

critic@rte



www.criticarte.com

Mundo del Arte, entre lucrativo y decorativo

Cuando se aborda el arte, resulta ineludible hablar del mercado del arte. La sociedad moderna ha desarrollado los dispositivos para convertir en comercial cualquier producto. Todo se vende, todo cae bajo los intereses comerciales y como tal, el arte entra dentro de las estrategias de la mercadotecnia. En torno al arte como producto se desenvuelve toda una infraestructura en la que los diversos componentes se entrelazan persiguiendo difusión y beneficio. El arte, bajo la manipulación se convierte en especulación de inversión monetaria, y en donde los diferentes participantes ejercen su influencia para elevar el valor comercial del producto. Se movilizan tendencias de enmascaramiento, falsedad, favoreciendo intereses particulares alejados de lo propiamente estético, transformados en engaños y desvíos que afectan a la calidad de lo creado. El arte se ha ido transformado en la rastrera producción de imágenes sin sentido que sacian toscos y ramplones intereses de la sociedad acomodada que se vanagloria de la distinción en la posesión de estos artefactos. Es una realidad incontrovertible, una situación que la invención del moderno sistema de las Bellas Artes ha propiciado desde su aparición a finales del siglo XVIII, es decir, una invención europea de hace 200 años. Toda la parafernalia orquestada bajo la luz de la creación individual que es este sistema de las Bellas Artes se vinculó a cierto tipo de conductas e instituciones alimentando las relaciones de poder. Se sustituyó el mecenazgo, como el de la iglesia, imperante en las producciones visuales de tiempos anteriores, por el mercado del arte.

La manipulación y la publicidad de la obra de arte siguen patrones en los que participan los diversos elementos de la institución-arte, unas veces con una clara conciencia y precisa estrategia pero, más generalmente, los protagonistas se encuentran involucrados bajo una serie de ideales pre-programados en estos individuos por la sociedad: la creencia que reviste la imagen del artista de atributos como la imaginación, la inspiración y la libertad reforzando los conceptos de originalidad y elitismo que estimularán una relación económica de escasez, una economía basada en la posesión del objeto único, con intención lucrativa o decorativa .

Pueden diferenciarse dos amplios campos de despliegue artístico: el local, con su mezcla de éxito rápido y colocación de la producción en los espacios físicos de la clase aposentada, en la que actúan, además del propio artista, la galería y museos con la prensa a los que sirve la crítica, y todos aquellos escritores pseudo-críticos que brotan con la aparición de libros y catálogos.

Y el otro campo distinguible es el nacional-internacional que, apoyados desde lo local periférico, se canalizan en fuerza centrífuga, para alcanzar mayores niveles estelares, los esfuerzos de directores de museo, coleccionistas, curadores, galeristas, críticos y artistas en un juego ambicioso de incrementar el valor y prestigio a través de exposiciones, ferias, bienales, subastas y publicaciones.

Se extiende el concepto que aborda el arte como “religión empresarial” afirmando que es una profesión que ofrece posibilidades de satisfacción espiritual, “*pero a la vez opera como cualquier empresa individual de nuestro mundo capitalista*” como afirma Pablo Helguera en un descarnado análisis del mundo del arte “*Manual de estilo del arte contemporáneo*” que desentraña los complejos procesos que determinan la dinámica dominante del mundo del arte.

Helguera asemeja el mundo del arte al ámbito del ajedrez. En el tablero figurado del arte, los desplazamientos son sociales, económicos y políticos. El Rey es el director de museo, clave de la partida pero de limitada capacidad de maniobra, apoyado con la Dama que es el coleccionista, la pieza más poderosa de gran poder y movilidad económica. Los curadores son las Torres cuya influencia depende de su posición en el tablero. Su alianza con la dama es crucial en las finales como son los encuentros internacionales. Los críticos o Alfiles se mueven siempre en forma diagonal para aparentar la neutralidad y apoyan de lejos a los peones (sus artistas favoritos). El Caballo o el galerista es una pieza impredecible y de largo alcance; aquellos que montan el caballo adecuado pueden alcanzar sin duda el éxito. Y queda el artista o peón que son las piezas más importantes y más irrelevantes del tablero; conforme se desplazan van recibiendo el apoyo de las otras figuras convirtiéndose en pieza preciosa para los que están aliados con él, llegando al alcanzar la última casilla a coronarse, convirtiéndose en dama.

El gran idealismo albergado por quien se inicia en la disciplina de las artes visuales se contrapone al hambre de poder y reconocimiento que muchos de los artistas ocultan y que, no encontrando satisfacción, se vuelve amargura provocada por la decepción que hallan en el mundo del arte con sus entresijos de intereses a los que hay que plegarse, las posturas histriónicas del snobismo artístico, o la conformación de conductas a las exigencias económicas. Todo conforma un aparatoso montaje en el que hay que introducirse y mantenerse bajo sus reglas y etiquetas de actuación para el éxito.

A pesar de todo, la etiqueta de artista comercial sigue siendo un descrédito para casi cualquiera. Una de las operaciones de especulación más extendida en el mundo del arte es la subasta, un medio por el que se ofrece a la venta la obra de un artista con un precio base para ser remontado según la demanda, y se convierte en espectáculo y referente para precios de su obra. Así que, este medio se utiliza para manipular el mercado al apostar las galerías sobre las obras de sus pupilos para sostener su situación.

Para disponer la obra en subasta ya debe pertenecer a un coleccionista o estar manejada dentro del sistema de galerías y museos como objeto estimado. Demian Hirst, con quien trabajan más de 100 personas en la realización de sus obras, originó en 2008 una polémica (como acostumbra en su creación) al saltarse el canal habitual que descuenta el 50% del precio y ofreció en Sotheby’s por primera vez a la venta recientes obras sin intermediarios desde el estudio del artista. Al coincidir con la debacle financiera mundial que Hirst comentaba: “*Si la subasta llegar a recaudar suficiente dinero mientras la economía mundial se hunde, lograremos atraer a más gente hacia el mundo del arte. Lo bueno del dinero es que si se logra reunir una gran cantidad, llamará la atención de mucha gente a la que no le interesa el arte*”.

Por supuesto la subasta también se convierte en un medio de colaboración del artista para un fondo benéfico como fue el caso en Puebla con la asociación “*Comamos y crezcamos con alegría. A.C.*” que reunió obra muy desigual de pintores autodidactas o profesionales de mala factura y concepto, incluidos por intereses comerciales y no de calidad, junto a conocidos artistas locales, además de prestigiosa obra de artistas de talla

internacional. Hubo una clara ausencia de coleccionistas compradores. Presentada en una cena con elegancia y distinción, aunque desorganizada, comenzó con una decepcionante entrada donde nadie se animaba a pujar sobre el precio de salida de las obras, lo que hizo decaer el ánimo reinante hasta que varios artistas buscaron descender los precios base impulsando la actividad de compra entre asistentes que no se acercaron con esa intención.

En el arte como en un juego se entrecruzan objetivos y aspiraciones que no siempre corresponden a la función que cumplen o está llamado a cumplir. Johan Huizinga (1954) consideraba el juego como un factor en todo lo que se da en el mundo. No es contemplar el juego como una actividad humana más, sino que la misma actividad lúdica se encuentra en los componentes de la cultura; es la cultura humana que tiene carácter de juego. La esencia del juego no está limitada a la mera diversión o distracción. El juego induce al participante a involucrarse de manera activa en un flujo de energía que lo absorbe, lo atrapa en un ámbito que va creando nuevas posibilidades por donde fluye hacia una meta. Aunque en nuestra conciencia se opone a lo sensato, el juego es un asunto serio.

Michael López Murillo, un artista colombiano que, después de alcanzar el grado de Doctor en Bellas Artes en España, se instala en Puebla. En estos recientes meses ha planteado entre el espacio del Instituto Municipal de Arte y Cultura “*Playground*” y el Museo de la UPAEP “*Flujos de capital artístico*” una visión irónica de las estrategias del mercado del arte. Con un planteamiento interactivo, alienta al público para que adopte el rol del artista que persigue el éxito. Esta dinámica de convertir la actividad del arte en empresa que adquiere dividendos en un mundo donde incrementar el capital es el fin primordial ha calado profundamente en la actividad artística.

Sin embargo, en el pasado se fomentó un aspecto espiritual del arte, un discurso retórico de libertad y autonomía romántica de renuncia al éxito debido a la escasez de oportunidad de retribución económica en la dedicación artística, originado desde el exceso de oferta que fue saturando el ámbito de la producción visual de la segunda mitad del siglo XIX. Así fue creándose ese lamento del artista, aún vigente –aunque creo que inválido–, de ser ignorado inmerecidamente e incomprendido, transformándose en una reacción al convencionalismo de la clase burguesa, exaltando un “espíritu contra el dinero” inmerso en una fomentada imagen del “ser artista”. En 1845 se criticaba en Inglaterra que las “mancomunidades del arte” trataran la profesión del artista como un negocio, incluso se resistía a entenderla como profesión, pero progresivamente la sociedad occidental fue asimilando la búsqueda del reconocimiento social y la posición del artista con el cultivo de lo elitista, alimentando el mito del genio incomprendido.

La concepción del artista sufrido, dedicado a la vocación espiritual, viviendo sólo para el arte, prevaleció hasta recientes etapas, aunque ya Marcel Duchamp señalaba la impostura del arte y el entorno que lo rodeaba en 1928: “*Cuanto más vivo entre artistas, más convencido estoy de que se convierten en impostores en cuanto acarician el menor éxito*”. Este éxito es al que el artista es empujado por las circunstancias de sobrevivir y realizarse en el mundo que el arte ha institucionalizado, convirtiéndose en una visión empresarial y de marca. Efectivamente, el mundo del arte es un tablero donde cada uno tiene una función que se aúna para la consecución del éxito, y esto lo entrevé muy bien Michael López con su planteamiento interactivo implicando un amplio espectro de participantes desde políticos, coleccionistas, suerte, becas y premios, hasta el sexo. Todo se conjuga en las relaciones que van llevando la obra del artista a conseguir fama y encarecer el valor de sus piezas escalando posiciones o ajustándose

con las estrategias adecuadas a los circuitos que lo impulsen hacia posiciones influyentes.

El juego del arte busca ganadores emplazando sus objetos bajo la influencia de la fuerzas del mercado que con la demanda pueden elevar el precio y lograr ventas. Galerías y marchantes buscan denodadamente que la obra sea adquirida por museos y coleccionistas. A nivel local, la tendencia a comercializar obras se constriñe al ámbito de empresarios y políticos que desean completar sus hogares con las imágenes que, en unas ocasiones resulta una asegurada inversión financiera, y en otras supone ostentación por la adquisición o satisfacción de gustos de escaso conocimiento o sensibilidad.

En el mercado local de Puebla, son contadas las personas dedicadas a la venta de arte enlazando los intereses de difusión comercial del artista con los deseos de adquisición patrimonial de coleccionistas. El ámbito de la correduría de arte está dominado actualmente en Puebla por mujeres: Patricia López de Couttolenc, Mariana Romano, Rebeca Durón, Nina Suárez y Carolina Gálvez que, además, actúa como promotora. Y alguien más, quien acaba de mudar su galería desde el triángulo de las Ánimas a la Vía Atlixcayotl, es Martha Elena Ramos, sobre quien numerosos artistas y colegas del medio apuntan una seria queja –lo cual hay que denunciar para que no siga el pacto de silencio y tolerancia– por los casos en los que no recibieron el importe monetario después de la venta de su obra. Esto apunta la problemática que enfrenta el artista que desea ofrecer su obra, que deja su pieza en consignación a veces, y las dificultades para lograr su retribución en caso de venta o el regreso de su pieza, y el tortuoso proceso al que se vería sometido para demandar. Hay otro nuevo integrante en el mundo del mercado del arte en Puebla que, precisamente es uno de los pocos artistas que Martha Elena difundía sin timar, José Bayro, quien ha entrado de lleno a buscar un lugar lucrativo con la venta de arte al regentar un nuevo espacio de galería en Puebla.

Una reciente iniciativa, TRUEQUEARTE (9 Norte, 6, Int 107. Colonia Centro. Puebla. 232 4833. “truequearte@hotmail.com”), trata de compensar esta polarizada situación entre comerciantes y artistas en Puebla fungiendo de independiente intermediario de cambio de Arte por servicios profesionales, priorizando el área de salud, buscando asimismo la apertura del mercado del arte. Esta propuesta estimula una política social abordando el arte como elemento de cohesión e identidad promoviendo con el intercambio una actitud coleccionista. El trueque es una actividad tradicional en la sociedad, aún vigente en México, que fue arrinconada por el sistema financiero que permite mayor fluidez, pero que recientemente casi colapsa y, en algunos países como España, está obligando al ciudadano a recurrir a este medio primitivo de comercio, para proveerse de algunos bienes, tanto de objetos como de servicios. TRUEQUEARTE tiene como meta la creación de un catálogo de obras de artistas (valuadas por un comité) y de prestadores de servicios interesados en adquirir obra de arte mediante este intercambio. Esta vinculación entre demanda y oferta es una prometedora idea que puede generar la salida económica a un mercado local limitado y angosto, donde siempre habrá que estimular los parámetros de calidad, renovación y propuesta que caracterice la función visual de la imagen actual.

Comentarios: “*arte@criticarte.com*”. Este artículo, con imágenes, así como los anteriormente publicados, puede encontrarse en la dirección de *critic@rte* en internet: *www.criticarte.com*

Ramón Almela
Doctor en Artes Visuales
Mayo de 2010