

## ***¿Quién fija el valor de una creación?***

### **EL ARTE (CONTEMPORÁNEO) DE CONSTRUIR FORTUNAS**

Los valores tradicionales de las subastas de Christies's y Sotheby's triunfaron en un contexto financiero tormentoso. ¿Podría tratarse de un retorno a la razón, aquella que algunos profesionales del sector piden a gritos? Hace algunos años que criterios discutibles parecen predominar en el arte contemporáneo omitiendo toda consideración estética.

Philippe Pataud Célérier

Periodista.

Traducción: Lucía Vera

Damien Hirst es británico. Tenía cuarenta y dos años el 21 de julio de 2007 cuando una de sus realizaciones obtuvo en una subasta un precio hasta entonces nunca alcanzado por un artista vivo. Su obra *Lullaby Spring* (Canción de cuna de primavera, 2002) alcanzó en la casa Sotheby's de Londres una cifra cercana a los 13 millones de euros. La pieza en cuestión es un botiquín de farmacia metálico, que contiene píldoras. En pleno verano, Hirst logra un nuevo record con su obra moldeada en platino, un cráneo del siglo XVIII, salpicado de 8.601 diamantes, *For The Love Of God* (Por amor a Dios). Esta obra habría sido vendida en 50 millones de libras esterlinas (alrededor de 73 millones de euros) por la galería londinense White Cube a un grupo de inversores que pidieron anonimato. Como única certeza para sus detractores, la obra tiene, por lo menos, el valor de sus 1.106 quilates (estimados en alrededor de 19 millones de euros).

#### Arte y publicidad

Después de los ready-made de Marcel Duchamp (objetos industriales firmados por el artista sin haber sido creados por él) se sabe que un objeto (un urinario, un botellero...) puede convertirse en una obra de arte a partir del momento en que el artista lo decide (1). "Ya no es posible -recuerda Natalie Moureau, economista y especialista de la cultura- evaluar una obra en función de sus características materiales y, particularmente, de su adecuación a un patrón de belleza, como ocurría en los tiempos de la academia; otros criterios como el saber hacer, el trabajo, la innovación, la técnica, el dominio del oficio, la originalidad y la autenticidad, operan poco en la evaluación de una obra de arte. Y su papel es despreciable en la formación del precio de las obras contemporáneas (2)". Son hasta tal punto despreciables, que una segunda caja de farmacia, presentada esta vez en una versión invernal, *Lullaby Winter*, dotada de características idénticas (con excepción del color y de la disposición de las píldoras que la componen) fue adjudicada un mes antes en Nueva York por la casa de remates Christie's en 5 millones de euros. *Lullaby Spring* ganó en algunas semanas 9 millones de euros por sobre su consorte invernal.

Aunque la primavera se presta para todo tipo de floraciones, no es seguro de que sea responsable de ese aumento acentuado de precios. Tampoco puede darse por seguro que la pieza y sus "6.136 píldoras pintadas cada una manualmente", como lo recuerda doctamente

su ficha técnica, haya influido con todo su peso en el espíritu de los oferentes. ¿Dónde deberían buscarse las causas? ¿En la publicidad que Sotheby's supo darle a su venta del 21 de junio de 2007? ¿En el dinamismo del mercado de arte londinense, más apto a apoyar artistas británicos? ¿En la personalidad de Hirst y el poder de su red de comerciantes, galeristas y coleccionistas, particularmente dinámicos esa tarde? Después de todo, el 21 de junio es el primer día del verano.

Damien Hirst se cruzó a fines de los años '80 con Charles Saatchi, un hombre de negocios británico, propietario de una de las agencias más importantes de publicidad del mundo, Saatchi and Saatchi Co. Ambas personalidades se completan de maravilla. Las provocadoras extravagancias del primero entusiasman el sentido de comunicación del otro. El artista y el coleccionista rápidamente se convirtieron en uno. Y como prueba de que Saatchi tiene buen olfato, Hirst recibió en 1995 el muy codiciado Turner Prize (3), que el Museo Tate Britain otorga cada año desde 1984 (excepto en 1990) a un artista del ámbito británico.

Si se miran las cosas un poco más de cerca, se descubre que el Premio Turner fue fundado por Patrons of New Art, un grupo de mecenas londinenses creado por... Saatchi, en asociación con el Tate. No hay ninguna duda de que la presencia de Saatchi debió flotar por encima del jurado, favoreciendo su elección de *Mother and child*, un ternero cortado en dos, inmerso en una solución de formaldehído. Esta decisión acumulaba muchas ventajas: además de la elección de una pieza de gran valor mediático, para felicidad de su nuevo patrocinador, el canal televisivo Channel Four, el premio consagraba la mirada de Saatchi al mismo tiempo que acrecentaba el valor de las piezas que ya había adquirido. Por su parte, el mayor coleccionista de arte contemporáneo británico sostenía, mediante sus continuas compras, la cotización de Hirst, validando financieramente la decisión intelectual del jurado. Para los especuladores, las señales eran evidentes: institución y mercado (reducido al inicio sólo a Saatchi, pero dotado de un poder financiero sin igual) iban a la par. Los especuladores no podían hacer otra cosa que seguirlos. Tres años más tarde, las ventas de Hirst habían crecido el 1.039% (4).

### Galeristas, la nueva brújula

Saatchi desempeñó un papel fundamental. "Ahora el comprador certifica al artista, así como la academia lo hacía en el siglo XVIII", recuerda el sociólogo Alain Quemin (5). El gran coleccionista marca más al artista por el hecho de que no se limita a comprar sus piezas, sino que lo prepara mejor que una institución, porque acumula poder financiero y capital social. "Entendemos por eso, precisa Natalie Moureau durante una entrevista, el conjunto de recursos que sostienen la extensión y el tamaño de su red de influencias y la capacidad, para cada uno de sus miembros, de hacer conocer y reconocer su poder de legitimación en materia de arte contemporáneo. Si tomamos la lista de los 200 mayores coleccionistas, se descubrirá, por ejemplo, que la mayoría de ellos pertenece al consejo de administración de algún museo".

François Pinault, el gigante del lujo francés, inauguró el Palazzo Grassi de Venecia designando como director al ex ministro francés de cultura, Jean-Jacques Aillagon. El promotor inmobiliario y millonario estadounidense Eli Broad lanzó su propio museo de arte

contemporáneo - Los Angeles County Museum of Art- bajo la batuta del arquitecto Renzo Piano, conocido en Francia por haber participado en la realización del Centro Georges Pompidou. Uno de los primeros compradores de arte chino contemporáneo, el barón belga Guy Ullens, creó su museo-fundación en Pekín (The Ullens Center for Contemporary Art), el primero de su tipo en China, apoyándose en personal científico proveniente de los mejores centros institucionales. Apoyado por el rematador suizo Simon de Pury, Saatchi inaugurará este verano su nuevo museo de arte contemporáneo en Chelsea, en el centro de Londres. Como en el Tate Modern, con el cual piensa rivalizar, la entrada será gratuita para el millón de visitantes que se espera. La galería estará flanqueada por salas de clase, con el fin de que profesores y estudiantes puedan familiarizarse con las obras expuestas, junto a expertos.

Para Aude de Kerros, enyastista y pintor, los grandes coleccionistas desempeñan ahora el papel de brújula en el ámbito de las artes contemporáneas, porque "los criterios tradicionales que fundamentan el valor de una obra en los mercados del arte antiguo, de los impresionistas y modernos, ya no se aplican al particular mercado del arte contemporáneo. Ahora lo que fundamenta el valor no es la obra sino la red. La garantía para el comprador no es el valor del artista y de la obra, sino el poder del galerista y la solidez de su red de coleccionistas (6)". Como lo señala Georges Armaos, historiador del arte, encargado de una parte de la clientela de la Gagosian Gallery, en Nueva York, una de las más poderosas galerías estadounidenses, "es verdad que una gran cantidad de coleccionistas compran obras en galerías reconocidas, porque saben que el galerista garantizará tanto la perennidad de la obra como el apoyo de su mercado. Pero también existe una buena cantidad de coleccionistas, en mi opinión la mayoría, sobre todo entre los europeos, que compran obras con las cuales desean vivir, más acá o más allá de cualquier consideración de mercado".

Tal vez, como todo mercado económico, el del arte contemporáneo necesita para su buen funcionamiento conocer y jerarquizar sus criterios de calidad; no hay nada de sorprendente, entonces, si éstos deben buscarse en la potencia de la red, y si uno se interesa menos en las obras que en quienes se ocupan de ellas. Esto lo prueba la publicación anglosajona Art Review que todos los años publica el muy esperado "Power 100", que incluye a las cien personalidades más influyentes en el mundo del arte contemporáneo (7). Aunque hay pocos artistas en su ranking (19%), estando entre los primeros Damien Hirst (6º lugar) y Jeff Koons (13º lugar), la participación de los coleccionistas, en cambio, pasó del 19% en 2002 al 31% en 2007; siguen galeristas e intermediarios (22%). Como estos coleccionistas se encuentran donde abunda el dinero, tampoco debemos sorprendernos al descubrir que el 74% tienen nacionalidad estadounidense y británica.

"A título de comparación, la galería Gagosian [presente tanto en Beverly Hills como en Nueva York, Londres y Roma] tiene una facturación anual al menos quince veces superior a la nuestra, que es de 15 millones de euros", constata Jean Frémon, director asociado de la Galería Lelong, una de las más célebres galerías francesas de arte contemporáneo. "Como el comprador elige con frecuencia artistas de su propia nacionalidad, a veces por simples

razones de proximidad geográfica, los artistas anglosajones están hoy entre los mejor cotizados” .

“Aunque no importe quien puede convertirse en plástico, ni importe quien trate de serlo, todos no podrán lograrlo. Porque hace falta un mínimo de audiencia. Ciertamente esto no es nuevo. Pero lo que sí lo es, es que no hay un vínculo lógico entre el hecho de seguir un recorrido típico, profesional o educativo, y la obtención de esa audiencia. Para tener éxito, ahora basta con saber venderse” , señalaba el filósofo Christian Delacampagne (8). Así, cuanto más invisible es el arte en función de los cánones artísticos tradicionales, más visible debe ser el artista en sus registros subversivos. Y en esto, los artistas vivos disponen de cartas de triunfo considerables con relación a sus mayores, ya que pueden encontrar coleccionistas y hacerse conocer por ellos, lo que es legítimo; pero también responder a la demanda, lo que es menos legítimo si se considera que un artista se define en primer lugar por tomar riesgos y por la creación de obras que el público no espera.

En este punto, las pinturas de Theo Van Gogh podrían rivalizar con las instalaciones de Damien Hirst, ya que tanto las unas como las otras han provocado, cada una en su momento, reacciones hostiles. Sin embargo, el primero murió en la miseria, mientras el segundo posee a los cuarenta años una fortuna que el Sunday Times estima en 270 millones de euros. Entonces, ¿cuáles son los pases mágicos?

La fórmula creativa

Algunos artistas tienen estrategias de marketing. Para atraer a la franja más encopetada, algunos trabajan la transgresión con una lógica empresarial. Una cabeza de vaca en descomposición (Damien Hirst) o una virgen cubierta de excrementos (Chris Ofili) pueden responder a las expectativas de un segmento de mercado para el cual faltaba la hostilidad del público y, con ella, el ruido mediático que dará a la pieza la notoriedad que le faltaba para motivar a los compradores, preocupados principalmente por la publicidad. De todas maneras podemos preguntarnos acerca de la naturaleza corrosiva de una subversión que está subvencionada por instituciones o por poseedores de grandes fortunas.

Otros toman como modelos a estrellas que esperan que sean los primeros compradores y los determinantes de una moda futura, más influyente en la medida en que un sujeto mediático surgirá forzosamente en los medios a partir de la obra y del artista. El británico Marc Quinn representa el cuerpo desnudo de la modelo Kate Moss. El estadounidense Jeff Koons, el de Michael Jackson en compañía de su chimpancé Bubbles (adquirido en Sotheby's por un naviero noruego en 5,6 millones de dólares). Koons captó bien que tenía que responder a las expectativas de su clientela, y alimentar así su imaginario, echando mano a un repertorio formal que le es familiar. Así un gigante corazón rosa, un diamante azul o verde, una pantera rosa de porcelana, aunque desconcierten a la mayoría, encantan a aquellos que reconocen allí el universo plástico de sus emociones cotidianas. Por ejemplo, el botiquín de farmacia (Lullaby) de Hirst formaba parte del mobiliario de un restaurante muy concurrido del barrio de Notting Hill (Pharmacy), donde deambulaban mozos con camisas de cirujano diseñadas por Prada, antes de ser vendido por su propietario... Damien Hirst.

Para Caroline Bourgois, directora del Fondo Regional de Arte Contemporáneo de la Región Parisina, denominado Plateau (9), las nuevas fortunas están en “la cultura de la inmediatez. Las formas deben ser comprensibles e inmediatamente seductoras. Mirar un Jeff Koons exige menos esfuerzo que otros artistas”. Pero si Jeff Koons es tan popular, se debe a que ha sabido hacerse apreciar por las estrellas (a lo que sin duda contribuyó su matrimonio con la Cicciolina, ex papisa del porno). Material para la prensa del corazón, el artista ha dotado a sus piezas de esa aura mediática indispensable para el ego de sus compradores. La paradoja es que son los propios compradores los que otorgan a la pieza su condición de ícono. ¿A qué precio? Al más alto.

¿Hablaríamos, si no, de *Hanging heart*, ese gigante corazón rosa cromado, anudado con una cinta dorada, si la pieza no hubiera alcanzado un precio asombroso en las salas de venta? Para alabar la obra, Sotheby's recordaba las miles de horas de trabajo que Koons (o más precisamente los obreros de su taller) había dedicado a la pieza. ¿La casa se había quedado corta de argumentos, para reactivar criterios que se pensaban inapropiados para el mundo artístico? Qué importa. Desde el 14 de noviembre de 2007 tiene un argumento implacable: el corazón rosa gigante fue vendido en 23,6 millones de dólares (alrededor de 16 millones de euros), es decir, un precio que superó el record alcanzado por Hirst. Y la explicación estalla enseguida: “Si no hubiera nada en ella, ¿piensa usted realmente que un coleccionista habría pagado ese precio?” Y, en efecto, ahora existe ese precio... Tanto menos discutible porque, cuanto más elevado es, más escasa se vuelve la capacidad de criticar la pieza, porque todos, desde el vendedor hasta el rematador, lo impulsaron hacia arriba para justificar al mismo tiempo su trabajo y su ingreso. “En realidad, concluye irónicamente un observador del mercado, el comprador ha conseguido no una pieza sino un precio, un precio que constituye todo el valor de la pieza. Sólo que la pieza es a veces tan débil que uno se pregunta si el dinero tiene todavía algún valor en esos círculos donde abunda”.

Poco importa, el arte contemporáneo va viento en popa. Asienta las fortunas adquiridas rápidamente. “Es el traspaso que debe pagarse para entrar en un circuito de relaciones donde cada uno es juzgado por criterios de solvencia, un derecho de entrada espectacular para ecos mediáticos, particularmente importantes para los nuevos empresarios de los países emergentes”, comenta Aude de Kerros. Accesible y no elitista, como lo proclama Jeff Koons, se convierte incluso en el coadyuvante mediático, comercial y democrático de algunas instituciones que se piensan demasiado encorsetadas por el peso de su historia. A fines de 2008, las obras de Jeff Koons tendrán un lugar en los jardines de Versailles. Lo que seguramente agrada a François Pinault, uno de sus grandes coleccionistas. Ahora bien, Aillagon, el nuevo presidente del Establecimiento Público del Museo y del Ámbito Nacional de Versailles, era hasta ahora director del Palazzo Grassi, propiedad de Pinault. ¿Convergencia de intereses? Por otra parte, Pinault es también el propietario de Christie's desde 1998...

Seguramente, los países emergentes ya no están apartados de este fenómeno, a medida que se desarrollan sus riquezas. Después de China, ¿India, Rusia, Brasil? “Los compradores saben, observa Hervé Perdriolle, especialista en arte indio, que los precios del arte

contemporáneo indio pronto seguirán al crecimiento del país. El punto positivo de ese repentino interés es otorgar finalmente un reconocimiento financiero a grandes artistas que eran todavía ignorados en la escena internacional". Las ferias se multiplican en todo el mundo, las oficinas de venta en remates refuerzan su poder de atracción con instrumentos de marketing cada vez más poderosos. "Allí donde llegábamos a interesar a cien personas para la primera venta de una obra, hoy llegamos tal vez a 10, 20 ó 30 veces más", confirma Grégoire Billault, director del departamento de arte contemporáneo de Sotheby's. Y como todos saben, los precios suben con el impulso de subastas poco numerosas. También han sido "aumentados" por esas casa de ventas que algunos observadores no dudan en calificar de "impulsores al crimen del mercado (10)".

Lo que está en tela de juicio es el sistema de precios garantizados: para persuadir a un propietario a vender una obra, el rematador le asegura un monto elevado, y cualquiera sea el resultado del remate, queda a cargo de la casa de ventas el pago de la diferencia si el precio efectivamente logrado fue inferior. Entonces, la casa va a poner en práctica todo lo necesario para valorizar la pieza, lo que, en general, pasará menos por un estudio en profundidad de la obra (técnica, material, audacia del tema...) que por la capitalización de todo lo que pueda satisfacer a una clientela con fortuna pero no necesariamente prevenida. Como, por ejemplo, el hecho de que una obra haya pertenecido a un propietario prestigioso.

Desmaterializado, el mercado del arte contemporáneo se mundializa más fácilmente todavía. Galerías, casas de remate, bases de datos especializadas, brindan en línea todo tipo de informaciones para el comprador particularmente avezado en las nuevas tecnologías. Documentación, análisis y estudios sobre el potencial especulativo de las piezas codiciadas encantan particularmente a los hedge funds (fondos especulativos o fondos buitres) que pueden invertir en el ámbito del arte contemporáneo porque disponen de instrumentos más adaptados a la complejidad analítica de sus proyecciones especulativas. Artprice.com, líder mundial de los bancos de datos sobre cotización e índices del arte (25 millones de índices y resultados de ventas que cubren a 405.000 artistas), suministra, mediante pago, estudios, análisis, estadísticas y datos econométricos. Los más recientes (enero de 2008) calculan, en tiempo real, la confianza de los actores del mercado artístico para seguir sus reacciones con relación a temas de actualidad estricta (variaciones bursátiles, acontecimientos geopolíticos, resultados de una venta mediática...).

Algunos artistas, como Emmanuel Barçilon, entrevistado en la feria de descubrimientos de la creación contemporánea (11), se niegan a entrar en este engranaje. "Cuántos más acontecimientos hay, más hay que producir. Y cuánto uno más produce, menos capaz se es de regenerar y de crear. Finalmente, para mí, entrar en este sistema es negar mi calidad de artista". Dice que no desea realizar más de una quincena de piezas por año, que serían inmediatamente adquiridas. "Esto puede ser un problema en el sistema actual", confía su galerista, Marc Hourdequin, de Dukan & Houdequin, en Marsella. Porque el mercado, aunque no se reduce a sus extraordinarias cotizaciones, a fuerza de mediatización contamina a los aficionados al arte y los lleva a tener reflejos especulativos. "Escuchan más de lo que miran, dice desolado un galerista. Pero cómo censurarlos ¡cuando una cotización se logra en quince días! Cuando se promueve menos la cultura que su resultado... Uno termina deseando una crisis financiera para purgar algunas cotizaciones indecentes y sanear

el mercado. Y para volver a encontrar los valores artísticos detrás de los valores financieros. No olvidemos que el mercado del arte vive al ritmo de los ciclos económicos, y que en marea baja sólo las grandes piedras no resultan arrastradas”.

Por el momento, los actores se regocijan al ver todavía a algunas locomotoras empujar el mercado hacia el alza: son otros tantos signos destinados a tranquilizar a los inversores. La crisis de los subprime, créditos hipotecarios de alto riesgo, está presente en la cabeza de todos. Pero esos signos no significan nada para los más advertidos. Es cierto que Damien Hirst pertenece al grupo de inversores que requirió anonimato para la adquisición de su obra *For The Love Of God...* El artista ya había recomprado en 2003 sus piezas a su antiguo coleccionista Saatchi para controlar mejor su mercado (12). Y hace muy poco le dio cuatro instalaciones a la Tate. Sin ninguna duda para conseguir una vitrina prestigiosa, consolidar su cotización, tranquilizar a su red de galeristas y coleccionistas, y a las casas de venta, algunas de las cuales –que cotizan en bolsa como Sotheby’s– se ven obligadas a satisfacer a sus accionistas-coleccionistas. Oficialmente, se trataría de agradecer a la Galería Tate, que lo había coronado, pero que ya no tiene los medios de adquirir sus piezas mediáticas, que transforman a los museos en trenes fantasmas. Pero, después de todo, por qué una cabeza de vaca podrida no podría formar parte del arte que se hace, cuando el arte, desembarazado de sus “pretensiones tradicionales de autonomía estética, recuerda Hans Belting (13), es ahora entendido como un sistema, entre otros, de comprensión y de reproducción simbólica del mundo”. Aunque esté en descomposición.

### **Notas**

- 1 Nathalie Heinich, “Art contemporain et fabrication de l’inauthentique”, Terrain, N°33, setiembre de 1999 <http://terrain.revues.org/document2673.html>. Del mismo autor, “L’art contemporain contre l’art moderne”, Esprit, París, octubre de 1992.
- 2 Nathalie Moureau y Dominique Sagot-Duvaurox, Le marché de l’art contemporain, La Découverte, París, 2006. Véase también Xavier Greffe, Artistes et marchés, La Documentation française, París, 2007.
- 3 El premio Turner se otorga a artistas de menos de cincuenta años que trabajan en el Reino Unido, por una exposición o una obra realizada el año anterior ([www.tate.org.uk/britain/turner-prize](http://www.tate.org.uk/britain/turner-prize)).
- 4 Cien euros invertidos en 1997 en una obra de Hirst valían en promedio, en agosto de 2007, 683 euros. Fuente: “El mercado del arte contemporáneo”, Artprice, París, 2007.
- 5 Alain Quemin, “Le rôle des pays prescripteurs sur le marché et dans le monde de l’art contemporain”, informe del Ministerio de Relaciones Exteriores, junio de 2001 ([www.diplomatie.gouv.fr/fr/IMG/pdf /](http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/IMG/pdf/)).
- 6 Aude de Kerros, L’Art caché: Les dissidents de l’art contemporain, Eyrolles, París, 2007.
- 7 “The Power 100”, Art Review, Londres, noviembre de 2007 ([www.artreview.com](http://www.artreview.com)).
- 8 Christian Delacampagne, Où est passé l’art ?, Panama, París, 2007 ([www.editiondupanama.cm](http://www.editiondupanama.cm)).
- 9 [www.fracidf-leplateau.com](http://www.fracidf-leplateau.com) . Actualmente hay una exposición, “L’argent”, hasta el 17-8-08.
- 10 Judith Benhamou-Huet, Art Business (2), Assouline, París, 2007 ([www.assouline.com](http://www.assouline.com)).
- 11 La feria de descubrimientos de la creación contemporánea, Slick, cuya próxima edición tendrá lugar el 24 al 27 de octubre de 2008 ([www.slick-paris.com](http://www.slick-paris.com)).

12 David Connet, "The mystery of the £50m skull: Is Hirst's record sale all it seems? ", The Independent, Londres, 2-9-07 ([www.independent.co.uk](http://www.independent.co.uk)); Carol Vogel, "Damien Hirst Makes a Strategic Purchase: His Own Work", New-York Times, 27-11-2003 ([www.nytimes.com](http://www.nytimes.com)).

13 Hans Belting, *L'histoire de l'art est-elle finie?* , Gallimard, París, reedición 2007.