

Don Thompson

DEL AUTOR DEL BEST SELLER *EL TIBURÓN DE 12 MILLONES DE DÓLARES*



LA SUPERMODELO Y LA CAJA DE BRILLO

Los entresijos
de la industria del
arte contemporáneo



Ariel

Don Thompson

La supermodelo y la caja de Brillo

Los entresijos de la industria
del arte contemporáneo

Traducción de Ana Herrera

Ariel

Título original: *The Supermodel and the Brillo Box*

Publicado originalmente por Palgrave MacMillan®

1.ª edición: febrero de 2015

© 2014, Don Thompson

Publicado con el acuerdo de Westwood Creative Artists

© 2015 de la traducción, Ana Herrera

Derechos exclusivos de edición en español
reservados para todo el mundo
y propiedad de la traducción:
© 2015: Editorial Planeta, S. A.
Avda. Diagonal, 662-664 - 08034 Barcelona

Editorial Ariel es un sello editorial de Planeta, S. A.
www.ariel.es

ISBN 978-84-344-1927-8

Depósito legal: B. 91 - 2015

Impreso en España por Reinbook

El papel utilizado para la impresión de este libro
es cien por cien libre de cloro y está calificado como papel ecológico.

No se permite la reproducción total o parcial de este libro, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio, sea éste electrónico, mecánico, por fotocopia, por grabación u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito del editor. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual (Art. 270 y siguientes del Código Penal).

Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita
fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.

Puede contactar con CEDRO a través de la web www.conlicencia.com
o por teléfono en el 91 702 19 70 / 93 272 04 47

Índice

Stephanie	7
---------------------	---

LOS COLORES DEL ARTE CONTEMPORÁNEO

El mundo del arte contemporáneo	23
El crash del mercado del arte en 2008	37
¿Para qué compramos arte?	45
Historia de trasfondo	53
Autenticación de Warhol	69

COLECCIONAR E INVERTIR

Mugrabi, Saatchi, Sandretto y los Vogel	83
El arte contemporáneo como clase de activos	97

LOS ARTISTAS CONTEMPORÁNEOS

Cattelan, Murakami y Ai	109
Damien Hirst, artista y comercializador	125
Artistas alabados, artistas desdeñados	139
El ascenso veloz de los precios de Jacob Kassay	151

LAS CASAS DE SUBASTAS

Detrás del mazo	163
Christie's, Sotheby's y sus competidores.	177
<i>El grito</i>	189
El lado opaco de las subastas.	203

LOS MARCHANTES

Gagosian y la evolución del supermarchante.	221
El marchante marchoso.	239
Cuando las casas de subastas y los marchantes chocan.	251

MERCADOS QUE CAMBIAN

Abu Dhabi y Qatar	265
China es la número dos.	277
La colección Estella	291

EL MERCADO COMO MEDIO

Ferias de arte	301
El juego final: clic en un Warhol.	315
Epílogo	327
Referencias.	333
Índice temático.	349

Stephanie

*Una obra de arte es buena cuando doblas una esquina y dices:
«¡Joder! ¿Qué es eso?»*

DAMIEN HIRST, artista

*El arte te dice cosas que no sabías que necesitabas saber hasta
que las sabes.*

PETER SCHJELDAHL, crítico de arte

Nueva York. El lunes 8 de noviembre de 2010, a las 6,43 de la tarde, en la sede de subastas recién estrenada de Phillips de Pury, en el número 450 de Park Avenue, el subastador Simon de Pury remató el lote 12. Era una representación de cera, a tamaño natural y desnuda, de la antigua actriz y supermodelo Stephanie Seymour. Destinada a colocarla en la pared, como si fuera una cabeza de ciervo, se titula *Stephanie*, pero en el mundo del arte se conoce como *Trophy Wife* («esposa trofeo»). La escultura convierte la imagen de Seymour en un trofeo, literalmente. La parte superior del cuerpo, desnuda, surge de la pared, los pechos cubiertos no muy discretamente con las manos (ilustrado en la parte central).

Se esperaba que esta obra, una de las cuatro versiones idénticas concebidas por el artista italiano Maurizio Cattelan, alcanzase un precio entre 1,5 y 2,5 millones de dólares. De Pury predecía que podía llegar incluso a los 4 millones. Después de nueve pujas por parte de seis postores (dos de los cuales pujaban por teléfono), se vendió en 40 segundos por 2,4 millones

de dólares, incluyendo la prima del comprador (el coste adicional que aplica la casa de subastas, por encima del precio de remate). El postor que se la llevó fue Jose Mugarbi, el supercoleccionista y marchante privado de Nueva York.

El sector más exclusivo del mundo del arte contemporáneo se mueve por el prestigio de las marcas y los actos sociales. Pero en toda la historia del marketing del arte contemporáneo destaca la subasta de otoño de 2010 en Phillips por su mezcla de prestigio de marca, acontecimiento, famoseo, trasfondo y precios astronómicos. La presentación de *Stephanie* y el espíritu presente tras la subasta de la cual formaba parte es un ejemplo maravilloso de marketing al más alto nivel en el arte contemporáneo.

Phillips de Pury es una sala de subastas de tamaño mediano, que actúa sobre todo en Nueva York y Londres. En cuanto al grado de fama y prestigio, Phillips está la tercera a bastante distancia después de Christie's y Sotheby's, con una décima parte de la facturación anual en dólares de ambas. Esas dos casas de subastas venden casi el 90 por ciento de todo el arte contemporáneo por encima de los 2 millones de dólares. Phillips quería una cuota mayor de ese nivel alto, un segmento mucho más provechoso. El coste de conseguir la consignación y promoción de una obra de 2 millones podría ser el doble del de una obra de 200.000 mil dólares, pero el beneficio después de gastos es de cinco a diez veces mayor. Los que consignan a un nivel de precios muy elevado por lo general prefieren hacer negocios con Christie's y Sotheby's, suponiendo que esas casas conseguirán unas pujas mucho más altas.

Tras una subasta de primavera bastante mediocre en Nueva York, en 2010, en la cual solo hubo una obra que se vendiera a más de 1 millón, el problema estratégico de Phillips era cómo crear expectación para su subasta de otoño de arte contemporáneo. Su nueva sala de subastas recién renovada y carísima, en Park Avenue, proporcionaría la ubicación perfecta.

Simon de Pury, como presidente y también jefe subastador de Phillips, llamó a la subasta «Carte Blanche». Pidió a Philippe Ségalot que actuase como «comisario invitado», igual que

un museo puede invitar a un comisario externo para que se ocupe de una exposición determinada. Ségalo era en aquel tiempo jefe internacional de arte contemporáneo de Christie's, donde fue el pionero en introducir subastas temáticas (una llamada «Fiesta de Burbujas», otra «Piensa en Rosa») para atraer a compradores más jóvenes a la sala de subastas. Más tarde fue copropietario de la asesoría de arte Giraud Pissarro Ségalo. El principal cliente de Ségalo es François Pinault, el multimillonario francés que controla las marcas de lujo Gucci, Balenciaga y Stella McCartney, y propietario también de la sala de subastas de Christie's. Pinault tiene una colección de arte que vale 2.000 millones de dólares donde figuran Jeff Koons, Damien Hirst, Cindy Sherman y Richard Serra, y obras más antiguas de Picasso, Braque y Mondrian.

A Ségalo se le dio libertad para que eligiera las obras para la subasta de Phillips y realizase la venta de sus sueños, sin interferencia alguna de De Pury. Lo describió como «un autorretrato hecho a mi gusto». Reunió 33 obras, con un valor total estimado entre 80 y 110 millones (todo en dólares USA). Ninguna de las 33 procedía de los consignadores de subastas habituales de Phillips. Tres venían directamente de los artistas, y algunas de la propia colección de Ségalo. Unas pocas pertenecían a clientes privados suyos: dos de Pinault, una de las cuales era *Stephanie*. La idea de que el propietario de Christie's consignase obras a otra sala de subastas produjo muchas suspicacias.

Media docena de las obras fueron elegidas por su interés periodístico. Esto significa habitualmente un artista prestigioso o un tema controvertido. Con *Stephanie* se cubrían ambos frentes. *Stephanie* no era la obra más cara, pero fue la que apareció en los anuncios y en la portada del catálogo de la subasta.

Harry Phillips fundó Phillips en Londres en 1796. Bernard Arnault y su empresa de lujo LVMH adquirieron la firma en 1999 por 120 millones de dólares, según se dice. Un año más tarde, Arnault contrató a los marchantes de arte Simon de Pury y Daniella Luxembourg para que llevasen la empresa y desafiaran a la pareja dominante que formaban Christie's y Sotheby's. La estrategia de LVMH fue intentar mantenerse a flote mediante garantías extremadamente generosas (de que se conseguiría

un precio de subasta concreto), otorgadas a los consignadores para atraer lotes de subastas. Arnault vendió el control a De Pury y Luxembourg en dos paquetes en 2002 y 2004. Luxembourg luego vendió su parte a De Pury en 2004. En 2008, De Pury vendió una participación de control al grupo ruso de artículos de lujo Mercury por 80 millones de dólares, la mitad de los cuales, según se dice, fueron a enjugar el descubierto bancario de Phillips. Dos semanas después de la compra de Mercury, la casa de subastas tocó fondo, con una subasta nocturna de arte contemporáneo en Londres en la cual solo se vendieron el 25 por ciento de los lotes.

Simon de Pury generó más atención mediática que la casa de subastas. Durante los meses anteriores a la subasta apareció a menudo en televisión como mentor y crítico de aspirantes a artistas en *World of art*, de Bravo, un *reality show* de televisión para elegir «al próximo gran artista americano», en el cual se expulsaba a un artista cada semana hasta que quedó solo un ganador (Abdi Farah).

Bajo la dirección de De Pury, Phillips ofrecía diversos servicios, desde todo lo relativo a una casa de subastas hasta una boutique en la que vendía solo arte contemporáneo, diseño, joyería y fotografía. Las ventas subieron desde 75 millones de dólares hasta más de 300 millones en cuatro años, reflejando el *boom* del arte contemporáneo. Luego llegó la crisis de 2008. En 2009, las ventas de Phillips fueron declinando hasta 85 millones de dólares, y la compañía se fue desangrando en números rojos. Al centrarse en el arte contemporáneo, con sus oscilaciones imprevisibles en volumen de ventas y niveles de precio, Phillips se había expuesto mucho.

Sin embargo, con Carte Blanche y teniendo a Ségalot para comisarar la subasta, De Pury protagonizó las innovaciones más interesantes en subastas de arte en una década. Su primer movimiento fue programar su acto de modo que inaugurase la semana de subastas contemporáneas, precediendo a las subastas de Christie's y Sotheby's.

Carte Blanche fue una oportunidad, pero también un enorme riesgo. El mínimo de 80 millones de dólares estimado para las 33 obras representaba casi tanto como había vendido

Phillips en total en los primeros seis meses de 2010. Para atraer obras a Phillips, en lugar de presenciar impotentes cómo iban a parar a Christie's o Sotheby's, Ségalo y De Pury hicieron una fuerte apuesta. Se aseguraron siete de las obras más importantes de la subasta (incluida *Stephanie*) garantizando un precio mínimo sustancial para los consignadores.

Cinco de las siete garantías las proporcionó un tercero, que fue compensado por Phillips por asumir el riesgo. Se cree que el tercero que garantizó la mayor parte de las transacciones fue el propio grupo Mercury. Las siete garantías cubrían en total 65 millones de dólares, a un coste para Phillips probablemente de entre 4,5 y 6 millones. Volveré a hablar del asunto de las garantías más adelante.

Ségalo recibió un porcentaje de las tasas del comprador en compensación por sus servicios de comisariado (aunque el beneficio más importante lo supuso la publicidad del acto, que le identificaba como importante marchante privado). Las obras consignadas y los pagos pasaron por su despacho, en lugar de pasar por Phillips, de modo que la identidad de los vendedores y de algunos compradores era desconocida para la casa de subastas. Ségalo les aseguró además el anonimato ocupándose él mismo de uno de los teléfonos de la subasta, con lo cual se dio la extraña situación de que habiendo conseguido obras de sus clientes, pujaba por esas mismas obras en nombre de otros clientes. En la conferencia de prensa que siguió a la subasta, un reportero comentó que se podía haber eliminado al intermediario, Phillips.

El coste de las garantías y la tasa de Ségalo, junto con unos costes de promoción muy fuertes, elevaron la cifra de la subasta de Carte Blanche (igualada en cuanto a su rentabilidad) hasta al menos 95 millones de dólares, casi dos veces el récord anterior de Phillips para una sola subasta. Por debajo de un total de ventas de 95 millones de dólares, las pérdidas habrían aumentado a gran velocidad.

El otro requisito era generar la atención de los medios al nivel más elevado, en lo posible en *The New York Times* y *The Wall Street Journal*. Normalmente, la cobertura mundial de las subastas se dedica sobre todo a las dos casas de subastas más

importantes. El concepto de subasta comisariada funcionó a la perfección; ambos periódicos reseñaron el acto, y *The New York Times* incluso ofreció un artículo largo escrito por la periodista de arte Carol Vogel.

La apuesta de Carte Blanche dio buenos resultados. La venta total, incluyendo la prima del comprador, fue de 117 millones, aun quedando tres obras por vender. Después de la subasta, la prensa alabó la innovación y la osadía de De Pury.

Y con esto hemos descrito el acto en sí, pero ¿cuál era la historia de trasfondo de *Stephanie*? La antigua supermodelo Stephanie Seymour, centro de la promoción de la subasta de Phillips, en el momento de la subasta era una veterana de 41 años que había posado para 300 portadas de revista, varios números de trajes de baño del *Sports Illustrated* y catálogos de Victoria's Secret, así como reportajes fotográficos de *Playboy*. Antes de su matrimonio con el industrial millonario Peter Brant, había salido con Axel Rose, cantante y líder de los Guns N'Roses, y apareció como estrella en su vídeo *November Rain*. Antes de todo eso tuvo relaciones muy publicitadas con Charlie Sheen y Warren Beatty. En 1994, la revista *People* la nombró una de las 50 personas más bellas del mundo. En las notas de prensa de Phillips, y en reuniones informativas para los reporteros, se comentaron todos esos aspectos, anunciando además que *Stephanie* aparecería en la portada del catálogo de la subasta.

Su marido, Peter Brant, entonces de 63 años, es también famoso por derecho propio. Es el presidente y director ejecutivo de White Birch Paper Company, una de las mayores empresas que manufacturan papel de prensa en Estados Unidos. Publica la revista del sector *Art in America*, posee un equipo de polo, y durante años fue el jugador de polo amateur de mayor nivel de Estados Unidos. Brant fue productor ejecutivo (junto con PBS) del documental *Andy Warhol: A Documentary*, que ganó un premio Emmy en 2006, y de las películas *Basquiat* (1996) y *Pollock* (2000). Anteriormente había encargado retratos de su esposa a artistas como Julian Schnabel, Jeff Koons y Richard Prince.

Brant es muy conocido como coleccionista de arte. Tiene una de las mayores colecciones del mundo de obras de Andy Warhol, y 2.000 obras más de expresionismo abstracto, pop y

arte contemporáneo. Estas incluyen el famoso *Puppy* de Jeff Koons, un terrier blanco West Highland de 13 metros de alto, ejecutado con diversas flores, obra gemela de la que se exhibió durante seis meses en el Rockefeller Center y la que está en el exterior del Guggenheim de Bilbao.

Maurizio Cattelan, artista italiano que tenía entonces 53 años, creador de *Esposa Trofeo*, también proporcionaba un nivel más de celebridad. En 2002, Cattelan y Ségalot visitaron la propiedad de Brant y Seymour, de 21 hectáreas, en Greenwich, Connecticut. En una pared de la biblioteca se veían los trofeos de gacelas y búfalos que había matado Brant en un safari en Kenia en 1970. Cattelan tuvo la idea de crear para Brant una versión de su esposa que fuera como la gacela, «cazada y montada», resultado, como decía Cattelan, de un «safari doméstico».

Cattelan dijo que tenía miedo de presentarle la idea directamente a Brant, y le pidió a Ségalot que lo hiciera él. Brant y Seymour estuvieron de acuerdo. Cattelan produjo *Stephanie*, una edición de cuatro piezas: una para Brant, otra para él y dos para que las vendieran los marchantes. Cattelan decía que las dos últimas quizá las ofreciera primero en préstamo a algún museo, «para que el mundo pudiera compartir a la esposa de Brant».

Stephanie es coherente con la obra de Cattelan, en la que siempre aparecen amor, miedo o tragedia. El primer precio alto en una subasta para una obra suya llegó en 2004, cuando *La Nona Ora* (*La hora novena*), una escultura que retrataba al papa Juan Pablo II alcanzado por un meteorito (ilustrado) se vendió por 3 millones de dólares. Según *The Economist*, Amy Cappellazzo, de Christie's, dice que «es un sello de valentía poseer una escultura de Cattelan; señala una colección ambiciosa».

Stephanie no fue realizada por Cattelan, en realidad. Como muchos artistas contemporáneos, la obra de Cattelan la producen técnicos. *Stephanie* fue realizada por el parisino Daniel Druet, que usa la misma técnica empleada para los maniqués de los museos de cera. La contribución de Cattelan fue el concepto.

La espalda de *Stephanie* está arqueada, para imitar el cuello de la gacela. Brant decía más tarde que la obra no estaba destinada realmente a ser un trofeo, sino más bien algo que hubieran puesto los griegos en un barco, una elegante forma de mujer

arqueándose en la proa de un barco de vela, que señalaría el estatus del propietario. A la cera se añadió color para los labios, ojos de cristal y pelo. El pelo le llega casi hasta la cintura, y se supone que el propietario lo puede peinar como quiera: con un estilo formal, informal o sexy. Para la subasta fue peinado a la perfección por el famoso estilista de Nueva York Frédéric Fekkai, que dijo: «Queríamos que pareciese una diosa». Los ojos tienen una mirada catatónica, pensada para imitar la de las modelos en la pasarela. En la presubasta, los que se paraban ante la escultura se mostraban desconcertados o turbados. La mayoría no hacía comentario alguno.

Curiosamente, resultó que el artista Urs Fischer había realizado una figura acompañante de parafina de tamaño natural del marido, Peter Brant, de pie detrás de un sillón. Se llama *Untitled (Standing) (Sin título – En pie)* (2010), y tiene 14 mechas que salen de la parafina. El propietario, si lo desea, puede convertir la escultura en una enorme vela, y al señor Brant en un charco de cera. Brant encargó la obra a Fischer sin saber qué haría. Una de las esculturas, de una edición de tres, apareció en una subasta de Christie's de arte de posguerra y contemporáneo en Nueva York, en mayo de 2012. Se vendió por 1,3 millones de dólares.

La fortuna y la colección de arte de Brant se pusieron en peligro cuando Seymour le pidió el divorcio en marzo de 2009. La pareja, al parecer, no había firmado ningún acuerdo prenupcial antes de casarse, en 1993. En la petición de divorcio su esposa le reclamaba al menos 500 millones de dólares. En medio del proceso del divorcio, Seymour revelaba lo que se estaba perdiendo Brant al posar para el número de diciembre de 2009 de la revista *Vanity Fair* llevando puestas solamente unas gotas de agua. El artículo de la revista, que relataba el proceso del divorcio, también fue mencionado por los responsables de Relaciones Públicas de Phillips.

En septiembre de 2010, Seymour y Brant de repente suspendieron el divorcio. Se llevó a cabo la subasta de *Stephanie*. Brant asistió, aunque Seymour no. Él no pujó.

Una multitud de 660 personas apretujadas asistieron a la subasta de Phillips: 360 con asientos numerados, sentados en la sala principal de subastas, 150 de pie, otros 150 en una segunda

sala, contemplando el proceso en una pantalla de televisión. Solo 90 de los 660 tenían paletas de subasta, y solo 32 pujaron. Los otros estaban allí solo para ver el espectáculo.

¿Qué más se ofreció en Carte Blanche? La obra más valiosa era *Men in Her Life (Los hombres de su vida)* (1962) de Andy Warhol, con un valor estimado de 40 a 50 millones, y consignada por Jose Mugrabi, el mismo coleccionista que compró *Stephanie*. *Men in Her Life* es una serigrafía de dos metros de altura, retocada con lápiz, de fotos tomadas de la revista *Life* de la actriz Elizabeth Taylor, que tenía entonces 26 años. El lienzo contiene 38 imágenes borrosas de Taylor en el derbi de Epsom, con Mike Todd, su tercer marido, a su izquierda, y Eddie Fisher, que pronto se convertiría en el cuarto, a su derecha. Junto a Fisher se encuentra la que entonces era su mujer, la actriz Debbie Reynolds. Las fotos se hallan dispuestas en siete hileras, con diversa intensidad de reproducción. *Men in Her Life* tiene un impacto visual muy bajo; resulta difícil distinguir las imágenes desde más de un metro de distancia. Existen cuatro versiones de la obra.

Men in Her Life salió por 32 millones de dólares y se subastó con incrementos de un millón. El cuadro fue adjudicado por 63,4 millones de dólares, convirtiéndose en el segundo Warhol más caro subastado jamás (*Green Car Crash* consiguió 71 millones de dólares en Christie's de Nueva York en 2007). Dos postores telefónicos llevaron a cabo un duelo con incrementos de un millón de dólares en las últimas diez pujas. Se cree que el comprador pertenecía a la familia real de Qatar. Incluso en el mundo del arte, donde lo inesperado es habitual, tener los nombres de Taylor, Fisher, Reynolds, Warhol y Qatar en el mismo párrafo atrae bastante la atención.

La favorita de la multitud fue otra obra conceptual de Maurizio Cattelan titulada *Charlie* (ilustrada). Forma parte de una edición de cuatro, y se trata de una versión por control remoto de Cattelan como niño de cuatro años montado en un triciclo. El niño mueve los ojos como un dibujo animado. *Charlie* es un ejemplo de lo que Cattelan apoda sus «mini-yos», sus sustitutos físicos y emocionales. El concepto viene del niño del triciclo en la película de Stanley Kubrick *El resplandor*.

Cuando lo iban a subastar, *Charlie* se paseó por la sala de subastas, acercándose a los postores. Estimada en de 2 a 4 millones de dólares, *Charlie* se acabó vendiendo por 2,99. Cuando cayó el mazo, De Pury dijo: «Gracias, Charlie, ya te puedes ir». Charlie salió de la sala de subastas moviéndose marcha atrás.

El más sorprendente de los siete precios récord mundiales de las subastas llegó con la instalación de 1992 de Félix González-Torres *Untitled (Portrait of Marcel Brient)* (*Sin título: retrato de Marcel Brient*): 90 kilos de caramelos envueltos en celofán, que debían colocarse apilados en el rincón de la sala y ser consumidos por los invitados (obra similar, ilustrada). Se definía como «de dimensiones variables». Las esculturas de caramelos son obras características de González-Torres.

Untitled es una de las dos obras que hizo el artista con caramelos azules. Resulta que González-Torres estaba haciendo esculturas de caramelos para el marchante Xavier Hufkens, en Bruselas. Para evitar el coste de envío de su fabricante habitual de caramelos en Chicago, los compró en una tienda local. Los caramelos azules son más valiosos por su rareza, y porque es la única obra que contiene una palabra escrita en el envoltorio original de los caramelos: PASIÓN. Estimada en un valor de 4 a 6 millones, la instalación se vendió por 4,4 millones de dólares, sobrepasando de lejos el anterior récord de subastas de González-Torres de 1,65 millones.

La obra de Takashi Murakami de 1997 *Miss ko2* (pronunciada «ko-ko») es la primera de una serie de esculturas a gran escala de un personaje del mundo de fantasía y subcultura japonesa del otaku, anime y los videojuegos (ilustrado en un contexto distinto). Representa la transformación de las culturas tradicionales en Japón y en el mundo. *Miss ko2* es una escultura de 1,8 m de altura de fibra de vidrio de una camarera de grandes pechos, un personaje que es una agente secreta con altos tacones de unos dibujos animados muy populares en Japón. *Miss ko2* también forma parte de una edición de 4 ejemplares. Con una estimación de 4 a 6 millones de dólares, acabó adjudicada a Jose Mugarabi por 6,8 millones. Otra de la misma edición se vendió en una subasta anterior por un récord para el artista de 567.000 dólares en una subasta en Christie's de

Nueva York. Cuando se exhibió por primera vez en la galería Feature de Nueva York, en 1997, *Miss ko2* llevaba un precio de 19.500 dólares.

El *Mechanical Pig* (*Cerdo mecánico*) de Paul McCarthy de 2005 fue la gran decepción de la subasta. Es de tamaño natural, respira rítmicamente y con unas poleas mueve los pies, la lengua y los ojos. *Mechanical Pig* se estimó de 2,5 a 3,5 millones, pero consiguió solo una puja de 1,9 millones, quedándose una puja por debajo del precio de reserva. *Mechanical Pig* se quedó sin vender.

Cada golpe del mazo de De Pury obtenía cortesés aplausos; los aplausos más entusiastas saludaron cada uno de los siete precios con récord mundial. Si tal aplauso era una respuesta al éxito del artista, a la habilidad del subastador o al atrevimiento de la puja ganadora, es algo que nunca queda claro.

La consecuencia de esa subasta comisariada con tanto éxito fue... ninguna. De Pury había anunciado al principio que sería la primera de una serie de subastas que planeaba llevar a cabo anualmente, comisariadas por luminarias del mundo del arte. Se suponía que en 2011 el comisario sería el artista Jeff Koons, que un año antes había comisariado una exposición de obras de la colección de Dakis Joannou en el New Museum, o incluso Peter Brant.

Pero no ocurrió tal cosa. A pesar del éxito del concepto aplicado por De Pury en 2010, al parecer ni Koons ni nadie más quiso intentar reproducir lo que había hecho Ségalo. Las subastas de 2011 y 2012 volvieron a ser montadas y presentadas por De Pury.

En enero de 2013, De Pury y Phillips se separaron, al parecer por desacuerdos con los propietarios rusos. La casa de subastas ahora se conoce simplemente como Phillips.

Queda sin resolver por qué Jose Mugarbi o cualquier otra persona pagaría 2,4 millones de dólares por una estatua de cera de la esposa de otro hombre, cuando con la misma cantidad podría comprarse un modesto Monet o un Picasso... o una esposa trofeo de verdad. ¿Se explica por el prestigio de la marca? ¿Por la interesante historia de trasfondo? ¿Por los famosos del mundo del arte? ¿Pagaría alguien esa misma cantidad por una

escultura de cera igualmente glamurosa de Brooklyn Decker, la modelo de portada de 2010 del *Sports Illustrated* y esposa de la estrella del tenis Andy Roddick, si se hubiera vendido como creación de Daniel Druet?

Como economista y entusiasta del arte contemporáneo, llevo mucho tiempo perplejo por la alquimia que hace que un Warhol esté valorado en 63 millones de dólares, en lugar de 5, o incluso 100.000. Muchas obras, como algunas de las presentes en aquella subasta de Phillips, se vendieron por diez veces la cantidad que parece razonable. Y las piezas de Phillips se subastaron dos años después de producirse un grave empeoramiento de la situación económica.

Este libro trata de los temas que giran en torno al sector más alto del mercado del arte: de coleccionistas, artistas, casas de subastas y marchantes, y de precios. Al pensar en los precios, recuerden que la parte que cuenta aquí de la palabra «contemporáneo» es «tempo», o sea, temporal. La mitad de las galerías que se anunciaban en un número de hace 15 años de la revista *Artforum* ya no existen. Tres cuartas partes de los artistas mencionados en la revista ya no tienen representación alguna en las galerías importantes. De los mil artistas que han presentado exposiciones serias en galerías de Nueva York y Londres durante los años noventa, no más de 25 aparecieron en subastas nocturnas de Christie's o Sotheby's en 2013. La mitad de los artistas que se ofrecían para la venta en esas subastas nocturnas de los noventa ya no aparecen en las actuales. La mitad de las obras compradas en subastas en 2013 muy probablemente jamás se volverán a revender al precio de remate.

Mientras leen sobre diferentes obras de arte en este libro y los precios adjudicados a ellas, piensen si *Stephanie* y las demás obras parecen una buena inversión. No solo «¿Serán importantes estas obras de arte dentro de 25 años?», sino «¿Doblará su valor esta obra de arte dentro de siete u ocho años, como lo haría una cartera de acciones de un riesgo moderado?» Para la mayor parte de las obras de arte, la respuesta es no. Y siendo así, ¿qué nos dice todo esto del mercado del arte?

Una nota de advertencia. En 2012, las seis salas de subastas más importantes combinadas consiguieron unos ingresos en el

mercado del arte de alrededor de 12.000 millones de dólares. El 1 por ciento de los lotes más importantes vendidos produjeron un 58 por ciento de ese total. En 2012, hubo 1.825 ventas de más de un millón. El otro 99 por ciento de los lotes produjo el 42 por ciento restante. El curioso mercado del arte contemporáneo descrito en este libro no está relacionado con su sala de subastas o su marchante local, ni con el 99 por ciento. Es el mundo del 1 por ciento que está en la cima... y en la mayoría de los casos, el 1 por ciento de ese 1 por ciento.