

PEDRO

El mercado del arte. La «sostenibilidad»

The art market. The sustainability

MANTEROLA

Palabras clave

*Arte, Mercado, Crecimiento,
Reducción, Futuro, Dificultades.*

Key words

Art, Market, Growth, Decrease,
Future, Difficulties.

Resumen

El presente escrito considera las relaciones existentes entre el arte y el mercado del arte.

El crecimiento del mercado entraña nuevos planteamientos de la naturaleza del arte.

En nuestros días, el mercado es, hasta cierto punto, el principal protagonista de la actividad artística.

El crecimiento del mercado no parece, sin embargo, tan sostenible como en los últimos 40 años.

Abstract

The present paper considers the existing relationship between art and the art market.

Market growth involves new thinking about the nature of the art.

In our days the market is, until certain point, the main protagonist of the artistic activity.

The growth of the market, does not seem however as sustainable as in the last 40 years.

Sostenibilidad es una palabra horrible y, gracias a Dios, sin otro fundamento que el que le otorga un uso reciente e indecoroso nacido de la jerga de los negocios y los dineros. Una palabrota que el diccionario de la RAE no conocía hasta la última edición y que el perverso seguimiento del inglés, tan corriente en estos tiempos, ha incorporado al habla cotidiana de los «hombres de mundo».

Ahora, todo, cualquier cosa, si ha de merecer nuestro interés, tiene que ser considerado desde el punto de vista de su «sostenibilidad», incluso el arte, que ése es precisamente el objeto de las presentes líneas.

Aún remitiendo la palabreja a su forma legible y comprensible, ¿tiene algún sentido preguntar si el arte es sostenible? ¿Estamos tal vez advirtiendo un peligro inminente de hundimiento, de desmoronamiento del arte?. Y aunque así fuera, ¿cómo puede afectar semejante amenaza a la actividad —llámese artística o no—, a los supuestos artistas, a sus obras..., o tal vez nos referimos «sólo» al tráfico mercantil?. En tal caso, el verdadero sentido de la pregunta sería: ¿es sostenible el mercado del arte?.

La consideración del arte como un valor monetario refugio del dinero en tiempos de inseguridad económica y el precio desorbitado que alguna de sus obras han llegado a alcanzar, hacen muy difícil que las llamadas obras artísticas puedan sustraerse del mercado. Al margen del Pollock de los dudosos 140 millones de dólares, y los Picasso, Warhold, Klimt, por encima de los 100 millones, es sabido que en 1990 el *Retrato del Dr. Gachet* de Van Gogh se vendió por 82,5 millones de dólares y hoy mismo (14 de Julio de 2010) se podía leer en la prensa que un grabado de Eduard Munch, en el que se recogía una de las versiones de su *Madonna*, fue subastado la víspera en Londres alcanzando el precio de millón y medio de euros. ¿Y qué me dicen ustedes de la patética inmersión en formol de toda clase de animales, que, a mayor gloria de las artes, realiza y exhibe Damien Hirst?. Uno de ellos, un becerro de buen tamaño, se vendió por 13 millones de dólares en Septiembre de 2008. Don Thompson, un conocido estudioso del mercado del arte, ha publicado un libro con un título que hace referencia a una de sus obras más celebradas: «*El tiburón de 12 millones de dólares*».

Y eso por no hablar de las «actions» y los «accionistas» más conocidos y escabrosos: Schwarzkogler practicándose unos cuantos cortes en el pene ante un público absorto; Orlan y sus perfoances, en las que puede someter su cuerpo a impresionantes operaciones de cirugía estética (y retransmitirlas simultáneamente por televisión *urbi et orbi*) o Chris Burden haciéndose disparar en un brazo a mayor honra de los problemas de

investigación sobre el dolor y la muerte que el arte de nuestros días debe afrontar, etc.

Así como a nadie le extrañó —¿o sí?— que la chaqueta de piel de Jim Hodges fuera sacada a subasta, a nadie le debería extrañar que unas bragas que Marilyn Monroe llevó, más o menos, en una de sus imágenes más celebradas, sean la atracción principal de una próxima subasta artística. Claro que las bragas mencionadas no son una «obra maestra» o el «trabajo de un genio» —calificativos con los que suele apoyar la promoción de la mayoría de las obras mencionadas—, pero son menos cruentas que las «actions» mencionadas y como la chaqueta de Hodges, constituyen un objeto fetichista de deseo de un «exquisito interés humano».

Pero volvamos al mercado y al dinero. En este punto hay que decir que a menos que se adopte una actitud moral impertinente, nada hay desorbitado en los precios de mercado y ninguno de sus efectos puede calificarse de justo o injusto, salvo en los supuestos de manipulación. Ni aún entonces, porque la manipulación es el componente básico, el ingrediente natural de todos los mercados y especialmente del mercado del arte. Si pensamos en el Tiburón (*La imposibilidad de la muerte en la mente de alguien vivo*) de Hirst, no tiene importancia alguna saber —y ciertamente, no importa— que la idea de la obra no es original, ya que tuvo un precedente dos años más antiguo: un tiburón martillo obra de un tal Eddie Saunders; que tampoco el tiburón es el originario ya tuvo que ser sustituido por otro de mejor aspecto porque el primero se estaba descomponiendo; y finalmente, que tampoco se vendió por 12 millones de dólares sino por 8.

El llamado «mercado del arte», no es sino una doble abstracción (que no repara en estas pequeñeces), una fórmula en la que el primero de sus términos, mercado, ha devorado y digerido al segundo, arte. Lo que es tanto como decir que mientras el mercado ha crecido desmesuradamente, el arte se ha empequeñecido hasta desaparecer. Por tanto, nada hay de verdadero o falso en el mercado. Como llegó a decir Edward Ruscha, «el arte forma parte del mundo del espectáculo». Desde semejante lugar, ningún arte es más verdadero que otro, en todo caso, más o menos espectacular. La multitud de declaraciones y «Manifiestos» que han jalonado la historia del arte desde el impresionismo, cada uno certificando la defunción y el nacimiento del arte, no tienen sin embargo nada que ver con las extraordinarias «ocurrencias» que exhiben las exposiciones, las ferias, los museos de arte modernísimo y el precio que alcanzan en las subastas más insignes de nuestros días.

Entonces, ¿es legítimo afirmar que el arte ha muerto, certificar por enésima vez el «fin del arte»? Se puede hacer y decir cualquier cosa. Todo es legítimo e ilegítimo al mismo tiempo. En el mejor de los casos, sólo quedan las opiniones personales: lo que cada cual considere qué es arte y qué no. Y eso sitúa el problema en abismos de sentido imposibles de dilucidar por oscuros, mudables y al mismo tiempo, en lo que al mercado se refiere, insignificantes. El valor añadido que otorgamos a «algo» para que pueda ser considerado artístico, es un enigma. Los discursos legitimadores más conocidos: la belleza, el saber, la verdad, el mejoramiento moral, etc., ya no pueden exhibirse. El arte, su «mismidad», es un enorme sinsentido cuya esencia es el vacío que constituye la sustancia de todas las creencias; una «creencia interesada» como la mayoría, que por cierto ocupa los niveles más distinguidos de nuestra cultura.

En la actualidad, nadie ignora que sólo pueden considerarse seriamente, aquellas obras que estén avaladas por el mercado. Como dice un aforismo cotidiano entre los expertos y compradores de las grandes subastas internacionales: «el arte vale lo que alguien esté dispuesto a pagar por él». Así que la antigua pregunta sobre la naturaleza del arte ya no es siquiera, el entretenimiento académico que Hegel lanzó al debate intelectual en sus conferencias sobre estética de 1828, sino una vieja e insidiosa leyenda con la que todavía algún «sportman» erudito se entretiene, mientras presta una minuciosa y severa atención a los precios.

Sin embargo, en presencia de cifras tan fabulosas como las antes citadas, a nadie debe extrañar que los intereses económicos que el mercado del arte pone en movimiento y las perspectivas de rendimiento que ofrece, pueden impulsar determinadas tendencias artísticas, ayudar eventualmente a ciertas formas de expresión a imponerse en perjuicio de otras, y que semejante influencia puede ser determinante para el devenir de esa gigantesca vaciedad, esa vaporosa sustancia de valor inestimable que algunos llaman arte todavía (Bueno, de alguna forma hay que llamarlo).

¿Qué es eso del «mercado del arte»? ¿Cómo está compuesto?

En contra de la opinión de Sarah Thornton que distingue mundo, de mercado, todo, absolutamente todo lo que participa de una manera u otra en el mundo del arte forma parte de su mercado. Tal vez algún artista soñador —soñado mejor— niega su existencia como tal, oculto en el silencio y la soledad, pero si su obra es capaz de llamar la atención de alguien notorio, más pronto o más tarde será devorado por la máquina que comercia. Museos de Arte Moderno; Bienales; Ferias; Exposiciones;

Subastas; Galerías; grandes Premios; Libros, Revistas y Catálogos; Críticos; Marchantes; Curadores y Consultores; Coleccionistas; Artistas y etc., todo el formidable paquete que envuelve las artes de la imagen forman parte del negocio, directa o indirectamente, con actitudes diferentes, aunque alguno de ellos —casi todos—, al oír esto, protesten en nombre de su dignidad ofendida.

Y acaso tengan razón, porque, ¿qué hay con el mercado? ¿por qué tanta hostilidad? Cada tiempo encuentra una forma cultural afín a los valores que le son propios. La nuestra está inspirada en el poder y el dinero. Siempre ha sido igual. Lo que ocurre es que esos dos inmarcesibles *alma máter* de nuestro tiempo, animados por la globalización que impulsa, de una parte, una cierta promiscuidad cultural, y de otra, la innovación y el espectáculo a toda costa, no están dispuestos a compartir su poder con nadie.

Sin embargo, a pesar de la expansión que ha experimentado el mercado del arte desde mediados de los años sesenta, del número creciente de Museos de Arte Contemporáneo y de coleccionistas, del crecimiento vertiginoso de algunos precios, y de la publicidad que las cifras más altas reciben, el mercado del arte ni es tan floreciente, ni tan fiable como sus administradores pretenden.

A pesar de que la maquinaria publicitaria del mercado ignora por completo las operaciones que resultan un fracaso económico, la precariedad de muchas transacciones se hace cada día más visible. Las razones son conocidas: hasta hace pocos años las obras de los artistas más famosos alcanzaron precios a todas luces excesivos; la posibilidad de que conserven sus viejas cotizaciones es cada vez más difícil. Como las obras de los Antiguos Maestros aparecen muy raras veces en las subastas, se ha impulsado hasta convertirse en una importante capítulo de las ventas, el «mercado de futuros», los «emergentes avanzados», dicen los jurados del Premio Turner. Pero los jóvenes promesas, ha resultado una inversión muy arriesgada. Más de la mitad de los jóvenes artistas que alcanzaron importantes cotizaciones hace veinte años, no han vuelto a aparecer en una subasta de primer nivel, lo que significa que han sido olvidados. Por otra parte, los fondos de inversión sobre obras de arte no han dado mucho de sí... En fin un panorama que no parece muy prometedor.

Sin embargo (lo digo con cierta melancolía), todavía hay gentes que sienten la necesidad de dar una respuesta personal al desconcierto que la vida les causa, a los sentimientos que dan forma e intensidad al vivir. Todavía hay quien pretende encontrar el «sentido» de la vida (como

si tal asunto pudiera tener sentido), suturar la herida que constituye la existencia, reconciliarse con ella, mediante una forma de expresión, también personal, a menudo poco comprensible, pero por momentos liberadora, que no sé cómo se debe llamar: arte tal vez.

Pero que, se llame como se llame, el mercado la perturba.

Bibliografía

Sarah Thornton, *SIETE DÍAS EN EL MUNDO DEL ARTE*. Ed. Edhasa, Madrid, 2010.

Don Thompson, *EL TIBURÓN DE 12 MILLONES DE DÓLARES*. Ed. Ariel, Barcelona, 2010.