporáneo, desde villon, Bazaine o Estévez hasta Plensa, Eugene Leroy o Catherine Thieck, pasando por Alechinsky, Hartung o Poliakov. En 1967 inauguraba en el Marais, en la rue Vieille-du-Temple la galería Yvon Lambert, con una marcada tendencia minimalista y posteriormente conceptual. Esta galería ha sido sensible a la evolución de las tendencias, y así ha trabajado con Barceló en los 80 o Boltanski y Spoerri ya en los 90. Siguiendo por orden de antigüedad, en la rue Beaubourg, Daniel Templon inauguró en el año 68, y ha trabajado con artistas de la talla de Buren, Alberola, Ben o Rouan. Otras galerías de la zona son Xippas, Thaddaeus Ropac, Ghislaine Hussenot, Rabouan-Moussion, etc.

A MODO DE EPÍLOGO: SITUACIÓN EN EL CAMBIO DE MILENIO

*Un marchante de vanguardia no puede sobrevivir del arte. A lo sumo aprovechando el desinterés general se encuentra con una hermosa colección: he comprado Warhol a 300 dólares y Lichtenstein a 200. Y un Twombly a un millón doscientas mil
liras*

Gian Enzo Sperone.²²²

Esta visión apocalíptica del gallerismo resulta especialmente interesante viniendo de uno de los más importantes *dealers* europeos. Lo cierto es que la imagen del galerista se encuentra completamente desfigurada, lejana en muchos casos de la realidad, pero la perspectiva actual es mucho más interesante, menos reductiva.

Un ejemplo es la nueva dimensión del mercado del arte por medio de Internet, y un claro ejemplo son las subastas. Junto a las numerosas páginas de arte en la red, en el periodo 2000-2010 proliferaron páginas de venta directa, consolidándose un importante número de iniciativas impulsadas por las casas de subastas, que han comprendido pronto las enormes posibilidades de negocios de este nuevo método. En primer lugar Sotheby's, mediante su estratégica alianza con Amazon.com, especializada en el comercio electrónico de libros, creó hace una década un espacio en el que participaba un número importante de marchantes tanto europeos como americanos, comprando y ofreciendo piezas. Ebay.

²²² *L'Espresso*, 30 de noviembre de 1980.

com, líder del mercado, adquiriría en 1999 la firma Butterfield and Butterfield, tercera casa americana de subastas, creando una sección de grandes colecciones. Por otra parte, surgen sociedades de servicios en las que existen bancos de datos, revistas y estadísticas completas de las ventas, como Artnet.com.

Sin embargo es un *work in progress* en el que el fin deseado, es decir, la compra directa y a raíz de estos sitios web, no se materializa en el porcentaje deseado. El coleccionista sigue buscando el contacto, un tanto aurático, con la obra de arte, por eso se mantienen las estructuras pese a los vaivenes del mercado. Internet sigue siendo, en un tanto por ciento altísimo, un medio de consulta y difusión para casas de subastas y marchantes, pese a experimentos como la VIP Art Fair, celebrada en 2010 de manera virtual, que no alcanzó, pese a contar con las más prestigiosas galerías, los resultados deseados. Sí es constatable, aparte del elemento consultivo –todos buscamos cotizaciones en páginas de mercado- el intenso trabajo de las galerías en mejorar sus webs, pasando recientemente de Flash a Html y buscando la mayor difusión de Newsletter e informaciones virtuales.

Volviendo al mundo físico, en el periodo que va de la crisis provocada por la Guerra del Golfo al crack bursátil de 2008, el paisaje del galerismo internacional varió notablemente, pero mantuvo las constantes en lo esencial: predominio estadounidense, pujanza de la oferta europea, predominio de la demanda china y árabe, una cada vez mayor visibilidad latinoamericana y escasa representación de África. En realidad, lo que se ha descrito aquí es un mapa de la situación económica internacional.

En lo que respecta a la situación artística o cultural, no se puede ver en un segundo plano por ejemplo Latinoamérica. Algunos países, como Argentina, México y Brasil son auténticas canteras para el sistema del arte. Creadores con un alto nivel emigran o trabajan para galerías neoyorkinas o europeas. Resulta interesante la comparación de uno de estos países, México, con un país económicamente tradicionalmente fuerte, como Francia.²²³ El nivel artístico mexicano es infinitamente superior en la actualidad al del país vecino, sin embargo, la nómina de galerías con proyección no llega a la media docena, con Kurimanzutto, OMR, y Enrique Guerrero a la cabeza.

En realidad el esquema galerístico no cambia en su esencia, y hoy el predominio neoyorkino pasa ahora por una figura ya casi mítica del mercado del arte, Larry Gagosian, pujante frente a figuras de los 90 como Bárbara Gladstone,²²⁴ que representa a algunos de los artistas célebres de los últimos años, con figuras estelares del calibre de Shirin Neshat.

Gagosian representa la aplicación de las normas del ultracapitalismo en un mercado global. Ejemplo de *self made man* norteamericano, pasa por poseer el mayor espacio expositivo mundial al sumar los metros de todas sus sedes. Representa a los principales creadores contemporáneos encabezados por Damien Hirst. Pionero también en la implantación de un espacio en Chelsea, tras el declive como escenario galerístico del Soho, lleva a cabo exposiciones propias de museo y maneja la mayor cartera de

²²³ La feria de arte contemporáneo de Madrid ha sido un buen momento para juzgar esta situación en las ediciones de 1997 y 1999.

²²⁴ **Hidden Guest**, *op. cit.*

coleccionistas del mundo. Es irónicamente célebre el comentario que hizo a un amigo antes de abrir su primera galería: “probaré en el arte un par de años, y si no funciona me dedicaré a la inmobiliaria”.

En Europa la renovación ha sido muy lenta tras la desaparición de algunas de las históricas tras la crisis del 91. Destacan algunas inglesas como Lisson, representante de Anish Kapoor o Santiago Sierra, por otro lado White Cube, espacio de referencia londinense que comenzó en un espacio de 4 metros por 4, y en la actualidad es una de las galerías inglesas con mayor promoción. En este nuevo paisaje destaca la potencia del mercado inglés y la irrupción de los mecenas rusos como el codiciado coleccionista Roman Abramovich. Se mantiene París como una de las capitales del mercado del arte gracias a nombres importantes como Ivon Lambert, la clásica Denise René o jóvenes propuestas, como Les Filles du Calvaire, pero ya no es comparable a Londres o al enorme potencial de Suiza. Roma queda como una ciudad muerta en el tema que abordamos y las propuestas italianas con mayor proyección vienen del norte con clásicos como en turinés Giorgio Persano o propuestas más actuales como Contínua en la pequeña localidad toscana de San Gimignano pero presente en todas las grandes ferias Madrid sigue siendo la eterna promesa, con un mercado que ha experimentado un crecimiento desmedido en relación a las otras capitales europeas pero que aún no alcanza la solidez de muchos países vecinos, pese a contar con ARCO, elemento dinamizador clave. Para valorar el mapa del galerismo actual es necesario recurrir a las ferias de arte, termómetro perfecto de la situación tanto económica como artística. La propor-

ción de galerías de cada país, la obra presentada por cada una, los metros de cada stand. Como ejemplo, Art Basel, con una clara desproporción en lo que a galerías alemanas y norteamericanas se refiere, cuando lo comparamos con países como España, con 9 galerías presentes en las últimas ediciones, Portugal, con una o Italia, entorno a la docena. Si tenemos en cuenta que tanto norteamericanas como alemanas pasan de 50, podemos hacernos una idea.

Pero esta situación debe ser transitoria, dados los esfuerzos de países que antes no contaban en el mapa del sistema internacional del arte, ya hemos hablado de China y Rusia. Paradójicamente buen ejemplo era Portugal. En la actualidad hay al menos una docena de artistas del país vecino presentes en todos los eventos internacionales, desde Pedro Cabrita Reis a Joana Pimentel, pasando por Juliao Sarmiento o Baltazar Torres. Esta presencia portuguesa en el primer nivel tiene mucho que ver con la proyección cada vez mayor de algunas galerías, instaladas fundamentalmente en Lisboa (Pedro Cera, Filomena Soares), Oporto (Pedro Oliveira) y Braga (Mario Sequeira). La pujanza de estos nuevos países y la aparición de un coleccionismo que se consolidó día a día deberían ser el motor del cambio de coordenadas del mercado internacional del arte. Sin embargo este panorama esperanzador se quebraba con el rescate financiero llevado a cabo por la Unión Europea en 2010, fruto de la frágil situación del país tras el primer periodo de recesión. Portugal ha sido uno de los países cuya economía se ha resentido de manera más evidente.

Es, sin duda, una fase apasionante la que se abre ante nuestros ojos, y será la que defina las nuevas

estructuras de mercado, esas que ahora sólo vislumbramos desde la limitación de medios técnicos digitales. La crisis definirá ese horizonte en el que, sin duda, permanecerá intacto el amor de la gente por la posesión del objeto bello, simbólico o simplemente elitista.

Cualquier razón para adquirir una obra de arte es y será buena.

**COLECCIONISMO Y MERCADO DE ARTE EN
CENTROAMÉRICA. ASIGNATURAS PENDIENTES**

VALIA GARZÓN DÍAZ*

Centroamérica aparenta ser una región olvidada, de la que se sabe en las noticias por sus profundas desigualdades y desequilibrios sociales, sus horribles índices de criminalidad y violencia, su posición privilegiada para el trasiego de drogas y el tráfico de personas...

En el plano cultural, se obvia muchas veces en los estudios relacionados con las artes visuales, o las referencias históricas a artistas y movimientos regionales son escasas. Aunque en las últimas décadas el comportamiento vibrante del arte contemporáneo en la región ha llamado la atención de curadores y críticos, aún no se ha realizado un estudio detallado del desempeño del mercado del arte en Centroamé-

Valia Garzón Díaz (La Habana, 1968)

Es Historiadora de Arte por la Universidad de La Habana. Desde 1997 vive en Centroamérica, donde se ha desempeñado como curadora de la Fototeca Guatemala de CIRMA, y desarrollando varios proyectos curatoriales de manera independiente. Es fundadora de Consultores de Arte, SA, empresa que asesora a coleccionistas privados, corporativos y públicos de toda la región centroamericana. En el 2011, Consultores de Arte SA, ha creado la subasta BAM-XNOX que desde su primera edición se ha distinguido en la región. Su empresa asesora y colabora con otros eventos artísticos de la región que se enfocan en el desarrollo del mercado del arte.

rica. Mucho menos se han investigado sus orígenes, ni se ha profundizado en la historia y desarrollo del coleccionismo de arte en el área.

Motivos hay muchos. La escasez de profesionales capacitados, con experiencia en temas de mercado de arte en la región, es uno de ellos. Otro es el grado de estratificación social, que impide muchas veces el acercamiento a los coleccionistas serios del área, que, además, en su mayoría mantienen un bajo perfil debido a la inseguridad que viven en sus países. Algunos apuntes desarrollados en este texto podrían ser útiles para tener un panorama del estado del coleccionismo de arte en Centroamérica, tema que además, al estudiarse en profundidad, podría aportar luces a la comprensión más completa del complejo escenario artístico regional.

MUSEOS, FUNDACIONES Y POLÍTICAS CULTURALES EN CENTROAMÉRICA

En el momento de escribirse este artículo, a las puertas de tomas de posesión presidencial en Guatemala y Nicaragua, además de elecciones en El Salvador en el 2012, valdría la pena reflexionar sobre la pobreza de la legislación en materia de patrimonio cultural que existe en la región. Con los problemas acuciantes a los que se enfrentan nuestros países, pareciera que el tema de la conservación del patrimonio y la política de adquisiciones de colecciones para museos e instituciones no es perentorio. La legislación en cada uno de los países es muy básica y en muchos casos ha estado estimulada por organizaciones internacionales a las que los Estados pertenecen, por lo que los lineamientos son escuetos y de ellos no se

derivan políticas que permitan ponerlos en práctica con la minuciosidad que requieren.

La falta de certeza ciudadana sobre la capacidad del Estado para preservar sus bienes, y la larga historia de depredaciones al erario público, hacen que las donaciones privadas a las colecciones de los museos nacionales sean casi inexistentes. Durante este año 2011, por ejemplo, como un caso de excepción en el país, el Museo de Arte Moderno “Carlos Mérida” ha recibido una donación de más de 24 piezas del artista Darío Escobar por parte de un coleccionista privado.

Este hecho, inédito por su magnitud, contrasta con la nula capacidad del museo para establecer una política de recepción de donativos, que no ha sido estipulada por el Ministerio de Cultura y Deportes. Al buen criterio del director de la institución se deja la compleja toma de decisiones sobre cuáles obras aceptar en donativo, tarea que tampoco se presenta de manera masiva año con año. Las decisiones sobre este fenómeno están más relacionadas con el sopesar cuánto de beneficio adquiere el Museo al aceptar donativos, que generalmente proceden de artistas que buscan un reconocimiento para sus trayectorias. Así como el Ministerio de Cultura y Deportes de Guatemala no establece una política de recepción de donaciones, tampoco tiene contemplado un presupuesto que permita trabajar con holgura al Museo Nacional, no sólo en su área de adquisiciones, sino en la de conservación de sus colecciones y su extensión a la comunidad.

Las relaciones de los coleccionistas privados con el Estado comienzan a tomar nuevos giros. Un ejemplo de esto es la Fundación La Ruta Maya, creada por

Fernando Paiz, prestigioso empresario guatemalteco, conocido internacionalmente por sus amplias colecciones de arte precolombino, hondas guatemaltecas y arte del siglo XX; además de por su apoyo constante al desarrollo de la educación, el arte y la cultura en la región centroamericana. Entre los objetivos de esta fundación están la repatriación de piezas mayas que están dispersas alrededor del mundo.

Como depositarios legales del Patrimonio Cultural de la Nación, tanto la Fundación La Ruta Maya como Fernando Paiz, han inscrito ante el Registro de Bienes Culturales más de 3,200 obras de arte precolombino en los últimos tres años, muchas de ellas recuperadas en el exterior en un esfuerzo sin precedentes en la región. Estas acciones de por sí encomiables, han chocado en repetidas ocasiones con la falta de una legislación aduanera que viabilice la entrada de estas obras. En Aduanas, los bienes culturales son considerados como “mercancía” y tratados como tal al llegar a puerto, al no existir una categoría especial para ellos en la legislación aduanera y tributaria. Al carecer de una documentación legal de “salida” su importación también se torna más difícil.

En otro esfuerzo inédito de colaboración entre el Estado y una fundación privada, se ha elaborado por parte de esta Fundación un anteproyecto de “Ley de exoneración de impuestos de importación a bienes culturales restituidos o devueltos a Guatemala por ser patrimonio cultural de la nación”, que está actualmente bajo revisión por los asesores legales del Ministerio de Cultura y Deportes y algunos diputados del Congreso de la República para ser presentado formalmente ante el pleno del Congreso. Como consecuencia de la colaboración con la Dirección General del Patrimonio

Cultural y Natural del Ministerio de Cultura, la Fundación La Ruta Maya trabajó también un “Manual de Repatriación de Piezas Arqueológicas”, el cual ha compartido con la Unidad para la Prevención del Tráfico Ilícito de la misma institución, para unificar criterios. Este sería de los pocos lineamientos que existen en Centroamérica y podría servir de modelo a otros países de la región.

Dentro de la iniciativa privada, estos mecanismos parecen estar mucho más engrasados. Acostumbrados a esquemas diferentes de creación de vínculos y apoyos, los empresarios flexibilizan mucho más sus relaciones y obtienen mejores resultados. El Museo de Arte de El Salvador, abierto en el 2003, construido completamente con iniciativa privada y manejado por una Junta Directiva de empresarios locales, posee una política propia de adquisiciones. Concebido como el primer museo de la región cuyo espacio fue diseñado para los usos que hoy tiene, uno de sus imperativos ha sido la creación de una colección propia que hoy en día ya llega a 280 obras.

La Junta Directiva y los profesionales del MARTE han trabajado de manera coordinada, tejiendo lazos con coleccionistas, empresarios locales y entidades extranjeras, para obtener obras como el comodato de las 24 piezas que por 25 años depositó el Patronato Pro Patrimonio Cultural de El Salvador; la donación de 39 obras salvadoreñas por parte de la familia Bal-seiro; la donación que hizo antes de morir la artista Rosa Mena de 50 obras suyas; el donativo de obras que realizó la mexicana Fundación Zúñiga Laborde; y una lista numerosa de donaciones privadas de artistas y coleccionistas. El MARTE ha sido sede también de exposiciones de colecciones foráneas que

han permitido a los salvadoreños entrar en contacto directo con importantes obras del acervo mundial.

En Honduras, manejado por la Fundación Hondureña para la Identidad Nacional, se creó el Museo de la Identidad Nacional (MIN). Su Junta Directiva, constituida por empresarios y profesionales amantes del arte, realiza una encomiable labor en la conservación, difusión y exposición de la cultura nacional. El MIN es sede también de exposiciones temporales que enlazan a los hondureños con el arte regional y universal. Esta institución ha firmado también un convenio con el Instituto Hondureño de Antropología e Historia que le permite exhibir piezas patrimoniales en su sala permanente. Este esfuerzo sostenido permite a la institución constituirse como entidad pionera dentro del país, y su programa educativo con niños y jóvenes ha recibido el aval de entidades nacionales e internacionales.

La Fundación Ortiz Gurdián, en Nicaragua, creada en 1996, tiene una numerosa colección de piezas de arte nicaragüense y universal. Es la primera entidad centroamericana que funda un museo de arte fuera del área capitalina. Con dos casas restauradas en el centro de León, esta fundación lleva ya más de 15 años apoyando el arte emergente centroamericano y poniéndolo a dialogar con obras de artistas extranjeros.

Una buena parte de su colección se nutre de obras que han sido compradas en el marco de las bienales nacionales y regionales del área centroamericana, de las que la fundación es uno de los principales patrocinadores. De este modo, la Fundación Ortiz Gurdián se ha ido nutriendo de piezas que hoy son imprescindibles para historiar el arte de la región.

Con un compromiso profundo con el arte nicara-güense, y con el patrimonio de León, ciudad natal de sus fundadores, esta entidad ha colaborado también en la restauración y conservación de patrimonios nacionales como los retablos y murales de la catedral de León, que el pasado año han sido puestos de nuevo a disposición de los habitantes de la ciudad y sus visitantes.

En Guatemala, la Fundación Paiz, creada por una familia guatemalteca de empresarios, escritores y artistas, ha jugado un importante papel en el desarrollo de una colección nacional. Esta se ha nutrido de los premios de adquisición que se dieron durante los muchos años en los que la Fundación ha creado y patrocinado una Bienal Nacional que aglutinó a artistas guatemaltecos de diferentes generaciones. Sin una sede para la exhibición de sus colecciones, la Fundación Paiz ha tenido la estrategia de sacar a la luz sus piezas utilizando espacios museísticos nacionales y extranjeros. También usa la plataforma de las bienales para mostrar parte de su acervo y ha propiciado la convivencia con las obras por parte del personal de sus empresas.

En materia de exhibición y adquisición de colecciones, enlazar la gestión privada con la pública se vuelve un acto de fe en Centroamérica. La Fundación de La Ruta Maya realiza esfuerzos sistemáticos para exhibir sus colecciones. A falta de un espacio propio, y consecuente con su voluntad integracionista, esta Fundación tiene un programa permanente de préstamo de sus colecciones a museos privados y estatales de Guatemala y el extranjero. Han sido numerosas las muestras en museos guatemaltecos de administración privada, donde se encuentran en préstamos (muchas

veces permanente) varias piezas de la colección de esta fundación. Peor suerte han tenido al ofrecer sus obras en préstamo a museos estatales como el de Antropología e Historia de Guatemala, que considera muy llenas sus bodegas para recibir una muestra de piezas que no pertenecen a su colección, a pesar de ser, muchas de ellas, de incalculable valor. Mejor suerte han corrido con museos estatales de la región. Hace unos años pudieron exhibir su colección de hondas guatemaltecas en el Museo Nacional de Antropología "Dr. David J. Guzmán" (MUNA) de El Salvador.

Una buena parte de la colección de la Fundación Ortiz Gurdíán, de Nicaragua, ha viajado a los principales museos estatales y privados de la región y con frecuencia se realizan préstamos de obras entre instituciones y fundaciones. Sin embargo, estas colaboraciones son producto mayormente de relaciones personales creadas entre los empresarios de la región, que comparten negocios y pasiones y para los cuales es habitual establecer este tipo de redes.

COLECCIONISMO PRIVADO.

EL RETO ENTRE LO PRIVADO Y LO PÚBLICO

Los coleccionistas centroamericanos serios no son numerosos, como sí lo son los "compradores de cuadros". A diferencia de estos últimos, los primeros han sabido crear un patrimonio que se ha aprovechado de coyunturas locales como la existencia incipiente de un mercado de arte regional.

En cada uno de los países centroamericanos podríamos encontrar tres grupos de coleccionistas con características muy diferenciadas entre sí. De este diagnóstico hemos excluido a familias que

tradicionalmente han coleccionado arte, desde los siglos XIX y XX, pues sus compras se realizaron en momentos en que el mercado no estaba establecido en la región y no había una consciencia plena de lo que representaba la posesión de obras de arte desde el punto de vista de la inversión y percepción social.

El primer grupo lo integran empresarios de alto poder adquisitivo que iniciaron sus colecciones entre las décadas de los sesentas y ochentas. Compraron sus obras en las galerías locales y la exposición que tuvieron al arte internacional era escasa, a no ser el que en estas galerías se vendía. Luego, con colecciones ya sólidas, y a partir de la entrada arrasadora del arte latinoamericano en las grandes casas de subastas internacionales, en la década del 90, comenzaron a adquirir obras de maestros que en ese momento eran aún accesibles en sus precios. En términos económicos, estos coleccionistas han multiplicado enormemente el valor de sus inversiones y cada vez están más conscientes de que es un legado importante para sus herederos.

Sus colecciones tienen un perfil que entronca más con el arte moderno latinoamericano y algunos se aventuran hasta las segundas vanguardias y obras producidas en los años 80 y 90 del pasado siglo. Son más reacios a incorporar arte contemporáneo y muchos de ellos han parado el nivel de sus adquisiciones por restricciones de espacio, o porque no hay ya en el mercado secundario suficientes obras que los atraigan. En este grupo podemos incluir también a herederos de esas colecciones, que comparten con sus padres su gusto estético, y son menos proclives a tomar acciones que signifiquen dar un vuelco al acervo que comparten o han heredado.

Un segundo grupo está integrado, en parte, por herederos de coleccionistas del primer grupo, que se han visto más expuestos a los cambios del escenario artístico internacional desde finales del siglo XX. Generalmente son profesionales que han salido a estudiar fuera de la región y que han regresado y formado sus empresas después de que el enrarecido clima de las guerras civiles diera paso a procesos de democratización en varios países. Tienen en sus manos importantes acervos, muchos de ellos integrados solamente por arte nacional, pero el nivel de exposición que han tenido a movimientos artísticos internacionales los hace necesitar un proceso de depuración de sus colecciones que les permita incluir en ellas nuevas tendencias que les son más afines.

Estos coleccionistas son una de las fuentes más importantes que ahora está nutriendo el mercado secundario en toda la región centroamericana. Sus adquisiciones las hacen mayormente en ferias de arte, galerías internacionales, o mediante un grupo muy reducido de dealers y asesores de coleccionistas, que se mueven en toda la región y que tienen fuertes conexiones en el área y a nivel internacional.

Frecuentemente comienzan conservando obras heredadas, o adquiriendo piezas que se apegan a un gusto que ya han aprehendido, pero son muy proclives a cambiar vertiginosamente el curso de sus colecciones. Muchos de ellos han creado las más importantes colecciones de arte contemporáneo en la región. Están abiertos a apoyar a artistas locales, emergentes o de carrera media, a los que no solamente compran su trabajo sino que se comprometen con la financiación de proyectos que por la cantidad de recursos que implican no pueden asumir los creadores. Las ad-

quisiciones que realizan estos coleccionistas son muy meditadas y generalmente están presupuestadas, pues ya sus colecciones tienen un perfil que previamente han delineado. Saben lo que quieren y se asesoran con profesionales expertos en el mercado de arte.

El tercer grupo está integrado por profesionales jóvenes, generalmente con carreras afines al mundo de las artes visuales, o incluso artistas devenidos coleccionistas. Con el desarrollo acelerado de la región en los últimos años, su poder adquisitivo ha aumentado y destinan sumas anuales para incrementar sus colecciones. Por lo general van construyendo acervos que privilegian a artistas emergentes o de carrera media y muchos de ellos utilizan sistemas de canje para adquirir sus piezas. No son muy proclives a buscar asesoría de profesionales, pues al tener conexiones en el medio del arte suponen que pueden acceder a verdaderas oportunidades de manera directa. Por esta razón, muchas veces construyen colecciones encomiables de arte contemporáneo, y otras cometen errores que podrían no haber cometido si buscaran el apoyo de un experto.

Este grupo de coleccionistas ha creado un mercado para el arte contemporáneo regional, que es aún, lamentablemente, bastante reducido. Ser pocos en número los convierte en vulnerables y fácil blanco de artistas jóvenes que tratan de no usar los canales tradicionalmente probados para el mercado del arte.

Estos tres grupos de coleccionistas privados dinamizan y oxigenan el mercado de arte centroamericano. Son su columna vertebral y barra de apoyo. En gran medida, están conscientes de la hora crucial en la que viven, y de la cantidad de retos que

enfrentan en sociedades signadas por la violencia y con muy escasos espacios institucionales para la conservación y cuidado de obras de arte. En su mayoría, con las discreciones del caso, ponen sus obras a disposición de críticos y curadores para que sean usadas en publicaciones y exhibiciones.

Estudiar el devenir del arte en la región es imposible sin contar con ellos. Es por eso lamentable que muchas veces sean vistos por los espacios tradicionales de mercado del arte (y hasta por los propios artistas) únicamente como proveedores de recursos, en vez de cómo piezas claves de un espacio que se quedaría mutilado si ellos estuvieran ausentes. Darles su lugar, desarrollar programas educativos para que mejoren sus niveles de decisión, escuchar sus opiniones sobre el escenario artístico regional, es de vital importancia para que todos sigamos creciendo.

MERCADO DEL ARTE EN CENTROAMÉRICA.

GALERÍAS, DEALERS Y ASESORES

Desde finales de los años 80, fecha en que comienzan a llenar el escenario artístico las galerías, se abre una puerta para la adquisición un poco más profesional de obras de arte. A pesar de que varias de ellas no llenaban las expectativas de compradores más serios, podemos enumerar ejemplos de espacios expositivos que han tenido una presencia importante en la región.

En 1985 se abre la galería Espacio, en El Salvador. Su particular interés por llevar al país a maestros latinoamericanos de renombre internacional, los ha hecho responsables de la creación de importantes colecciones salvadoreñas que no sólo tienen piezas

de maestros locales. Esta galería ha desarrollado por muchos años una muestra anual de arte latinoamericano en donde ha invitado a grandes maestros a exhibir sus obras, detectándolos incluso cuando eran artistas emergentes. Aun cuando ha apostado por inversiones seguras en los últimos tiempos, arriesgándose poco por los artistas jóvenes, no se puede dejar de hablar de galería Espacio a la hora de analizar las raíces del coleccionismo centroamericano.

En Honduras la galería Portales y en Nicaragua la galería Códice, son una muestra de lo que pueden hacer espacios que comprenden profundamente la esencia de sus clientes locales. Ambas galerías, fundadas por carismáticos personajes de la región como Bonnie de García y Juanita Bermúdez, han jugado un papel muy importante en sus países en la creación de colecciones de arte nacional, fundamentalmente. Paralelamente, han contribuido de manera visible al conocimiento de los artistas nicaragüenses y hondureños en escenarios internacionales, apoyándolos en sus proyectos y enlazándolos con curadores y organizadores de eventos, bienales y exposiciones. La galería Portales ha cerrado sus puertas, pero su creadora sigue activa en la región, y, desde el año pasado, comprometida con la organización de la subasta *Idearte* en Honduras.

En Guatemala, el papel de galería Sol del Río fue sumamente valioso para el conocimiento del arte emergente del país en los años 90. Sol del Río, con Víctor Martínez a la cabeza, fue el único espacio guatemalteco, y uno de los pocos en la región, que tuvo una estrategia de visibilización en escenarios internacionales de exhibición, como ferias de arte y bienales. Apostó por un arte emergente en un contexto

local anquilosado y poco preparado para asimilar sus propuestas. Por medio de su esfuerzo se reconocieron internacionalmente artistas como Luis González Palma y no dudó en ofrecer sus espacios para que se desarrollaran propuestas muy experimentales para su época, aun en detrimento de sus réditos económicos.

En todo este panorama, en donde siguen aflorando las galerías comerciales, hay denominadores comunes. Muy pocas asumen la tarea de la representación comprometida de artistas de la región, y casi ninguna tiene entre sus prioridades la labor formativa y educativa de coleccionistas que puedan crecer de manera que conviertan sus colecciones en espacios de diálogo y aprendizaje.

En un medio en donde las galerías locales han perdido su esencia dinamizadora, han surgido con mucha fuerza varios dealers privados y asesores de coleccionistas. No son muchos, pero su visibilidad es cada vez mayor y participan energéticamente del mercado del arte, creando espacios de discusión y aprendizaje.

Generalmente sirven como expertos a coleccionistas ya consagrados o a aquellos que intentan oxigenar sus acervos poniendo en venta varias de sus piezas. Por sus amplias conexiones internacionales y su conocimiento profundo del coleccionismo regional, pueden conseguir nuevas obras para engrosar colecciones y, a su vez, colocar en el mercado secundario internacional las piezas de sus clientes que, por su trascendencia o alto valor, no son absorbidas por los reducidos mercados secundarios locales.

Dealers y asesores de coleccionistas, con sus esfuerzos de los últimos años, son responsables también de la documentación, avalúo y certificación

de obras en colecciones que hace un tiempo atrás no tenían como preocupación esencial estos procesos. Al aprovechar las nuevas tecnologías y reducir esencialmente sus costos de operación, ofrecen a los coleccionistas privados una alternativa mucho más viable, con menos costos, y de mayor impacto, para el crecimiento de sus acervos.

MERCADO DE ARTE EN CENTROAMÉRICA.

LAS SUBASTAS

Las subastas marcan espacios y momentos dentro del mercado de arte en la región. Todas comparten características comunes:

- Surgen a partir de la iniciativa de un grupo de personas cuyo acercamiento al mercado de arte parte de su propia experiencia como coleccionistas, galeristas, dealers o asesores de coleccionistas privados.
- Están relacionadas con entidades benéficas que requieren atención inmediata y usan al evento como vehículo principal de recaudación; o con instituciones culturales o educativas para cuyos programas se requiere consecución de fondos.
- Concentran su acción en los países en los que se organizan, ejercen influencia en el mercado del arte local y se convierten rápidamente en eventos sociales a los que se mira como marcadores de pautas y tendencias.

La pionera de estos eventos en Centroamérica ha sido *Juannio*, surgida en Guatemala en 1964. *Juannio* aparece en el escenario nacional guatemalteco como

una iniciativa de un grupo de empresarios y amantes del arte preocupados por la sobrevivencia y consolidación del Instituto Neurológico de Guatemala, una institución educativa para niños con discapacidad intelectual que se fundó en 1961.

Por su novedad, y frente a un escenario local donde el mercado del arte estaba compuesto por pocas y tímidas galerías, este evento empieza a perfilarse como un espacio atractivo para artistas y compradores de arte que veían en su realización anual una oportunidad única para comprar la producción de artistas nacionales.

En un escenario cultural débil, signado por complejos eventos políticos y poco apoyo para los artistas nacionales, era lógico que *Juannio* se convirtiera en el único espacio que, además de vender la obra del artista, premiara su desempeño. Por muchos años, este evento fue el único en el país que otorgó premios atractivos a sus participantes y marcó además una tendencia de mercado para las obras de los artistas locales.

Juannio creció hacia dentro durante muchos años, convirtiéndose en un caso único en una región donde los esfuerzos en pro del desarrollo del arte no son sostenidos en el tiempo. Su comité organizador inicial legó a sus hijos su voluntad de sobrevivencia y éstos, a su vez, comenzaron a invitar a otros amigos colaboradores que mantuvieron el espíritu de la causa que apoyan. En más de 40 años, el panorama artístico nacional ha cambiado y no se puede hablar del desarrollo del arte en el país sin analizar el impacto que un evento como este ha traído al escenario local, y también al regional.

Pero, al concentrarse hacia dentro, *Juannio* comenzó a repetir sus patrones de creación, sin visualizar que luego de la firma de los Acuerdos de Paz, en 1996, Guatemala experimentó un acelerado viraje en la manera de producir de sus artistas más jóvenes. Desde 1964 hacia acá cambiaron también, por supuesto, los patrones de desempeño del mercado del arte internacional. Repitiendo esquemas que han funcionado desde siempre y sin un experto de planta que aglutine con una visión profesional los altruistas esfuerzos del comité organizador, *Juannio* ha descuidado también los llamados de atención de expertos locales y regionales, así como las opiniones de los profesionales extranjeros que a partir de los años 90 empezaron a invitar como parte de sus jurados de selección de obras.

En el medio de una década de los 90 en donde las casas de subasta se perfilaron como marcadores de tendencias en el mercado del arte internacional y en donde el arte latinoamericano entró con energía y arrasadora vitalidad, *Juannio* continuó llamando “subasta” a un evento que no tiene un experto curador, invita abiertamente a los artistas más jóvenes a participar, otorga tres premios, expone la obra de sus concursantes, estimula a los maestros nacionales a que muestren su más reciente producción y aglutina a una importante cantidad de compradores y curiosos.

No se puede soslayar su labor en la formación de importantes colecciones nacionales a lo largo de este tiempo pues la participación sostenida de artistas guatemaltecos propició que los coleccionistas locales encontraran obras que ya son imposibles de obtener fuera de un débil mercado secundario. Pero los criterios de selección de piezas no participantes en el

concurso (nacionales y extranjeras), ha propiciado la formación de “colecciones Juannio” que exhiben un completo desequilibrio, y una ausencia total de criterio, reflejando los mismos problemas por los que atraviesa el evento.

Durante los últimos años, han surgido en El Salvador y Honduras otros dos eventos similares a *Juannio* que nos permiten establecer ya un patrón en la región. *Sumarte* e *Idearte*, surgen como eventos de recaudación y apoyo para los programas educativos del Museo de Arte de El Salvador (MARTE) y el Museo de la Identidad Nacional (MIN) en Honduras.

Preocupados por el escaso apoyo que encuentran los artistas en sus países y mirando hacia un modelo, en nuestra opinión fallido, como el de *Juannio*, estos dos eventos se han convertido, en muy pocos años en punto de referencia para el mercado del arte en sus países.

Sumarte se inició en el 2004 a raíz del esfuerzo del grupo de Amigos de MARTE por crear un evento que recaudara fondos para los programas educativos del museo y a su vez diera a los artistas nacionales un espacio de reconocimiento en el mercado. Con una organización encomiable y muy profesional, *Sumarte* ha logrado nuclear a un grupo de coleccionistas que se desenvuelven en un país que ha sido, tradicionalmente, el de mayor cantidad de colecciones de arte latinoamericano en la región.

La voluntad que tuvieron sus creadores de informarse sobre el proceso organizativo de un evento tan específico como una subasta de arte ha rendido sus frutos. Sus visitas a otros eventos de la región y el extranjero han permitido que el día de la subasta exhiban una calidad profesional muy encomiable. En

estos siete años han atraído a los artistas y coleccionistas salvadoreños y se han posicionado como el evento más importante del mercado de arte en el país. El trato profesional hacia las obras, los artistas, coleccionistas, dealers, galeristas y asesores de coleccionistas en toda la región, ha distinguido a este evento por encima de los demás que se celebran en Centroamérica.

Idearte, por su parte, es un evento joven, que tuvo su primera edición en el 2010 y que en dos años ha logrado un nivel de convocatoria amplio en la sociedad hondureña. Organizado por Bonnie de García, experimentada galerista hondureña, respetada profundamente a nivel nacional y regional, y responsable de la creación de muchas de las colecciones locales, *Idearte* ha nacido con buen pie organizativo, tratando de adaptar los esquemas regionales a sus particularidades locales.

Frente a la poca certeza de la economía mundial y los descabros financieros que han tenido lugar en los últimos años, los organizadores de estas tres subastas nacionales han priorizado sus temores. En cada edición han mirado con escepticismo hacia sus compradores y han evaluado tímidamente sus potencialidades. Olvidan los salvadoreños que en las colecciones locales se pueden encontrar piezas de grandes maestros del arte latinoamericano del siglo XX. Pierden oportunidad los hondureños de lanzar un evento de garra, que se posicione regionalmente desde sus inicios y sea un referente. Pierden los guatemaltecos a sus coleccionistas más serios, que ya no encuentran obras que sintonicen con el crecimiento internacional de sus colecciones. Olvidan todos que su materia prima para trabajar es el coleccionista, al que hay que atraer y educar.

Todos estos casos de subastas nacionales, que han tenido mejores y peores resultados en los últimos años, comparten puntos en común que las debilitan.

- Al ser tan amplios y democratizadores sus procesos de selección de artistas y obras, no ofrecen al coleccionista la certeza de que lo que compra son piezas que con el transcurso del tiempo se harán imprescindibles en una colección de arte. Esta amplia selección, que aparentemente apoya al desarrollo del arte local, no fortalece la imagen de la subasta al mismo nivel de las que se realizan internacionalmente, que bajo ningún concepto, hacen convocatorias abiertas.
- Al no tener un curador de planta y dejar la selección en manos de profesionales invitados ésta se debilita. Los expertos invitados deben escoger de un grupo de obras que responden a una convocatoria abierta, y no pueden evaluar las decisiones de un comité organizador que luego invita a los que consideran maestros nacionales. Este mismo comité selecciona a su vez de las propuestas que recibe de galeristas, dealers y asesores extranjeros. Es imposible, en un concierto como ese, lograr una muestra coherente de obras.
- La ausencia de un curador que dé cuerpo a las subastas y establezca sus parámetros estratégicos y sus líneas conceptuales, provoca que se desarrolle con poca profundidad un mercado secundario que debería ser la columna vertebral de estos eventos. Por lo general la selección de obras de alto valor para las colecciones nacionales es muy débil y los procesos de búsqueda de obras disponibles para la venta dentro de las colecciones locales es superficial.

Es también prácticamente inexistente la búsqueda dentro de colecciones extranjeras de obras valiosas de artistas nacionales y la repatriación de estas piezas para ser subastadas localmente es casi nula. Con esto se pierden, año con año, nichos de oportunidad que cada día encuentran los expertos y que no se ponen a disposición de los coleccionistas locales.

- La excesiva discreción con la que se planean estos eventos, no contribuye a que los coleccionistas locales y extranjeros participen enriqueciéndolos. Hasta el momento no hay ninguna subasta que invite abiertamente a coleccionistas locales a consignar obras. Los eventos son percibidos como espacios cerrados en los que se da más participación en el proceso a los artistas que a los propios coleccionistas. Esto debilita considerablemente la obtención de buenas piezas y limita la selección al conocimiento básico que se tiene de obras en venta, cerrando oportunidades a la subasta, no sólo de tener piezas de extraordinaria significación, sino de ampliar la base de sus clientes.
- El conocimiento del mercado local por parte de los organizadores es sesgado. Frases acuñadas que transmiten los temores y reticencias hacia “un mercado no preparado para ciertas obras” debilita las posibilidades de acceso a propuestas contemporáneas más atrevidas, y con ello, a un enorme potencial de clientes jóvenes que podrían identificarse mejor con este tipo de opciones. Paralelamente, una apreciación errada de las capacidades económicas de sus clientes, o de los recursos que éstos invertirían en la adquisición de obras mayores, está produciendo que en la subasta se vendan obras que no pasan general-

mente del rango de los 5,000 usd-15,000 usd. Los organizadores olvidan que un grupo cada vez más grande de clientes centroamericanos llegan a las subasta de casas internacionales y realizan inversiones considerables en ellas. Pasan por alto también que ferias importantes como ArtBasel o Armory Show son destinos obligados cada año de coleccionistas de la región, que establecen sólidos y constantes contactos con galerías internacionales. Análisis como éstos, no ayudan a la oxigenación del mercado, ni a que se tome en cuenta a estas subastas como opciones de alto nivel en la región.

- Los catálogos producidos por estas subastas, lejos de convertirse en un material agresivo de venta, reproducen únicamente la obra y un extracto muy pequeño del curriculum de los artistas. Esto elimina la posibilidad de que además se conviertan, con el paso del tiempo, en un documento de excepción para valorar el trabajo que se hace en estos eventos. Y, lo que es peor, no atraen con su propuesta e información a clientes potenciales que requieren ser educados.
- Contrario a lo que hacen todas las casas de subasta, e influidos por el clima de inseguridad que vive la región, los eventos no publicitan el resultado económico que obtienen. Con esto, no sólo se da una imagen de poca transparencia en la comunicación de sus ingresos, sino que se evalúa el resultado por las ventas que se realizan el día de la subasta, olvidando los procesos de postventa que todas ellas realizan y en los que casi siempre obtienen iguales o mejores resultados que en el día del evento. Con la no publicación de los resultados, se veta además

a los coleccionistas de una sensible y necesaria herramienta para la evaluación de la trayectoria de los artistas y su desempeño en el mercado.

- Las subastas olvidan que el proceso debe concentrarse agresivamente en el cliente y que es necesario un trabajo previo de educación, que debe ocurrir durante todo el año. Descansar la promoción de las obras solamente en las visitas guiadas, y descuidar el acercamiento constante a los clientes potenciales mediante un integral programa educativo merma considerablemente las capacidades de este tipo de evento.

Respondiendo a un profundo análisis del mercado guatemalteco y regional, ha surgido en el 2011 la subasta BAM-XNOX. Patrocinada por el Banco Agromercantil en Guatemala y creada por Consultores de Arte, SA. Destina una parte de los fondos recaudados al programa de becas para estudiantes guatemaltecos con capacidades de excepción, pero carentes de los recursos necesarios para asistir a la Universidad Agrícola Zamorano, en Honduras.

BAM-XNOX subastó este año 90 lotes, de 56 artistas de 15 países. Con nombres internacionales de la talla de Luis González Palma, José Bedia, Tomás Sánchez, Jorge Jiménez Deredia y una cuidadosa selección de artistas y de obras de diferentes tendencias y técnicas, BAM-XNOX se perfila como una alternativa en la región, a la que hay que dar seguimiento; sobre todo por su voluntad de aprender de los errores de eventos regionales e incorporar en su organización los parámetros de la realización de subastas internacionales.

En su primera edición BAM-XNOX recaudó más de 145 mil usd con la venta de alrededor del 35 % de sus lotes. Una cifra nada despreciable, si se tiene en cuenta su juventud y se compara con las subastas locales que han recaudado cantidades similares con la venta de una cantidad de lotes mayor. Dentro de la voluntad de sus organizadores está la de desarrollar una comunidad de coleccionistas informados, ofreciéndoles obras de alto nivel y desarrollando un catálogo con excepcional valor educativo que se convierta en extraordinaria herramienta de ventas.

Con un patrocinador de excepción, que se ha destacado en Guatemala por su apoyo a otros proyectos artísticos, BAM-XNOX podría convertirse en el corto plazo en una alternativa a la que miran coleccionistas no solo de Centroamérica sino también del extranjero. Su voluntad de apoyo y asesoramiento a otras subastas del área reafirma la necesidad de creación de una red que, de manera consciente, intercambie información, expertos y modos de operar que redunden en beneficio para el mercado del arte en la región.

Guatemala, noviembre 2011

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	9
I. EL CONTEXTO	15
EL SISTEMA DEL ARTE Y EL MERCADO DEL ARTE	22
MERCADO, DESARROLLO HISTÓRICO.....	27
MERCADO DEL ARTE Y TEORÍA ECONÓMICA	34
LA OBRA DE ARTE COMO PRODUCTO FINANCIERO.....	41
¿QUÉ COMPRAR? LA SUGESTIÓN DEL ENTORNO.....	44
SEGUNDO MERCADO	47
POSTURAS CRÍTICAS FRENTE AL MERCADO DEL ARTE	49
EL CONTRA-MERCADO	53
II. FASE INICIAL: EL PROCESO CREATIVO.....	55
EL ARTISTA	55
EL PROCESO CREATIVO EN EL MARCO DEL SISTEMA.	
FÓRMULAS DE TRABAJO	63
LA OBRA DE ARTE:	
ENTRE MERCANCÍA Y OBJETO SIMBÓLICO	70
LA VALORACIÓN ECONÓMICA DE LA OBRA DE ARTE	77
UNICIDAD-MULTIPLICIDAD.....	82
EL VALOR SIMBÓLICO DE LA OBRA DE ARTE: LA DIVINIDAD Y SU PLASMACIÓN EN UN OBJETO ARTÍSTICO.....	87
INCIDENCIA DE LO MATERIAL EN LAS COTIZACIONES.	
EL VALOR DE ORO Y PLATA.....	93
FOTOGRAFÍA Y NUEVOS MEDIOS	97
PROPIEDAD INTELECTUAL DE LA OBRA DE ARTE.	
APROXIMACIÓN A UNA PROBLEMÁTICA COMPLEJA	102

III. CIRCULACIÓN DEL PRODUCTO ARTÍSTICO.....	105
LA INTERVENCIÓN DEL CRÍTICO EN EL SISTEMA	105
EL COLECCIONISMO	108
COMO LEGITIMADOR DE LA OBRA DE ARTE	108
EL COLECCIONISMO CORPORATIVO	115
LOS FONDOS DE INVERSIÓN EN ARTE	117
EL MUSEO, COLECCIONISTA	
Y LEGITIMADOR INSTITUCIONAL.....	119
LAS FERIAS DE ARTE CONTEMPORÁNEO	
EN EL CONTEXTO INTERNACIONAL	123
LAS SUBASTAS	135
LAS GRANDES SUBASTAS DE ARTE CONTEMPORÁNEO	142
EL GALERISTA.....	145
LAS REDES DE MERCADO.....	150
LA GALERÍA DE ARTE. APROXIMACIÓN HISTÓRICA	153
PRECEDENTES. LAS PRIMERAS VANGUARDIAS.....	153
DANIEL HENRY KAHNWEILER,	159
PICASSO, BRAQUE, GRIS.....	159
OTROS EJEMPLOS.....	165
LA IRUPCIÓN DE NUEVA YORK	166
LEO CASTELLI.....	169
GALERISTAS-COLECCIONISTAS. EL CASO BEYELER	175
LA INCIDENCIA DE LOS BARRIOS DE GALERÍAS EN	
LA ESTRUCTURA DE LA CIUDAD.	
LA ARTICULACIÓN URBANA	
DE LAS GALERÍAS DE ARTE EN PARÍS.....	177
A MODO DE EPÍLOGO:	
SITUACIÓN EN EL CAMBIO DE MILENIO	183
COLECCIONISMO Y MERCADO DE ARTE	
EN CENTROAMÉRICA. ASIGNATURAS PENDIENTES	
VALIA GARZÓN DÍAZ	189

Manuel María Lejarreta
Embajador de España en Guatemala

Christian Celdrán Kuhl
Cónsul y Consejero Cultural

Centro Cultural de España en Guatemala

Inmaculada Ballesteros
Directora

Yanira Gálvez Bolaños
Coordinadora de Actividades Culturales

Juan Antonio Martínez
Gestor Cultural

Eugenia Arriola
Asistente de Dirección

Magdalena Morales
Responsable de Artes Escénicas

Emiliano Valdés
Responsable de Artes Visuales

Alberto Rodríguez
Responsable de Cine

Margarita Pérez
Bibliotecaria

Marvin Aguilar
Coordinador Administrativo y Financiero

Olga Vásquez
Contadora

Gladis Hernández
Adolfo Gómez
Erick García
Alba Luz Pérez
Aracely Martínez
Mainor Monterroso
Soporte Técnico

El Centro Cultural de España en Guatemala pertenece a la Red de Centros de la AECID, compuesta por 23 unidades en América Latina, Caribe y Guinea Ecuatorial. La Cooperación Española está convencida de que la Cultura es un importante motor para el desarrollo, por este motivo sacamos adelante esta publicación sobre mercado del arte.

En su exposición, Nacho Ruiz nos presenta de manera clara la estructura de un sistema muchas veces cuestionado pero que ha demostrado su consistencia, regulando la actividad y legitimando la relación entre las partes implicadas. En el texto se analiza la obra de arte en su recorrido por el galerista, el crítico y el coleccionista, destacando también el papel que desempeñan las revistas y las ferias de arte. Igualmente se examina la interacción de los factores implicados, desde la óptica anglosajona e italiana pero aportando la visión hispana.

Añadimos a esta publicación un ensayo dedicado a Centroamérica escrito por Valia Garzón Díaz, especialista y gran conocedora del mercado del arte en esta región tan interesante donde desarrollamos nuestra labor profesional.

Esperamos que esta publicación se convierta en una herramienta de utilidad para el sector, contribuya a fortalecer el mercado del arte y lo consolide como una importante fuente generadora de recursos y de desarrollo.

Inmaculada Ballesteros
Directora del CCE/Guatemala

