



Fundación
Arte y
Mecenazgo

CÍRCULO ARTE Y MECENAZGO

Síntesis de la conferencia

ADQUISICIONES, DACIONES Y DONACIONES. EL EJEMPLO DEL CENTRO POMPIDOU.

ALFRED PACQUEMONT

Director honorario del Museo Nacional de Arte Moderno,
Centro Pompidou.

© del texto, su autor
© de la traducción, su autor
© de la edición, Fundación Arte y Mecenazgo, 2014
Avda. Diagonal, 621, Torre 2, Planta 3, 08028 Barcelona

Adquisiciones, daciones y donaciones. El ejemplo del Centro Pompidou.

Síntesis de la conferencia

Alfred Pacquement

Director honorario del Museo Nacional de Arte Moderno, Centro Pompidou.

Durante trece años, de 2000 a 2013, fui director del Museo Nacional de Arte Moderno en el Centro Pompidou. Voy a hablarles de la colección de ese museo y de su política de adquisiciones en un periodo complicado para los museos, que, no obstante, ha permitido avances bastante espectaculares.

Centraré mi discurso en las colecciones porque considero que son la base, el fundamento de algún modo, del museo. Pero –claro está– el museo es muchas cosas más: es un espacio de investigación, de educación, de eventos y de reflexión intelectual. Y es en ese contexto en el que se mueve el museo, en unas circunstancias que son sumamente interesantes a pesar de la crisis, que paradójicamente ha coincidido de alguna forma con un incremento de las visitas y de la actividad de los museos.

El contexto del desarrollo de las colecciones de los museos

El mercado artístico de estos últimos años ha evolucionado enormemente y de tal forma que al museo le cuesta mucho responder a la inflación de los precios del mercado. Precios desorbitados que están a años-luz de los recursos con los que puede contar el museo para sus adquisiciones. Por tanto, hay que trabajar de otra forma, con sistemas auxiliares que permitan que las obras de arte importantes del arte moderno y contemporáneo puedan llegar al museo.

Quisiera empezar hablando de dos historias o circunstancias recientes que me parecen bastante llamativas y simbólicas.

La primera es lo que está sucediendo en el museo de Detroit, en Estados Unidos. La ciudad se declaró en bancarrota y se solicitó la tasación de la colección del museo pensando en la posibilidad de venderla para compensar la enorme deuda de la ciudad. El valor de la colección fue tasado por una casa de subastas en torno a los 900 millones de dólares. Lo más divertido, por decirlo de alguna manera, es que esos 900 millones de dólares corresponden sólo a unas cuatro o cinco obras de la colección, que representan por sí solas casi toda la cifra. Esto significa que, en el supuesto que a veces se les pasa por la cabeza a algunos políticos de que los museos no tienen más que vender sus obras para comprar otras, solo «valdría» la pena vender –me atrevería a decir– las obras que cuesten mucho dinero.

La segunda que creo que también es muy llamativa, es lo que está sucediendo en Portugal, con la colección de unas ochenta obras de Miró que pertenecían a un banco que ha sido nacionalizado. El Estado portugués decidió poner a la venta esa colección. Esto suscita cierto descontento en Portugal. El Primer Ministro aseguró que había que vender esa colección porque al Estado portugués le resultaría demasiado costoso mantenerla. Algo que

me resulta difícil de entender –lo confieso– porque creo que, por el contrario, para el Estado portugués supondría una gran aportación conservar esa colección que daría por sí solo un gran impulso al museo portugués si lo conservara. Así que, en ambos casos, lo que me parece interesante y preocupante es que comprobamos los efectos negativos del valor comercial de las obras de arte, un valor que tanto ha aumentado y que, para algunos, prima sobre la importancia cultural de las obras.

Los museos públicos disponen de un capital de obras que no pueden salir al mercado salvo en casos muy especiales y que, en consecuencia, han perdido todo su valor salvo el cultural, el de la memoria, el testimonial. Y sin embargo esas colecciones no solo tienen ese valor intelectual, sino también un valor económico: atraen al público, estimulan el turismo, sirven para educar y tienen toda clase de consecuencias positivas. Creo que hay un gran error de interpretación por parte de algunas autoridades públicas al pensar que, si las obras de arte están en los museos sin más, se podrían tener menos, que la cuestión no consiste en «reunir» sino que es más bien un «problema» que hay que resolver, con unos fondos que gestionar, etc., cuando en realidad el fundamento del museo es su colección.

Las colecciones de los museos no deben permanecer inmutables en ningún caso: los museos tienen la misión de conservar pero también de desarrollar su patrimonio, explorar una época, trabajar en un artista, en una corriente, etc. Se enfrentan así a una tarea casi imposible en las circunstancias actuales, en las que el arte se ha convertido para muchos en un bien de consumo económico y en objeto de especulación.

La constitución de una colección. El Museo Nacional de Arte Moderno, Centro Pompidou.

Me gustaría decirles unas palabras sobre cómo se formó la colección del Museo Nacional de Arte Moderno y, a continuación, explicarles cómo hemos trabajado para seguir desarrollándola en un contexto de crisis económica, de recortes de presupuestos y créditos y de aumento de los precios de las obras.

El Museo Nacional de Arte Moderno, que posee una magnífica colección, fue componiéndola progresivamente. Es curioso saber que el primer museo de arte contemporáneo nació en París. Era el Museo de Luxemburgo a principios del siglo XIX. Ese museo conservaba obras de artistas vivos y, cuando estos fallecían, se daban diez años de reflexión desde su muerte. Después, o bien sus obras iban al Louvre, o bien a algún otro museo. Las conservaban aunque no se exhibieran demasiado. Ese museo se desarrolló, pues, sobre esa base pero los poderes públicos franceses se desentendieron del arte moderno y no fue hasta después de la Segunda Guerra Mundial cuando abrió sus puertas el Museo Nacional de Arte Moderno, con magníficas obras de Matisse o Picasso, que donó una serie de obras sobresalientes al museo en su inauguración. Lo mismo sucede con la colección de obras de Julio González, con Kandinsky...

El museo se basó inicialmente en grandes donaciones de artistas o de familiares de artistas de la escena parisina. No fue hasta la creación del Centro Pompidou, a finales de la década de 1970, cuando el Museo Nacional de Arte Moderno dispuso de recursos propios y pudo desarrollar una colección mucho más importante y recibir nuevas donaciones.

Las donaciones son consecuencia de una política activa por parte del museo y esta política en Francia (y en Europa en general) procede en primera instancia de los poderes públicos, del dinero público, de una voluntad pública, de una voluntad política.

El presupuesto del Centro Pompidou y otras fórmulas de adquisición

El museo y la colección tuvieron la gran suerte de disponer desde su creación de un presupuesto propio. Pero ese presupuesto se ha reducido drásticamente estos diez últimos años. Las adquisiciones que pudieron hacer con este presupuesto fueron en su mayoría de arte contemporáneo porque un museo como el nuestro debe intervenir con respecto a los artistas contemporáneos.

Cómo se puede constituir a pesar de todo una colección como es debido, más aún en un gran museo nacional, sea francés o no. Cuáles son las posibles fórmulas.

Fondo para el Patrimonio

Se trata de un presupuesto establecido por el Ministerio de Cultura que no se asigna a ningún museo en concreto y que se puede utilizar para una obra o un conjunto de obras de gran importancia para el patrimonio. Gracias a este recurso se han adquirido obras que de otro modo no habría sido posible.

Adquisición preferente en subasta pública

Cuando hay una subasta pública en Francia, una vez que se ha realizado la subasta y el subastador ha adjudicado un bien, existe la posibilidad de que un representante de los museos nacionales se ponga en pie o levante la mano y diga «adquisición preferente del Estado». Y el Estado lo adquiere así al precio de la última oferta.

Tesoros Nacionales

Se trata de obras que iban a salir del territorio pero que los servicios del Estado declaran demasiado importantes para salir del país, por lo que deben quedarse en Francia. O bien obras que no tienen por qué estar necesariamente en Francia pero que pueden haber sido consideradas del mismo modo por la comisión ministerial que se encarga del asunto. En este caso una ley permite que una empresa sustituya de alguna manera al Estado, que no cuenta con recursos directos suficientes, para adquirir la obra o las obras en cuestión por cuenta del Estado y deducirse el 90% del valor de la misma.

Donativos y donaciones

Además de estas fórmulas, el museo debería recibir donativos y donaciones. Si se recorren los museos de Francia o de otro país nos damos cuenta de que la inmensa mayoría de las obras de los museos son donaciones. Las donaciones no llegan solas: son resultado de pactos, complicidades, afinidades entre conservadores de museos, directores de museos y donantes.

Hay varios tipos de donaciones. La diferencia entre *donativo* y *donación* en la jerga francesa está en que el *donativo* es un simple acuerdo: en general, una carta de alguien que escribe al director del museo diciéndole «tengo la intención de donar tal o tal obra». En

cambio, la *donación* es un acto ante notario, a veces con condiciones (de exposición, publicación u otras).

Donativos subvencionados

Son muy ventajosos para el museo porque los donativos *normales* tienen la limitación de que, salvo excepciones, no es el museo el que elige la obra. Primero se ha adquirido la obra, y después se ofrece al museo. El caso del donativo subvencionado, en cambio, es el resultado de una ecuación en la que el museo hace una elección y después recibe dinero para adquirir una obra.

Donativos por suscripción

También está la fórmula del donativo por suscripción, es decir, apelar a la sociedad para adquirir una obra. Fue lo que hizo recientemente el Museo del Louvre, que adquirió un precioso cuadro de Cranach por suscripción popular gracias a una gran campaña publicitaria en los periódicos. La gente dio diez euros, cincuenta, cien, y al final pudieron adquirir el Cranach.

Donativos por mecenazgo

Sin embargo todo esto requiere otro tipo de apoyo a través del mecenazgo, que es absolutamente fundamental. Sé que aquí su fundación defiende la idea de que arte y mecenazgo deben ir de la mano. El mecenazgo a veces está orientado, es decir, los mecenas dan dinero para dejar que el museo adquiriera obras con los recursos que tiene a su disposición.

Coadquisiciones

También ha habido casos en los que se han adquirido obras entre varios museos. Es una fórmula interesante porque permite compartir la tarea entre varios museos. Es lo que hicimos junto con la Tate de Londres y el Museo de Israel de Jerusalén con el famoso *The Clock* de Christian Marclay. Si uno la está exhibiendo, los otros no pueden proyectarla al mismo tiempo. Para adquirirla, como es una obra que había tenido una gran acogida por parte de muchos coleccionistas en la Bienal de Venecia, hice un llamamiento a varios coleccionistas para que nos ayudaran a comprarla. Y funcionó. La adquirimos gracias al apoyo de una docena de coleccionistas.

Asociaciones de amigos en el extranjero

Creamos asociaciones de amigos fuera de Francia: una fundación en Estados Unidos, una asociación que nos apoya en América Latina, una asociación de amigos en Japón..., además de desarrollar proyectos en Oriente Medio. Por ese cauce se amplía también la colección.

Daciones

En Francia, las daciones son un sistema muy eficaz de apoyo a las colecciones del museo. Es un pago de impuestos, no es mecenazgo. No es una donación, sino un pago del impuesto de sucesiones, y debe tratarse de obras sumamente importantes para que sean admitidas en dación. Pueden ser obras de una colección privada o, como sucede a veces, estudios de artistas sobre los que hay que escoger, pero permite que, cuando muere un

artista, su familia pueda pagar el impuesto de sucesiones correspondiente sin tener que poner en el mercado un número considerable de obras, y que el Estado –las colecciones nacionales– reúna obras que faltaban en esas mismas colecciones.

El proyecto para el arte contemporáneo de la Asociación de amigos del museo

Consiste en proponer a los coleccionistas que participen en un grupo de trabajo para pensar en posibles adquisiciones de obras de artistas contemporáneos para la colección del centro. Una fórmula mediante la cual, pagando una cuota de 5.000 euros (que por cierto es deducible, como todas las donaciones a instituciones públicas en Francia), los coleccionistas participan en reuniones de trabajo, proponen obras o artistas para la colección del museo, acuden a reuniones con el artista para buscar las obras más destacadas, las que mejor se adapten a la colección del museo, y, a fin de cuentas, son ellos quienes inician el proyecto. Luego, por supuesto, hay conservadores que trabajan con ellos, pero son los coleccionistas los que tienen de algún modo el «privilegio» o la exclusividad a la hora de hacer propuestas y después hacen una presentación ante todo el grupo. Sin duda es una fórmula un poco arriesgada, en el sentido de que los coleccionistas tienen la posibilidad de proponer obras y artistas. El museo, por su parte, tiene la posibilidad no de rechazar pero al menos sí de seleccionar entre esas opciones las que le parecen más interesantes. Pero, en mi opinión, ha motivado mucho a un grupo de coleccionistas amigos del museo (hay alrededor de cincuenta o sesenta) que se han incorporado a este sistema porque tiene el mérito de no pedir simplemente a unos particulares que firmen un cheque, sino también que participen en la vida del museo, en la vida de la colección. La respuesta ha sido tan positiva que el año pasado, con motivo del décimo aniversario de esta iniciativa, hicimos una exposición en la que reunimos una serie de obras que se habían adquirido por este procedimiento.

Y, para completar este proyecto, hemos desarrollado una fórmula para jóvenes coleccionistas que participan en la vida del museo con una pequeña contribución (doscientos cincuenta euros) y la elección entre varias obras que les proponemos cada año. Votan y eligen la obra o las obras que prefieren para la colección del museo y que entran así en la colección.

Todas estas iniciativas han permitido realmente que la colección de arte contemporáneo del museo se haya transformado radicalmente.

Premio Marcel Duchamp

Y, en esta línea, una asociación de coleccionistas franceses o residentes en Francia creó hace unos quince años el premio de arte contemporáneo “Marcel Duchamp”. Se firmó un acuerdo con el Centro Pompidou para que el ganador de ese premio expusiera en el Centro. Hasta aquí no es muy original, hay muchísimos premios en el mundo del arte contemporáneo. Pero la originalidad de esta propuesta reside en que es esa asociación de coleccionistas la que selecciona a los artistas nominados, que de alguna manera van a competir por el premio. El museo interviene únicamente formando parte del jurado que elige al artista galardonado, participando en él al mismo nivel que coleccionistas privados y colegas de otros museos.

Con todo lo que acabo de exponer quería decirles es que estas fórmulas en las que se implica a los coleccionistas privados en la vida del museo tienen bastante éxito. Hoy el museo depende en gran medida de esos fondos privados, no puede financiarse únicamente con recursos públicos. Necesita esos recursos públicos pero también los privados y creo que es a través de este tipo de fórmulas como se puede seguir desarrollando la colección en un mundo en crisis.

Conclusión

Los museos de arte moderno y contemporáneo (en general los museos pero en particular todo museo de arte contemporáneo) deben responder a una serie de retos:

El mencionado reto del mercado del arte, que hace la situación del museo extremadamente difícil; no solo por esos precios tan elevados sino también porque el mercado del arte es cada vez más potente y tiende a imponer decisiones al museo y el museo debe mantener a toda costa su independencia.

Otro reto es el de la globalización, el de un mundo que ahora es global en cuanto a la creación contemporánea. El museo debe construir redes, colaboraciones, métodos de observación para utilizar esa globalización a su favor controlando sus propias decisiones.

Y el tercer reto es el de las nuevas tecnologías, la digitalización, un desafío muy interesante en materia de información y comunicación, de acompañamiento de los visitantes, pero que también exige un dominio absoluto de esas herramientas.

[CaixaForum Barcelona y Madrid, 3 y 4 de marzo de 2014]

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"