



Fundación
Arte y
Mecenazgo

CÍRCULO ARTE Y MECENAZGO

Síntesis de la conferencia

COLECCIONISMO Y MECENAZGO EN EL S.XXI

GLENN LOWRY

Director del MoMA, Nueva York

© del texto, su autor
© de la traducción, su autor
© de la edición, Fundación Arte y Mecenazgo, 2011
Avda. Diagonal, 621, Torre 2, Planta 3, 08028 Barcelona

Coleccionismo y mecenazgo en el siglo XXI.

Documento de síntesis

Glenn Lowry

Director del MoMA, Nueva York

Los orígenes

El Museo de Arte Moderno (MoMA) fue creado en 1929 por tres mujeres excepcionales —Abby Aldrich Rockefeller, Lillie Bliss y Mary Quinn Sullivan— que creyeron que la ciudad de Nueva York necesitaba un lugar al que concerniera tanto el arte del presente como el del futuro. A este fin, alquilaron un local situado en un edificio de oficinas de la Quinta Avenida hasta que, en 1931, Abby Aldrich Rockefeller convenció a su familia para que les arrendara una casa ubicada en el número 11 Oeste de la calle 53. Dos años después, dicha casa fue derruida y en su lugar se construyó el edificio de estilo internacional diseñado por los arquitectos Edward Durell Stone y Phillip Goodwin que, tras diversas ampliaciones y reformas, todavía forma parte de la institución.

De las tres fundadoras, Abby Aldrich Rockefeller dejó un legado de 1.600 grabados, entre otras obras, realizando de este modo un acto de filantropía que dejaba claro que la única manera en que el museo podría crecer era a través de donaciones particulares, pero quien realmente estableció la colección del museo dándole el alcance y la definición actuales y dio los medios para desarrollarla fue Lillie Bliss, que empezó a coleccionar lo que entonces se llamaba arte moderno (y ahora, arte contemporáneo) en la década de 1890.

A Lillie Bliss, le interesaba especialmente el arte que se producía en Francia, obras de artistas como Cézanne, Seurat, Gauguin, Matisse, Picasso y Modigliani. A su muerte, en 1931, legó prácticamente toda su colección al museo, unas cien obras, que ayudaron a definir un nuevo enfoque artístico para la institución. Pero Lillie hizo algo más que distinguir al MoMA y a su colección de muchos otros museos: dejó estipulado que las obras que el museo no quisiera tenían que venderse para comprar más arte, sin condiciones. Desde entonces, todas las obras de arte que adquirimos, sea con nuestros fondos o a través de una donación, están libres de condiciones, de modo que, si lo consideramos oportuno, podemos venderlas para comprar otras. Por ejemplo, en 1939 vendimos un Degas precioso porque parecía dirigirse más al siglo XIX que al XX. Fue la mejor operación de la historia. El Degas se vendió por 18.000 dólares, que es aproximadamente lo que costó comprar tras esa venta *Les Demoiselles d'Avignon*, considerado hoy en día uno de los cuadros más importantes, sino el más importante, del siglo XX.

Naturalmente podíamos haber vendido el Degas y que después *Les Demoiselles d'Avignon* no hubiera resultado tan importante como creíamos. Esta es una de las particularidades de cómo está estructurada nuestra colección. Acepta el riesgo inherente para que cada generación de conservadores tenga la libertad de examinar lo que hicieron sus predecesores, seleccionar las obras y decir: «Esta obra no es tan importante como pensábamos» o «Es una maravilla tener veintiocho Mirós, ¿pero los necesitamos todos?»

Quizá deberíamos tener solo veintisiete». Y así sucesivamente. Por supuesto, esperamos que las decisiones que tomamos sean serias, inteligentes y que los resultados sean dignos de ellas.

Volver a los orígenes

En 2004 inauguramos el nuevo edificio adyacente diseñado por el arquitecto japonés Yoshio Taniguchi. Para llevar a cabo dicho proyecto invitamos a quien quisiera a *convertirse en fundador* del nuevo MoMA. Convertirse en fundador quería decir hacer una aportación de cinco o más millones de dólares. Durante nuestra campaña, tuvimos la suerte de encontrar sesenta y cinco personas dispuestas a contribuir, y eso impulsó nuestra capacidad de crecimiento. En cuanto al espacio, aumentamos casi un 50 %, hasta los 12.000 metros cuadrados, y además adquirimos un centro de arte contemporáneo en Long Island llamado PS1 (Escuela Pública Número Uno, en sus siglas en inglés). En cuanto al número de visitantes, pasamos de 1,3 millones a 3 millones en 2010. Nuestros socios crecieron de 35.000 a los 144.000 actuales; es decir, se produjo una explosión de socios debida, creo, a dos factores: teníamos más que ofrecer y habíamos subido el precio de la entrada, por lo que el valor relativo de la cuota anual aumentó notablemente. Nuestro presupuesto operativo creció de 54 a más de 160 millones de dólares —si deducimos nuestra venta en tiendas, queda un presupuesto de 113 millones— y por el camino contrajimos una deuda por valor de 300 millones. Esto es lo que ha significado para nosotros, en términos tangibles, nuestros cambios recientes.

Generar capital

Año tras año, con excepción de lo que obtenemos de nuestro legado, tenemos que captar la financiación desde cero. Las entradas suponen el 20 %. Las cuotas de socio, el 13 %. Nuestro legado, del que estamos autorizados a tomar un 5 % anual en intereses, cubre aproximadamente el 30 % de nuestro presupuesto operativo anual y la venta en tiendas, cerca del 7 %. El resto puede provenir de varias acciones: desde una donación planificada, en la que alguien nos lega dinero, a un proyecto especial. La mayoría de museos americanos tienen una mezcla de financiación estatal, federal o local además de sus legados, salvo el Museo de Bellas Artes de Boston y el MoMA, que básicamente no reciben ayudas públicas. Es decir, nosotros nos movemos a base de tener que encontrar todo tipo de campañas para generar capital de forma continua: actos benéficos, galas en las que pedimos a la gente que haga aportaciones para pasar una velada con alguien a quien admiran, en definitiva, cualquier tipo de evento especial que sirva para recaudar fondos adicionales.

Proseguir la tradición

Recogiendo el interés por el arte que profesó su madre, Abby Aldrich Rockefeller, David Rockefeller creó una colección de arte considerable, no extensa pero muy selecta, con algunos de esos cuadros que están literalmente fuera de circulación, como *Niño con chaleco rojo*, de Cézanne. Ni con todo el dinero del mundo, uno podría comprarlo, por lo menos en Estados Unidos. Para los museos, la única posibilidad de crecer a ese nivel es convencer a particulares para que donen obras de arte de este calibre. Una de las

razones por las que pueden decidir hacerlo es porque en Estados Unidos tenemos leyes fiscales muy favorables que animan a donar obras de arte. Si bien las personas no pueden deducir el valor de la obra de sus impuestos, sí que pueden deducir el valor de la donación de sus ingresos y de esa forma reducir su renta imponible. Es decir, en Estados Unidos no está escrito que tengas que donar obras de arte, pero si lo haces, se te bonifica. Esto funciona así porque el modelo americano no depende del apoyo estatal.

Otros de nuestros principales donantes son Ronald y Jo Carole Lauder. Ronald fue el presidente del MoMA durante nuestra campaña para reformar el edificio, entre 1990 y 2000, y probablemente es el coleccionista más extraordinario que he conocido jamás. Colecciona de todo, desde vehículos militares a piezas de marfil medievales o arte moderno. Ronald no solo es capaz de dar apoyo a la galería privada abierta al público que ha creado, la Neue Galerie, sino que ha hecho literalmente cientos de donaciones al MoMA. En este sentido, probablemente es nuestro contribuyente más generoso.

Otro caso interesante es el de Donald Marron, que presidió durante muchos años una compañía inversora llamada Paine Webber, que luego se vendió a UBS, el gran banco suizo. Don creó una enorme colección corporativa para Paine Webber y planteó una pregunta muy interesante: ¿cómo puede transferir sus bienes muebles a un museo una corporación que cotiza en bolsa? Trabajamos conjuntamente durante cinco años para idear una estructura que permitiera a su corporación transferir las cuarenta y cuatro obras de arte más importantes de su colección al MoMA en calidad de donación. Todo fue perfectamente hasta que UBS compró Paine Webber y dijeron: «¿Por qué tenemos que hacerlo?» A lo que nosotros respondimos: «Porque son cuadros muy importantes para el museo.» La verdad es que la ejecución fue muy complicada, pero nos sirvió para darnos cuenta de que las corporaciones son muy generosas a la hora de apoyar exposiciones especiales, pero les es extraordinariamente difícil donar arte porque han de someterlo a la aprobación de los accionistas, que es lo que ocurrió.

De las adquisiciones de envergadura que hemos llevado a cabo quizá la más interesante es la de la Fundación Judith Rothschild, una artista que al morir dejó una suma de dinero a una fundación estipulando que debía gastarse íntegramente en un periodo determinado. El albacea de su patrimonio se convirtió en presidente de dicha fundación y lo primero que hizo fue invertir tiempo y dinero en crear una colección de manuscritos iluminados rusos que iban de 1913 a los años veinte del siglo pasado y donarla al MoMA. Después, decidió que quería crear la mayor colección de dibujos contemporáneos del mundo, cosa que llevó a cabo en tres años y con estrecha colaboración con los conservadores de nuestro museo. Parte de este legado eran veinte dibujos de Joseph Beuys, duplicando los que teníamos de este artista. En total creo que como resultado de aquella donación 360 artistas pasaron a formar parte de la colección del MoMA. También gracias a la donación de la Fundación Rothschild pasamos de tener unos pocos dibujos de Carol Walter a tener una de las mayores colecciones de su obra en Estados Unidos.

Algo similar ocurrió con Gil y Lila Silverman, de Detroit. Ellos querían coleccionar pintura impresionista, pero no les era posible porque no eran lo suficientemente ricos, así que Gil empezó a pensar qué habría disponible que les permitiera crear una

colección. Tenía que ser algo en lo que nadie se estuviera fijando y se les ocurrió que podían coleccionar material de Fluxus. Con los años, Gil y Lila tenían la colección de Fluxus más importante del mundo pero no sabían que hacer con ella. Finalmente, Gil vino al museo y hablamos de ello. En aquel momento no creímos que fuera a donar la colección a una institución que no estuviera en su ciudad, pero lo hizo porque le entusiasmó que la colección no solo se utilizaría, sino que la vería el gran público. Creo que eso también es importante. A menudo hablamos de cómo en el museo ideal uno estaría solo ante la obra de arte, pero los museos también son espacios sociales a los que vas para estar con otras personas que, como tú, están viendo arte. Lo que hizo que Gil se entusiasmara era que de pronto habría un gran público para su colección. Tras recibir esta importante donación, el MoMA pasó a ser uno de los dos lugares del mundo, sin duda el único en Norteamérica, donde se puede contemplar material de Fluxus con cierta profundidad.

En general, la gente da porque quiere sentir que ha hecho algo significativo y satisfactorio, algo que enriquece y ennoblece una institución. Sin embargo, lograr que una persona entienda cómo puede encajar su aportación en un museo es un proceso largo y obviamente muy complicado.

Desarrollar la colección

Hace algunos años me di cuenta de que teníamos problemas a la hora de coleccionar el arte que se está haciendo ahora, el de vanguardia, nuestro arte contemporáneo. Recuerdo un día, en una reunión de adquisiciones, en que en cinco minutos tomamos la decisión de gastar 20 millones de dólares en un cuadro de Matisse, mientras que a la mañana siguiente, en otra reunión, examinamos la obra de una artista entonces poco conocida en Nueva York y que no formaba parte de nuestra colección, Elizabeth Peyton, y nos llevó una hora y media convencer al patronato de que aceptasen gastar unos miles de dólares, ni siquiera decenas, en su obra. Fue entonces cuando me di cuenta de que no era cuestión de dinero, la cuestión era que se trataba de arte actual. Así que creamos el Fondo para el Siglo XXI, un programa al que cada año se comprometen unos quince donantes: cada uno de ellos nos da 50.000 dólares y con ese dinero compramos arte realizado a lo largo de cinco años por artistas emergentes.

Desde que empezamos dicho programa, bajo la supervisión de Cathy Albrecht, una de las conservadoras más importantes de arte contemporáneo, hemos adquirido obras de Lucy Raven, Elad Lassry, Qui Anxiong, Tabaimo y Haegue Yang, entre otros artistas. Sería muy difícil traer todas estas obras al MoMA, porque la gente las desconoce, pero gracias a la creación del Fondo para el Siglo XXI, que nos ayuda a descubrir la obra de estos artistas, logramos hacerlo.

De forma parecida, creamos un fondo para el arte contemporáneo de Latinoamérica y el Caribe que preside Patricia Phelps de Cisneros. Ella ya había hecho muchas donaciones personales de gran envergadura, pero yo le pedí que nos ayudara a crear un fondo dedicado a la adquisición de arte Latinoamericano, pues el MoMA, desde el principio, ha estado interesado por el arte de esa región: nuestra segunda exposición individual, en 1931, fue una retrospectiva de la obra de Diego Rivera. Por supuesto, no somos el único

museo del mundo que ha creado fondos regionales. Instituciones como la Tate Modern tienen una serie de fondos regionales, pero la estrategia de reunir coleccionistas, como hacemos nosotros, que comparten cierta afinidad creo que funciona especialmente bien, porque su interés común permite que una institución como el MoMA haga crecer su colección de maneras que no son las previsibles.

Conclusión

A fin de cuentas, somos una institución que se financia de forma privada, dependemos de que haya personas que crean en nosotros y estén dispuestas a compartir no solo su arte sino una importante cantidad de capital, pero esa energía tiene que expresarse algo en la ciudad de la que formamos parte. En la vida cívica de Nueva York hay un tejido social, cultural y artístico del que somos parte de manera inseparable. Si logramos conectar con él, podremos seguir desarrollando la inversión privada, no exclusivamente la financiera, sino también la psíquica, emocional y programática, las que permiten a una institución como la nuestra sobrevivir y prosperar.

Conferencia publicada en:
www.fundacionarteymecenazgo.org

Fundación Arte y Mecenazgo
Avda. Diagonal, 621, 08028 Barcelona
aym@arteymecenazgo.org



Fundación
Arte y
Mecenazgo



Obra Social "la Caixa"