

Síntesis de la conferencia

EL MERCADO DEL ARTE FRENTE AL COLECCIONISTA. EL CONOCIMIENTO ARTÍSTICO EN NUESTRA ÉPOCA DE MERCANTILIZACIÓN.

MICHAEL FINDLAY

Director de Acquavella Galleries, Nueva York.

Fundación
Arte y
Mecenazgo



FUNDACIÓ
GALA-SALVADOR DALÍ

CaixaForum Barcelona

© 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

El mercado del arte frente al coleccionista. El conocimiento artístico en nuestra época de mercantilización.

Síntesis de la conferencia

Michael Findlay

Director de Acquavella Galleries, Nueva York.

En Acquavella Galleries vendemos arte americano y europeo y el artista que más nos solicitan y que más vendemos es Picasso. Si yo hiciera esta afirmación a un periodista cultural norteamericano, la pregunta que me haría no sería «¿Cuál es el mejor Picasso que habéis vendido?», sino «¿Cuál es el Picasso más caro que habéis vendido?».

Cuando inicié mi carrera como marchante de arte cincuenta años atrás, esta habría sido una pregunta absurda, pues al público le interesaban bien poco los precios de las obras de arte, simplemente porque el precio de una obra era irrelevante para la mayoría de las personas. Tampoco lo era más de lo que es ahora, pero hoy en día vivimos en una cultura mercantil y esto afecta a los motivos y al modo en que se coleccionan obras de arte.

En mi carrera he conocido a muchas clases de coleccionistas, y para poder explorar lo que ha cambiado y lo que ha permanecido igual compartiré con ustedes algunas de sus historias.

Coleccionistas que he conocido

Si bien hoy en día la mayoría de noticias sobre el mundo del arte giran en torno al dinero, cuando yo era un joven marchante este aspecto apenas era noticia.

Norton Simon, coleccionista americano que adquirió el retrato de Rembrandt de su hijo Tito, se había hecho rico con el negocio alimentario y era un negociador muy hábil. Su ambición era ser propietario de un museo, y en 1970 se hizo con el Museo de Arte de Pasadena, en California, que por entonces tenía serios problemas económicos. Él formaba parte de la tradición americana de hombres hechos a sí mismos que pagaron grandes sumas por los museos más prestigiosos y consolidados con el objeto de que sus nombres quedaran históricamente asociados a la cultura y no a las prácticas comerciales más despiadadas. En Nueva York contamos con la Biblioteca Morgan y la Colección Frick, que al igual que el Museo Norton Simon de California llevan el nombre de astutos hombres de negocios.

Joseph Hirshhorn, conocido como «el Medici de Brooklyn», fue el coleccionista de arte contemporáneo y arte del siglo XX más vital que he conocido. No contaba con ningún tipo de formación, pero tenía muy buen ojo a la hora de apreciar la calidad de las obras. Le gustaba comprar al por mayor y conseguir grandes descuentos.

Como compraba tanto y no vendía nunca, cuando su museo se hizo realidad había obras de sobra para vender y crear el legado del museo.

En la segunda mitad del siglo XX, el arte contemporáneo en los Estados Unidos y en Europa gozaba del apoyo de coleccionistas privados, galeristas y museos. Las casas de subastas no desempeñaban papel alguno. En la actualidad, en muchos casos ocurre lo contrario.

Mi libro *The Value of Art* (publicado en España por la Fundación Gala-Salvador Dalí con el título *El valor del arte. Dinero, poder, belleza*) empieza con la afirmación de uno de mis primeros clientes, [Emily Tremaine](#).

Un coleccionista puede tener tres motivos para serlo: el amor al arte genuino, las posibilidades de inversión o la promesa de ascenso social. Nunca he conocido a ningún coleccionista al que no le interesaran los tres.

Ahora apliquemos las tres razones de Emily Tremaine para ser coleccionista de arte a Norton Simon y Joe Hirshhorn. Éste era un negociador duro, pero raras veces vendía. En cuanto al prestigio social, disfrutaba siendo cortejado por los distintos países que deseaban su colección, pero lo hizo para asegurarse de que el gobierno de los Estados Unidos le construyera un museo en la capital de la nación. Había hecho su fortuna con las minas de uranio, no necesitaba ganar dinero con el arte.

Simon era un poco diferente. Le gustaba llegar a acuerdos, y a lo largo de su vida vendió obras de su museo, pero solo para mejorar, para adquirir un cuadro o una escultura mejores para el museo.

Un ejemplo de coleccionista-decorador fue [Edith Goetz](#), la hija de Samuel Goldwyn Mayer, el fundador de los estudios de cine MGM. Ella y su marido Bill, productor, formaban parte de la realeza de Hollywood. En poco tiempo, la pareja compró una excelente colección de obras impresionistas para decorar el salón de su casa.

Por el contrario, el director de cine Billy Wilder vivía en un mansión repleta de obras de arte: en las paredes, los armarios e incluso debajo de la bañera.

Tenemos pues, coleccionistas-decoradores, coleccionistas obsesos y compulsivos, y luego tenemos a aquellos que combinaron ambos rasgos y se las arreglaron para comprar obras de arte que entonces valían muy poco y que hoy en día están valoradas en millones, a veces cientos de millones de dólares. ¿Por qué y cómo lo hicieron?

Hace algunos años, mis colegas de Acquavella y yo organizamos una exposición de cuadros que Picasso había pintado en 1932 con su jovencísima amante Marie-Thérèse Walther como modelo. Una de las estrellas de la exposición era una obra llamada *Le Rêve* (El sueño), que yo había visto por primera vez en la casa de [Victor y Sally Ganz](#) en Nueva York.

En 1940, ocho años después de la creación del cuadro, Victor Ganz, con 27 años y prometido con su novia, visitó una exposición de Picasso en el Museo de Arte Moderno de Nueva York, y a continuación vio *El sueño* en una galería comercial, aunque no estaba a la venta. Regentaba un pequeño negocio, pero no era rico en absoluto. El cuadro era propiedad de una escultora amiga de Picasso. Victor logró convencerla de que se lo vendiera por 7.000 dólares, que tuvo que pedir prestados. Victor se casó con Sally y compró más obras de Picasso. Y más. Compró tanto arte contemporáneo que en los años sesenta y setenta tuvo que alquilar un espacio en el sótano de su edificio de apartamentos para colgar los cuadros. Nunca vendía, sucumbió a la tentación de “hacer caja” y prefirió vivir con sus tesoros.

[John y Kimiko Powers](#) fueron grandes coleccionistas de pop art. Él murió en el año 2000. Ella mantuvo un papel muy discreto como coleccionista hasta que su colección fue expuesta en su Japón natal el año pasado y la convencieron para hablar con la prensa.

Echemos ahora un vistazo a *la razón* por la cual compraban obras de arte.

¿Cómo inversión? Es evidente que no. Vendieron un par de obras en los primeros tiempos, y siempre lo lamentaron. Al igual que Victor Ganz, nunca trataron la colección como una inversión. La mayor parte de la misma se encuentra actualmente en una fundación familiar, y Kimiko Powers construyó el Powers Art Center en Colorado, principalmente como centro de estudios para su colección completa de grabados de Jasper Johns.

¿Tal vez coleccionaban por el prestigio social? En absoluto. A Kimiko y a John les encantaba recibir visitas cuando el interés era auténtico, pero nunca invitaban a las celebridades del mundo del arte. Un famoso coleccionista les suplicó que le dejaran visitar la casa aduciendo que solo quería ver un cuadro de Jasper Johns. El hombre voló desde Nueva York a Colorado y, cuando llegó, John había colgado el cuadro justo en la entrada principal de la casa. El hombre admiró el cuadro y preguntó si podía ver el resto de la colección. La respuesta fue negativa.

John y Kimiko no estaban solos en su amor al arte, pero en aquella época no había más que un puñado de coleccionistas que compraban compulsivamente lo que la mayor parte del mundo del arte consideraba ridículo.

¿Cómo coleccionaban estos coleccionistas?

En aquellos tiempos no había especialistas en arte, asesores, directores de colección, resultados de subastas por Internet ni tampoco guías de precio instantáneas.

Lo que sí existía eran los marchantes de arte, como yo. Los coleccionistas forjaban estrechas relaciones con nosotros basadas en el interés y la confianza mutuos.

A veces, los conservadores de los museos aconsejaban a los coleccionistas, sobre todo si pensaban que podía tratarse de futuras donaciones para sus museos. Éstos, por lo general compraban guiándose por el instinto, gastando lo que podían permitirse y comprando lo que les gustaba. Creían en la obra y confiaban en sus gustos y también en la reputación e integridad de la galería de arte.

Sé que todo esto puede sonar maravillosamente puro y pasado de moda, pero antes de pasar a hablar de cómo llegó a convertirse en el llamativo circo del mercado del arte que tenemos hoy, veamos si en esa época había alguien que comprara simplemente como inversión, y en caso afirmativo, ¿cómo lo hacían?

Los coleccionistas que compraban lo que de verdad les gustaba y podían asumir, a marchantes en los que confiaban, terminaron reuniendo colecciones que les proporcionaron un placer de por vida y que probablemente incluían algunas obras que con el tiempo incrementaron enormemente su valor. Una gran colección no es aquella que contiene todos los nombres adecuados, sino aquella en que cada obra tiene un significado para sus propietarios y proporciona una satisfacción y alegría constantes. A menudo, las obras de artistas que han alcanzado la fama se mezclan con obras igual de buenas pero que son de artistas que no han sido bendecidos por la historia.

Ya he hablado bastante sobre la gente que coleccionaba arte cuando yo era un joven marchante. Echemos un vistazo a quien compra ahora.

¿Quién compra ahora?

Existe un estereotipo de coleccionista chino fabulosamente rico principalmente de Taiwán, Singapur, Indonesia y Hong Kong. A estos coleccionistas que llevan varias décadas comprando arte occidental se les están uniendo ahora nuevos compradores de la

China continental que parecen motivados por razones de inversión. Esto ha propiciado una pequeña industria de publicaciones dedicadas únicamente a la inversión en obras de arte.

Un coleccionista que personifica algunas de las características de este «nuevo enfoque chino» pero que lleva más de veinte años comprando, es mi amigo Pierre Chen. Su interés por el arte contemporáneo se fue desarrollando a lo largo de los años, y contrató al director de Christie's en Taiwán para dirigir una fundación destinada a la compra de obras de arte. Tiene un gusto excelente y posee obras importantes de artistas como Rothko, Bacon y Gerhard Richter. Si bien a Pierre le gusta comprar lo mejor, para él es muy importante que no cueste demasiado.

Esto sucede con la mayoría de los coleccionistas actuales más importantes de arte moderno y contemporáneo. Un ejemplo de esta tendencia son algunos grandes coleccionistas de Estados Unidos, propietarios de casinos y directores de fondos de inversión, que si bien acaparan titulares, su coleccionismo es presentado en la prensa como muestra de un comportamiento excéntrico o ridículo.

Verdaderos conocedores

Llamo *conocedores* a los hombres y mujeres que dedican una cantidad de tiempo significativa a buscar obras de arte. El papel del conocedor no es asumir que la obra de un artista es genial porque otras personas están pagando altos precios por ella. Según mi punto de vista, el papel del conocedor consiste en hacer juicios comparativos de valor y calidad.

Con frecuencia me preguntan si es mejor comprar de manera privada o en una subasta. Por «mejor» entienden «menos caro».

Según mi opinión visitar galerías a menudo y comprar de manera privada crea más oportunidades de comparación que limitarse a repasar los catálogos de las subastas. Al mismo tiempo, establecer relaciones con galeristas de confianza permite el acceso a obras que no se encuentran en el mercado.

¿Y qué me dicen de descubrir nuevos artistas en la actualidad?

Aunque muchos de los coleccionistas actuales están convencidos de que si hubieran vivido en los años sesenta habrían comprado obras de Warhol y Rauschenberg, yo lo dudo mucho, porque esas obras carecían de prestigio social. Nadie hablaba de ellas, ¡y además eran demasiado baratas!

En efecto, hoy en día todo está mercantilizado, y si lo caro significa bueno, lo barato significa malo.

No me malinterpreten, el arte bueno es caro. Está bien que lo sea. El arte bueno es escaso. La mayoría se encuentra en los museos. Pero eso no significa que el arte caro sea excelente. Este argumento lógico tan generalizado es una falacia.

Hace veinte años aproximadamente, Christie's y Sotheby's empezaron a aplicar sofisticadas técnicas de *marketing* y transformaron el arte contemporáneo en bienes de lujo catalogados. Cuando Sotheby's ofreció recientemente una obra de Murakami en una subasta, el texto del catálogo afirmaba que «Murakami está considerado como el próximo Andy Warhol», apuntando claramente a un enfoque inversionista.

Cuando John y Kimiko Powers apostaron en 1962 por la obra de Andy Warhol, este artista no era precisamente el próximo *alguien*. Comprar en esas condiciones requería instinto y valentía, tal vez tenías que estar un poco loco.

Lo que ha ocurrido es que la aventura de descubrir y coleccionar arte contemporáneo se ha convertido en el *mercado* del arte, y este *mercado* del arte predica la premisa falaz de que todas las generaciones producen arte bueno que va incrementando su valor pero no todas las generaciones de artistas generan una edad de oro.

Al ritmo que sigue nuestro desarrollo tecnológico, es posible que no tarden en surgir nuevos tipos de arte y métodos de presentar ese arte, y cuando eso suceda las grandes estrellas de hoy en día pueden llegar a parecer muy pintorescas e insignificantes.

Conclusión

El potencial del conocedor se halla en todos nosotros, tanto si contemplamos un Rafael, un Warhol o un Barceló. Lo único que necesitamos es tiempo para contemplar obras de arte, no necesitamos información para ver un cuadro, eso puede venir más tarde. Solo hay tres lugares donde podemos hacerlo. En nuestros hogares, si tenemos la suerte de poder tener obras de arte, en las galerías y en los museos. Mi mejor consejo es que paseen ustedes sin rumbo por su museo favorito, hasta que alguna obra les transmita algo, y que entonces dediquen un largo tiempo a contemplarla.

Un artista que hizo esto con frecuencia a lo largo de toda su vida fue Willem de Kooning, que comentó lo siguiente sobre el hecho de visitar museos:

Si vas de cuadro en cuadro, te pierdes. Lo mejor es decir: «¿Qué me interesa?», e ir directamente a ese cuadro.

Finalmente, apoyen a las galerías que expongan a nuevos artistas, siéntense en la trastienda y contemplen las obras atentamente y sin prisa. Relaciónense con galeristas de confianza.

Recordando a Victor Ganz, «miren, miren y miren un poco más».

[CaixaForum Barcelona, 12 de febrero 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"



FUNDACIÓ
GALA-SALVADOR DALÍ