

# 7 días en el mundo del arte

Ana Cristina Vélez



La historiadora de arte y socióloga canadiense Sarah Thornton realizó una investigación cuidadosa que muestra cómo se mueve el mundo del arte en las altas esferas. Según su trabajo, el mundo del ARTE, con mayúsculas, sigue estando en ciertas capitales del mundo occidental, que en la actualidad son Nueva York, Londres, Los Ángeles y Berlín, aunque de vez en cuando se hacen incursiones a las provincias en busca de materia prima diferente.

Thornton plantea que un producto de arte requiere el esfuerzo conjunto de promotores, curadores, críticos y coleccionistas —personajes útiles que apoyan el trabajo del artista y lo convierten en “obra”—, y dedica cada uno de

los siete capítulos de su libro *Siete días en el mundo del arte* a mostrarnos en detalle cómo funcionan los diversos componentes que ayudan a que esto ocurra. Destaquemos que la elaboración del libro le costó cinco años de trabajo, lo que muestra que se trata de una obra paciente y bien documentada.

Para introducirnos en el tema, Thornton comienza haciendo un recorrido que incluye una casa de subastas, Christie's, una institución académica de prestigio, el Instituto de Arte Californiano, mejor conocido como Cal Arts, y una feria de arte, la más famosa, la de Basilea, en Suiza. Nos muestra, además, algunas intimidades del ámbito artístico: las de un premio, el Turner, que otorga el museo Tate Modern, de Londres; las de una revista, *Artforum*; las del estudio de un artista consagrado, en Tokio, el de Takashi Murakami, y en el capítulo siete nos cuenta sobre la reconocida Bienal de Venecia. Para su investigación, Thornton entrevistó a más de 250 participantes, personas que la autora considera piezas claves en el mundo del arte, entre las que se encuentran John Baldessari, Barbara Gladstone, Damien Hirst, Marc Jacobs, Hans Ulrich Obrist y Yoko Ono.

La autora no toma una postura crítica; simplemente describe lo que ocurre y cómo ocurre, con detalles exquisitos. Si uno quiere conocer ese mundillo, en sus aspectos protuberantes o en sus detalles accesorios, como la descripción

de los personajes, sus trajes, modales y actitudes, o quiere saber cómo son la etiqueta, los rituales, las bebidas, los pasantes, lo permitido y lo prohibido en cada situación, disfrutará leyendo el libro. Para el lector no deja de ser inquietante ver desfilar esta maquinaria de estatus, poder y riqueza ante sus ojos. Es inevitable tener la sospecha de que en la actualidad los artistas parecen más una creación artificial debida a esta poderosa maquinaria, que productores de obras que van a sobrevivir al juicio del tiempo.

Sarah Thornton no duda en aclararnos que las probabilidades de llegar a ser reconocido aumentan si, para empezar, el artista ha obtenido su título de Maestría en Artes en una universidad prestigiosa, si luego ha expuesto en una de las capitales del arte, o ha obtenido algún tipo de premio, si lo representa un importante *marchand*, o si su obra ha sido reseñada en la revista *Artforum*, o reposa en una colección privada de renombre. Es importante, también, que la obra haya sido validada por los curadores de un gran museo, que haya participado en una de las grandes bienales o haya alcanzado un exorbitante precio en las salas de subasta Sotheby's o Christie's.

La autora deja sentado que el mundo del arte es distinto del mundo del mercado del arte. Y los lectores le creemos, pues no podría ser que los únicos buenos artistas sean justamente los famosos; deben haber muchos más que nunca

logran fama mundial ni viven para vender su obra a grandes colecciones. El mundo del arte también incluye la experimentación, la reflexión, la generación de buenas ideas. Pero en su libro se concentra en ese otro mundo, el de la fama en el arte: una historia de poder, élites, riqueza, credibilidad, afiliaciones y exclusiones. Veamos cómo es esto.

### La subasta

Las subastas son como obras de teatro. Las más famosas son las de Christie's y Sotheby's, pues mueven sumas enormes de dinero. Las pinturas de artistas ya fallecidos se han ido acabando, así que el espacio liberado ha ido quedando para los artistas vivos. Hoy, para que un artista salte a la fama mundial, basta que una obra suya alcance un precio muy alto en una subasta. Esto le asegura ocupar portadas de revistas y periódicos, y ser reconocido ampliamente. También las subastas son un riesgo para el artista, pues si la obra no se vende o no alcanza un buen precio se desvaloriza. En las subastas se crea una competencia de poder ente los millonarios, y comprar se convierte en una victoria pública. La compra de arte es una de las mejores formas para demostrar riqueza. Cuando se paga dos veces el valor de partida de una obra, la sala reverbera de emoción y la gente se pregunta quién pudo haber pagado tanto; por ejemplo, en una ocasión, por un Marlene Dumas que empezó en 550.000 dólares se llegó

a pagar un millón, suma nada despreciable para la obra de un artista vivo. Y por un Warhol, que empezó en ocho millones de dólares, se terminó pagando trece y medio. Cabe destacar que en las subastas se usa el apellido del artista para referirse a la obra: el Warhol, el Nauman, el Gursky, el Koons, señal inequívoca de prestigio, que anticipa precios siderales.

Más y más nuevos ricos quieren participar de ese mundillo de millonarios “cultos”. Bélgica y Suiza tienen el porcentaje mayor de coleccionistas. Las cifras pagadas en las subastas, trece millones de dólares por un Warhol o veinte millones por la farmacia de Hirst, demuestran el tipo de selección “natural” que se ejerce en las subastas. Son el podio desde el cual la gente rica señala con dinero su capacidad de gasto.

### **La Crit**

Una institución académica prestigiosa prototípica es el Instituto de Arte Californiano. Dentro de la tradición, ofrece a sus estudiantes un seminario llamado la Crit. Ésta consiste en la crítica que un grupo de cinco especialistas le hace al trabajo de un estudiante, quien sustenta su obra explicando sus características y concepciones. Los profesores debaten sobre el trabajo y aconsejan al estudiante. Algunos se han opuesto a la Crit argumentando que el arte no hay que explicarlo, que las intenciones del artista no tienen importancia, o que lo que vale son las con-

secuencias que pueda tener la obra, y nada más.

50.000 dólares puede costar un año de estudio en una de estas famosas instituciones. Una escuela de renombre provee la credencial de que se ha estado en un lugar importante con una audiencia importante. Los títulos de universidades prestigiosas se han convertido así en una especie de pasaporte al éxito. “Basta con mirar el currículum de los artistas menores de cincuenta años en cualquier muestra internacional para notar que la mayoría ostenta un Máster en Bellas Artes obtenido en alguna institución altamente selectiva” (palabras textuales de la Thornton). Pero por prestigiosa que sea la universidad no puede asegurar un futuro de fama y dinero a todos sus estudiantes. Aquellos desafortunados que no logran el éxito con sus obras se desplazan a los campos de la enseñanza, el diseño, la animación, el trabajo digital, la creación de escenarios, el vestuario para teatro y los espacios que ofrece la industria del entretenimiento.

### **La feria**

Más de cien jets privados llevan a los “compradores de arte” a la feria de Basilea en Suiza. Un comité de admisión, conformado por seis marchantes, define cuáles galerías han de participar. Ser admitido o invitado a una feria de arte redundará en el prestigio de las galerías y en el de sus artistas. Si una galería no obtiene la admisión, la gente va a creer

que no es tan importante como otra que sí la obtiene. Incluso, ser rechazado puede significar la ruina. Para las galerías lo importante es ubicar la pieza en el hogar más prestigioso posible.

Coleccionar es también una forma de competencia. En Basilea no hay lista de precios visibles en ninguna parte. Los lugares de la élite no muestran el precio de sus productos. Éste es secundario y se considera de mal gusto hacerlo evidente. Se trata de una forma indirecta de decir: si usted es verdaderamente rico, el precio no lo va a disuadir de comprar, y comprará sólo comandado por el deseo.

### **El premio**

El Turner es el gran premio que otorga la Tate Modern. De cuatro artistas preseleccionados anualmente se premia solo a uno, con 25.000 libras. La ceremonia es televisada. El director de la Tate, Nicholas Serota, y otros cuatro miembros del jurado emiten su veredicto. Damian Hirst lo obtuvo con su vaca y ternero disecados. Tracey Emin, la artista conocida por sus escándalos, su *sex appeal* y su rebeldía, fue finalista, pero incluso llamó más la atención de los medios que el propio ganador de ese año, con la exposición de su cama destendida, manchada de sangre, con botellas de alcohol a medio beber y condones dispersos a su alrededor. El prestigio es en realidad el premio gordo que obtiene el ganador. En veintidós años, solo dos mujeres lo han ganado: Rachel Whiteread, en 1993, y Gillian Wearing, en 1997.

El Turner consagra artistas desconocidos por el solo hecho de nominarlos. Éste es el caso de Phil Collins, artista de video entrevistado por la Thornton. Según ella, Collins está fascinado por la supervivencia de lo que llama “la belleza específica de la gente que vive en situaciones de horror”, y aunque vive en Glasgow, viaja con frecuencia para filmar elaborados videos por ciudades, según él, destruidas por la guerra, como Belfast, Belgrado, Bogotá y Bagdad. Para el artista conceptual Martin Creed, ganador de este premio en el año 2001 con su *Trabajo 227: las luces que se prenden y apagan*, nadie es mejor que nadie: “Si los artistas crean obras de arte, los jurados crean un ganador. Elijan a quien elijan, es un reflejo de ellos mismos”.

### La revista

Sarah Thornton visitó las instalaciones de la revista *Artforum* en Nueva York, la capital de la crítica de arte. Su editor, Tim Griffin, considera que las revistas siguen tratando de liderar el “discurso” del arte, aunque los coleccionistas marquen una fuerte pauta. Para Griffin, el crítico es un detective que lo mira todo y luego trata de darle un significado. Tony Korner, uno de sus dueños, considera que las revistas tienen que ser independientes del mercado, deben proponer su punto de vista y ser honestas; es obligatorio que proporcionen lecturas claras, escritura impecable y pureza en el diseño.

Aunque en *Artforum* no se publican reseñas negativas, se cuida la honestidad, para así mantener la credibilidad. El departamento editorial está conformado por escritores, académicos y periodistas. La cubierta es el portal de lo que viene adentro y debe ser icónica y metonímica, dice su diseñador. No sobra comentar que el solo hecho de ocupar la portada de una revista famosa ejerce una influencia decisiva en el éxito de un artista.

Peter Schjeldahl, principal columnista de la revista *New Yorker*, dice en su entrevista que considera la crítica como un arte menor, con la función de “entretener a los lectores”, y no cree que se trate de un conocimiento objetivo ni científico. Adrian Searle, crítico del periódico inglés *The Guardian*, asegura que un crítico de

monio compuesto por Harold Rosenberg y Roberta Smith, esta última, crítica del *New York Times*. Ellos dicen que lanzan ideas en sus escritos, algunas de las cuales pegan y otras no. Roberta Smith piensa que la crítica es poner en palabras lo que se puede percibir de una obra, con el objetivo de aclarar sus posibles interpretaciones. Las revistas también han sido vehículo para fomentar el culto a la personalidad. Artistas famosos como Jeff Koons, Damien Hirst, Maurizio Cattelan y Tracey Emin las utilizan para mantenerlo y aumentarlo.

### El estudio

Thornton visitó además el estudio de Takashi Murakami en Tokio, quien también posee otro en Nueva York. En Tokio dirige su compañía, llamada Kaikai Kiki Co, que cuenta con

---

**“SI LOS ARTISTAS CREAN OBRAS DE ARTE,  
LOS JURADOS CREAN UN GANADOR.  
ELIJAN A QUIEN ELIJAN, ES UN REFLEJO  
DE ELLOS MISMOS”. MARTIN CREED**

---

arte es solo un espectador que dice lo que piensa. En su opinión, el arte no tiene que ver solamente con la experiencia de vivirlo, sino con el asunto social, el rumor, la discusión, los argumentos y la fantasía que despierta. Los críticos más cotizados de la actualidad son Clement Greenberg y el matri-

noventa empleados dedicados al diseño de objetos para la televisión y para el mundo de la moda; además, agencian el arte de siete artistas japoneses, cinco de los cuales son mujeres. En su estudio, varios empleados trabajan en la pintura de los lienzos que Murakami diseña. Su obra es inusual en

el arte de hoy, en el sentido de que el artista da los créditos a los muchos colaboradores que trabajan en ella. En la obra *Tan Tan Bo*, de 2001, trabajaron veinticinco personas y sus nombres están escritos en el reverso del lienzo.

Al visitar la empresa de Murakami, Thornton encontró 85 lienzos muy bien preparados, listos para pintar con el diseño *Flores de la alegría*, contratados por la galería Gagosian, a un precio de 90.000 dólares cada uno. Sugimoto San es la directora de pintura. Ella misma termina cada obra con una calidad impecable. De algunas esculturas se hacen ediciones variadas, no solo en cantidad sino también en el número de colores usados; en una escultura pueden haber 300 colores, y en otra edición de la misma, 900. En la casa donde trabaja el grupo Kaikai Kiki, el almuerzo es comunal y la cantidad de mercancía descomunal: camisetas, afiches, tarjetas, almohadas, calcomanías, figurines, tazas, almohadillas para el mouse, llaveros, catálogos, protectores de celular, bolsas, servilletas, lápices y esculturas pequeñas, repetidas miles de veces para regalos de Navidad de algunas empresas. Murakami no se considera un buen líder ni un buen administrador, pero sí un hombre ambicioso, que quiere hacer muchas cosas. Trabaja con un objetivo: ser popular; su método es el mismo de la naturaleza: obtener el éxito por medio del infalible ensayo y error. En la obra de Tagashi

Murakami, dice una de sus asistentes, no hay iconos superficiales; el uso de la parodia y el sinsentido crean una crítica a todo lo de los mundos del espectáculo y de las marcas.

### La bienal

Entre las bienales de Venecia, Sidney, La Habana, Estambul, Santa Fe, Lyon, Berlín, Shanghái y Moscú, la autora escoge la de Venecia, en la que participan las principales galerías de los distintos países. La bienal, como nos lo cuenta, es una exhibición que captura el mundo artístico del momento. Cuenta con setenta y seis pabellones de distintos países. En cada uno están los *dealers* o distribuidores, que se encargan de todo lo relacionado con las obras; después pueden venderlas. Las bienales buscan exhibir los astros del arte del momento. En la que ella visitó estaban exhibidas las obras de Sigmar Polke, Ellsworth Kelly, Chari Samba, Gerhard Richter y Robert Ryman, y los videos de Steve McQueen. Sin embargo, al curador de una bienal se le puede considerar la gran estrella de ésta. Un buen curador debe saber qué intereses tienen los artistas, qué están haciendo, hacia dónde se dirigen. Para el curador mexicano Cuauhtémoc Medina, las bienales no deben caer en lo establecido sino romper con ello; deben ser una aventura, una forma de correr riesgos. En opinión de Hans Ulrich Obrist, curador de la Serpentine Gallery, en Londres, una buena bienal debe definir una década. Cuando se hace la

curaduría de una bienal, dice, se trata de crear nuevas reglas, de que sean una invención, pues parte del esfuerzo curatorial es enriquecer el mundo del arte. Las bienales ofrecen al artista la oportunidad de confrontar su obra con la mirada ajena de otras culturas, abrir diálogo con otros intereses. En opinión del artista italiano Francesco Vezzoli, entrevistado por la autora, las bienales se parecen a los festivales de cine, pues los límites entre arte y entretenimiento se han ido desvaneciendo.

\*\*\*

Después de leer el libro de Thornton nos preguntamos si el mundo del arte contemporáneo que manda la parada no es sino una variante del mundo del espectáculo, con sus astros de quince minutos, como lo anunció hace ya varios años el visionario Andy Warhol. Dado que existe un grupo cada vez más grande de compradores y de coleccionistas de arte, o sea, un grupo que crea la demanda, no va a faltar un mundo que responda a ésta con la oferta. La maquinaria de la oferta parece muy bien montada. Un problema para el comprador es que desea estar seguro de haber realizado una buena compra; esto es, que la mercancía comprada se valorizará a largo plazo y que, además, posee verdadero valor artístico, características que la maquinaria no puede garantizar. Basta recordar que el tiburón en formol de Hirst, por el que se pagaron doce millones de dólares, se pudo y al





Takashi Murakami en Versalles

reemplazarlo perdió su estatus de pieza original. Otro asunto interesante que surge como reflexión es que seguramente se podrá calcular el número de artistas que el mercado puede sostener, lo que da una buena idea de por qué tanta gente simplemente no puede ni podrá nunca alcanzar el éxito.

Visto semejante panorama, difícilmente podemos creer que existan expertos en el arte emergente, como se lo llama ahora (la expresión *avant-garde* se cambió por *cutting-edge* y luego por *emergent art*, nos cuenta Thornton). Hoy, más que nunca, saber qué obra o qué escuela de arte tienen valor es casi imposible pues no existe retroalimentación, y el experto necesita de ésta

para saber si acertó o no en su predicción. Un anestesiólogo sabe minuto a minuto si está haciendo lo correcto, pues las reacciones del paciente lo demuestran. En el arte esto no ocurre, pues se necesita el paso del tiempo para saber si una obra mantuvo su precio o se desvalorizó, porque a veces se revalúan las obras para bien o para mal. ¿Cuál otro criterio serviría para definir si alguien es un experto en un arte de vanguardia? A largo plazo, los hechos han mostrado que no es posible siquiera confiar completamente en el criterio de los expertos, ni de los galeeristas, ni de los curadores.

En el arte hay mucho de exclusividad y esnobismo, porque entran en juego cantidades

enormes de dinero, estatus y poder. Los productos del arte se han convertido en mercancía cara y parecen ser una buena inversión. El mercado del arte se ha fortalecido porque los ricos saben que poseer un Warhol es tan bueno como comprar un apartamento en la Quinta Avenida. Los expertos que determinan el valor de la obra, su estatus y su precio final, hacen caso omiso de la opinión del público, que masivamente expresa que no lo entiende ni le gusta; no obstante, existen en todo el mundo artistas que buscan que su obra establezca una relación emocional con el hombre común.

En Colombia no tenemos aún montada una maquinaria pesada de arte, pues no somos lo suficientemente ricos para “crear” artistas, como lo hacen en las capitales del mundo. Surge una pregunta: ¿es deseable? A lo mejor existan otras opciones no relacionadas con el poder económico y la industria del entretenimiento para realzar y volver visibles las obras de los buenos artistas, para que el arte sea un asunto social que convoca, que atrae, que ayuda al bienestar de la comunidad. ¿Cuáles son? Queda abierta la pregunta. ■

---

Ana Cristina Vélez (Colombia)  
Estudió Diseño Industrial y tiene una Maestría en Historia del Arte. Trabajó 20 años como escultora. Ha publicado *Homo artisticus. Una perspectiva biológica-evolutiva* y es coautora del libro *Pensamiento creativo*. Escribe sobre arte para periódicos y revistas. Ha sido docente en las áreas de educación visual, ilustración y dibujo.