

**DIOS SALVE
EL ARTE
CONTEMPORÁNEO
ÓSCAR
GARCÍA GARCÍA**

DIRECTOR DE PAC: PLATAFORMA
DE ARTE CONTEMPORÁNEO



DESCUBRE LOS MÁS
SORPRENDENTES
PECADOS COMETIDOS
POR LOS ARTISTAS
DE NUESTRO TIEMPO

PAIDÓS
para curiosos

Óscar García García

DIOS SALVE EL ARTE CONTEMPORÁNEO

**Descubre los más sorprendentes pecados
cometidos por los artistas
de nuestro tiempo**

PAIDÓS

1.ª edición, octubre de 2019

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 este 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.

© Óscar García García, 2019

© de las ilustraciones, Javier Pérez de Amézaga Tomás, 2019

© de la fotografía de la cubierta, Buehand/Shutterstock

© de la tipografía, Passion artist/Shutterstock

© de todas las ediciones en castellano,

Editorial Planeta, S. A., 2019

Paidós es un sello editorial de Editorial Planeta, S. A.

Avda. Diagonal, 662-664

08034 Barcelona, España

www.paidos.com

www.planetadelibros.com

ISBN: 978-84-493-3628-7

Fotocomposición: Pleca Digital, S. L. U.

Depósito legal: B. 16.300-2019

Impresión y encuadernación en Limpergraf, S. L.

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

Impreso en España – *Printed in Spain*

SUMARIO

| | |
|---|-----|
| <i>Prólogo</i> | 11 |
| <i>Introducción. De lo moderno a lo contemporáneo</i> | 15 |
| 1. La avaricia | 27 |
| Damien Hirst, Jeff Koons, Anish Kapoor | |
| 2. La gula | 53 |
| Fernando Botero, Mu Boyan, Erwin Wurm | |
| 3. La ira | 77 |
| Ángela de la Cruz, Marina Abramović, Regina José Galindo | |
| 4. La pereza | 103 |
| Robert Rauschenberg, Tracey Emin, Wilfredo Prieto | |
| 5. La lujuria | 127 |
| Robert Mapplethorpe, Takashi Murakami, Deborah de Robertis | |
| 6. La envidia | 151 |
| Andy Warhol, Jean-Michel Basquiat, Keith Haring | |
| 7. La soberbia..... | 177 |
| Muelle, Shepard Fairey «OBEY», Banksy | |

| | |
|--|-----|
| <i>Epílogo</i> | 205 |
| <i>Agradecimientos</i> | 209 |
| <i>Acerca del autor</i> | 213 |
| <i>Acerca de PAC: Plataforma de Arte Contemporáneo</i> | 215 |
| <i>Bibliografía</i> | 217 |

1

LA

AVARICIA

**DAMIEN HIRST
JEFF KOONS
ANISH KAPOOR**

Si nos fijamos en el mundo de hoy en día, nos daremos cuenta de que no hemos cambiado demasiado en relación con nuestros antepasados. Por supuesto, no hablo de los avances tecnológicos, médicos o científicos, sino que me refiero más bien a que nuestros miedos son parecidos, y nuestras debilidades, las mismas. La avaricia, por ejemplo, aterraba a nuestros antepasados y era habitual encontrarla ilustrada en templos, esculpida en palacios y expuesta en centros artísticos. En la actualidad son internet y la televisión el escaparate donde vemos reflejado ese pecado a diario: personas que amasan grandes fortunas realizando actos por los que en el pasado habrían sido condenados a arder en el infierno. Así que, como puedes ver, desde las primeras civilizaciones hasta nuestros días, la presencia y la influencia de la avaricia han dado forma a las acciones humanas de todas las épocas.

Hoy, paradójicamente, la avaricia no está del todo mal vista. Con frecuencia, muchos apelan a ella lanzando al aire la siguiente pregunta: ¿quién no busca su propio beneficio? Y es que el ser humano siempre quiere más, no se conforma con poco y permite que prolifere una sociedad demasiado materialista, absorta en sí misma y entregada al individualismo. Una sociedad cuyos individuos van en busca de una máxima aspiración: mejorar en lo personal y en lo profesional. Hasta tal

punto que podríamos decir que la avaricia forma parte de la condición humana, una atracción que se convierte en un problema cuando se transforma en algo obsesivo. En ese momento, llegada la obsesión, la avaricia hace que perdamos el sentido de la realidad centrándonos solo en nosotros mismos.

En una época en la que la ambición se ha convertido en un método de superación, hay que tener cuidado al determinar dónde está la frontera. Una cosa es superarse a sí mismo y otra, muy distinta, es pasar por encima pisando a los demás. La avaricia es un deseo excesivo por la búsqueda de riquezas, poder y estatus. Este sentimiento se aleja de los valores éticos de la sociedad y está guiado por un deseo egoísta de poseer más de lo que realmente es necesario o justificable, relacionado principalmente con el afán desmedido de poseer dinero y riquezas para uno mismo. Una acumulación de bienes materiales que, en ocasiones, pueden llenar un vacío interior o calmar los miedos ante un futuro incierto, pero que siempre trae consigo una frustración que eleva el ansia por poseer.

Visto lo visto, es casi imposible pensar que la avaricia no está involucrada en el negocio multimillonario del arte. Un negocio que en ocasiones sitúa la importancia del dinero por encima de los intereses artísticos y culturales. Y es que avariciosos hay en todas partes.

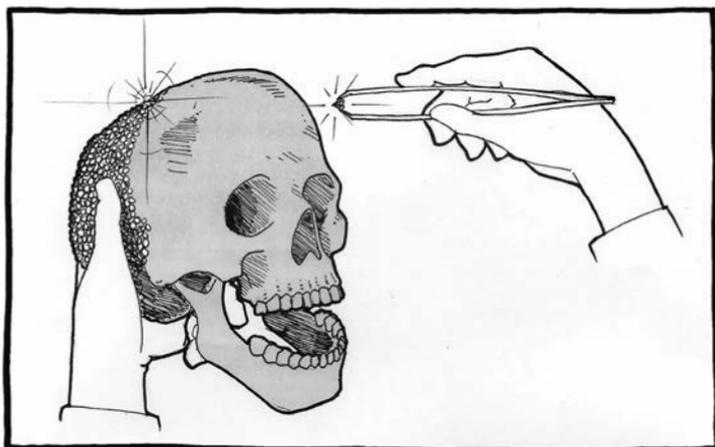
Damien Hirst

Si tuviéramos que elegir una obra dentro del arte contemporáneo que representara a la perfección esta desmedida atracción por la fama, el poder y el dinero, sin ninguna duda sería el cráneo recubierto de diamantes de Damien Hirst.

El artista Damien Hirst (Bristol, 1965) es el miembro más

destacado de The Young British Artists, un grupo de artistas contemporáneos guiados por la galería Saatchi que dominaron la escena del arte en Reino Unido durante la década de 1990. Es uno de los artistas vivos más cotizados, y su popularidad comenzó con una serie de obras de arte cuyos protagonistas eran animales sumergidos en tanques de formol. En esta serie se incluye su famosa obra *The Physical Impossibility of Death in the Mind of Someone Living (La imposibilidad física de la muerte en la mente de algo vivo)* (1991), que le llevó a ganar el Premio Turner, y que presenta a un tiburón tigre embalsamado dentro de un tanque de vidrio lleno de formol. Después de ser taxidermista de tiburones, vacas o corderos y de pintar algunos de sus famosos cuadros de puntos y mariposas, en 2007 Hirst creó su obra *For the Love of God (Por el amor de Dios)*, una calavera humana realizada en platino en la que se hallan incrustados 8.601 diamantes perfectamente cortados y pulidos. La calavera, inspirada en una pieza de origen azteca que se conserva en el British Museum de Londres (o, como denuncia el artista John LeKay, basada en el cráneo cubierto de cristales que él había realizado en 1993), nos habla de la vida y la muerte, uno de los temas principales del artista británico. Sin embargo, lo cierto es que este cráneo de un varón de treinta y cinco años que vivió en la Europa del siglo XVIII, y que ahora luce tuneado gracias a miles de brillantes, esconde mucho más.

Con un coste de producción de unos 20 millones de euros y un precio de venta de 72 millones, la magnánima obra de Hirst se convertiría en la más cara que un artista ponía a la venta. La suma de los diamantes que componen la escultura alcanzaba un total de 1.106,18 quilates, incluida su pieza principal, una piedra rosada de 55 quilates que reposa en la frente de la calavera. Londres fue la ciudad donde se expuso la obra por



primera vez en busca de un comprador, para rematar la jugada perfecta, ya que la compra de la calavera haría subir la cotización de Hirst como artista y lo convertiría en el autor de la obra de arte contemporáneo vendida más cara en el mundo. Dicho y hecho, *Por el amor de Dios*, tras el interés mostrado por populares personajes como el cantante británico George Michael, fue finalmente adquirida por un grupo de inversores que pagó 77 millones de euros por hacerse con ella. Pero esta operación, que catapultaba aún más la carrera del artista inglés, escondía la compra encubierta de su propio creador. Y es que en el consorcio de inversores que adquirió la calavera diamantina participaba el propio Hirst compinchado con uno de sus galeristas. Una manipulación del mercado en toda regla: comprar parte de tu propia obra para conseguir la venta con el mayor precio alcanzado por un artista vivo y convertirte en una leyenda. Un plan casi perfecto.

La escultura *Por el amor de Dios*, sin duda alguna, se ha convertido en uno de los sinónimos más adecuados para el pecado que nos ha traído aquí, la avaricia, y es que reúne la utili-

DATO CURIOSO

Galerías de arte

Hace tiempo que los marchantes de arte dejaron de ser comerciantes ambulantes marginales y carentes de prestigio. Aparece un nuevo modelo de agentes que no solo trabajan como intermediarios en la comercialización de las obras de arte, sino que son capaces de influir en el mercado.

Las galerías de arte se han convertido en un engranaje fundamental en el mercado artístico contemporáneo. Estas son las encargadas de seleccionar a los artistas que representarán exponiendo, difundiendo y comercializando sus obras (por supuesto, a cambio de un porcentaje de las ventas). Una galería de arte es mucho más que un establecimiento comercial; debe también ser un lugar de debate, donde se informe y forme al artista y al coleccionista. El galerista no es solo un exhibidor, sino que también posee un factor muy importante como representante artístico, pues convierte sus galerías en destacados centros de sinergia cultural donde se reúnen artistas, críticos, coleccionistas y amantes del arte. La relación entre artista y galerista puede parecerse a la que existe entre dos amantes: durante cierto tiempo se apoyan, pero en muchas ocasiones este vínculo se rompe, con frecuencia por el éxito del artista, que abandona su primera galería para firmar un contrato con otra que posee un mayor círculo de negocio. Además, este sector se ha visto afectado por el auge de las galerías virtuales, que ofrecen una nueva forma de venta *online* de obra de arte. Un nuevo escaparate con la capacidad de llegar a muchos más coleccionistas con un solo clic. A todo lo anterior habría que sumarle el uso de diferentes herramientas *online* de autodifusión y promoción propia por parte de los artistas, por ejemplo, las redes sociales; o para la venta de sus piezas, como las galerías *online*. Factores que han hecho que actualmente la figura del galerista sea menos necesaria para lograr el éxito.

zación de diamantes, la piedra preciosa por excelencia, como material principal, acusaciones de plagio por parte de otro artista y un juego especulativo orquestado para alcanzar la fama.

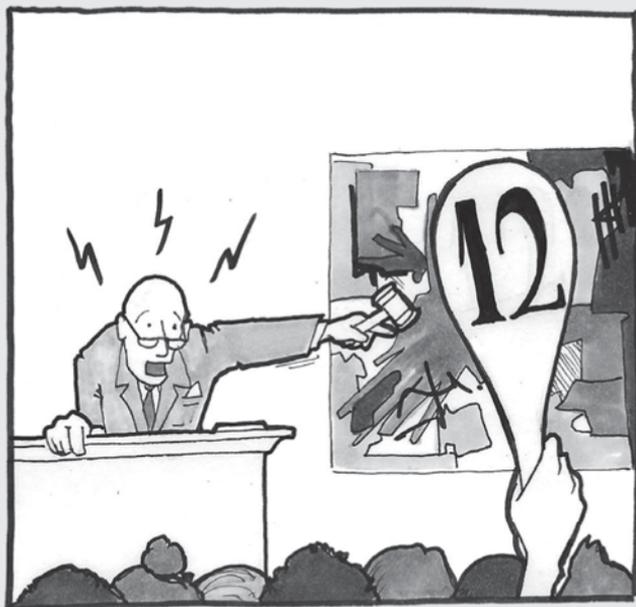
Pero el olfato de Damien Hirst para los negocios no acaba aquí. Tras ser elegido por la revista *ArtReview* como la figura más poderosa del arte contemporáneo, decidió desafiar a las galerías de arte que vendían su obra en exclusiva y, por si fuese poco, también se atrevió a enfrentarse cara a cara con la crisis económica. Pero ¿cómo lo hizo? En 2008, en pleno derrumbe del sistema financiero mundial, Hirst decidió subastar 223 obras en la casa de subastas Sotheby's de Londres, sin contar con sus galerías como intermediarias habituales. Se trataba de la primera vez en la historia en la que un artista presentaba directamente sus obras para ser subastadas sin pasar antes por una galería, coleccionista u otro intermediario. La polémica estaba servida, ya que los propios coleccionistas y las galerías del artista se vieron, en cierto modo, obligados a pujar para elevar la venta de las obras y asegurar así el éxito de la subasta, lo cual garantizaría que la cotización de las obras, coleccionadas por unos y comercializadas por otros, no bajara. El resultado no podía ser otro y la subasta fue un éxito a pesar de la crisis. Hirst recaudó, sin tener que repartir ganancias con la galería intermediaria, a la que se quitó de encima de un plumazo, más de 130 millones de euros, diez veces más de lo previsto. Además, cuestionó la vigencia de las galerías de arte como canal de venta casi exclusivo dentro del mundo del arte actual.

Algunos dijeron que la subasta de 2008 no era otra cosa que un gran timo y que, en realidad, muchas de las piezas nunca se llegaron a pagar, pues todo formaba parte de un montaje orquestado por Hirst y sus galeristas. Estas y otras acusaciones de ventas y cotizaciones falsas han sobrevolado

DATO CURIOSO

Casas de subastas

Las casas de subastas, al igual que las galerías de arte, son uno de los principales ejes del mercado artístico. Las ventas se realizan a través de subastas convencionales, generalmente públicas, donde la competencia es directa. Es decir, el comprador que realice la puja más elevada se lleva la obra; en otras palabras, el que pague una mayor cantidad de dinero será el nuevo dueño del lote u obra subastada. En esta venta de productos artísticos al mejor postor, el subastador estudia las cotizaciones de las piezas para encontrar el precio justo de compra-venta, marcado por la oferta y la demanda. A este trabajo de tasación le acompañará el de promoción, marketing y comercialización, por el que la casa de subastas recibirá una comisión de la venta. En el ámbito internacional, Sotheby's y Christie's suponen en la actualidad las entidades más carismáticas y reconocidas.



la carrera del artista británico, pero hay que admitir que, si estuvieran en lo cierto y todo fuera un montaje, como estrategia, si bien cuestionable, no le ha ido nada mal. No hay más que consultar la lista de los personajes más ricos del Reino Unido, publicada en 2017 por *The Sunday Times*, que tasó en 325 millones de euros la fortuna personal del artista.

El jugueteo con el mercado del arte en su propio beneficio no es la única polémica que ha perseguido a Damien Hirst durante su carrera, pues ha sido acusado incluso de robar varias de sus ideas a otros artistas, y cuenta con un gran número de demandas por plagio y apropiaciones. Entre estos artistas afectados encontramos a Larry Poons, quien realizó varios cuadros de puntos que le catapultaron al éxito antes de que Damien Hirst realizara los suyos (sospechosamente similares a los de Poons). Hirst fue también denunciado por el artista canadiense Colleen Wolstenholme tras copiarle su pieza *Medicine Cabinet*. Norman Emms vio cómo copiaba su modelo biológico de plástico, el artista británico LeKay ya incrustaba cristales en calaveras mucho antes de la llegada de *For the Love of God* y hasta su tiburón tigre en formol se parece mucho al que exponía en un escaparate de Londres el artista y electricista Eddie Saunders. Sin embargo, Damien Hirst justifica su atracción por el plagio en un tono irónico, y cita las palabras de Picasso: «Los buenos artistas copian, los grandes roban». Parece que nada puede parar su afán por escalar a lo más alto.

Lo cierto es que Hirst ha conseguido mantenerse en el candelero prácticamente toda su carrera. Creando expectación es uno de los mejores y, aunque luego la obra sea un gatillazo, consigue atraer siempre todas las miradas. Cada vez que parece morir artísticamente o una de sus piezas se lleva un revés (como su tiburón conservado en formol, que resultó ser tóxico al irradiar gases contaminantes o sus reiteradas

acusaciones de plagio), Hirst renace como el ave fénix con una pieza más grande, más cara y más polémica. No debemos olvidar que se trata de un experto en desatar polémicas y hacer caja. Un claro ejemplo es la composición *El viaje milagroso*, con el que el artista británico la ha vuelto a liar. A la entrada del hospital Sidra de Doha, en Catar, Damien Hirst ha colocado 14 esculturas de fetos humanos. Las enormes esculturas de bronce, de 216 toneladas, simulan fetos dentro del útero materno. Describe con todo detalle este «viaje milagroso» que muestra la fecundación paso a paso hasta la llegada del nacimiento, representado por una última escultura de un bebé de 14 metros. El conjunto fue instalado en 2013, año en el que debía ser presentado, pero ante las protestas y el escándalo por representar figuras humanas en territorio islámico, las autoridades decidieron cubrir las y alegar que los fetos se tapaban para no dañarlos durante la construcción del hospital. Tras terminar las obras de construcción en 2018, las esculturas por fin vieron la luz. Y Hirst volvió a los titulares con sus declaraciones: «Son las primeras esculturas de desnudos en Oriente Medio. Es muy valiente».

Otro punto controvertido de su trabajo es el hecho de pertenecer a un selecto grupo de artistas que amasa grandes fortunas, junto con Jeff Koons o Takashi Murakami, mientras que sus obras son producidas por numerosos empleados que no gozan de esta situación económica tan holgada. El propio Hirst, en su empresa Damien Hirst Science Ltd., cuenta con un centenar de empleados que trabajan de forma industrial creando sus obras. En este sentido, se está abriendo un acalorado debate en el mundo del arte actual al juzgar el grado de implicación de un artista en la producción de sus obras. Hoy en día el concepto de la obra artística se ha convertido en su principal valor y se ha dejado en un segundo lugar la función del

artista como artesano, como aquel que materializa sus ideas con sus propias manos. Damien Hirst, de hecho, ve el acto creativo como la concepción de la idea y no como la ejecución de esta. Afirma, incluso, que el arte sucede en la cabeza. Bienvenidos a la «autoría intelectual».

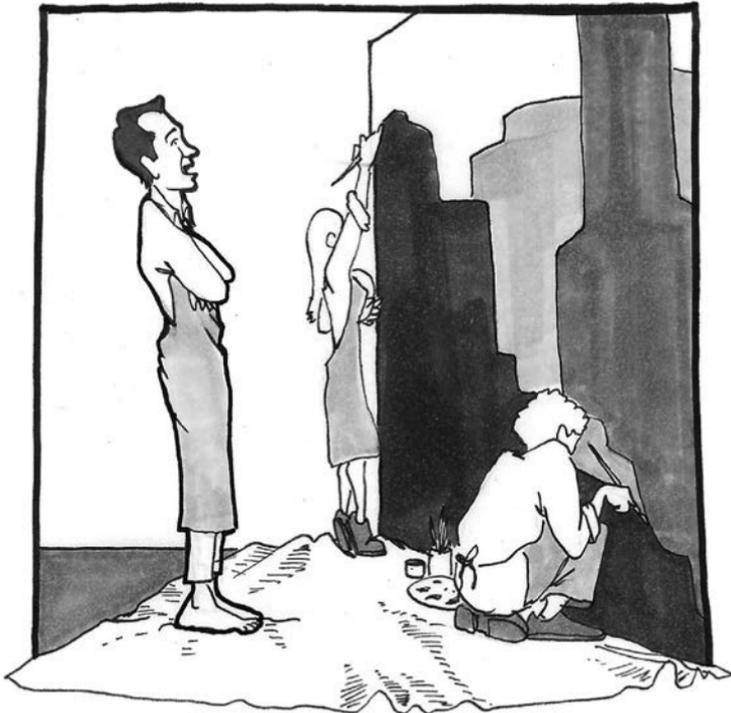
Jeff Koons

Jeff Koons (York, Pensilvania, 1955) es otro de los artistas que encarna las dudas estéticas y económicas que plantea hoy en día el arte contemporáneo. Sin duda, se trata de un alumno aventajado de Andy Warhol que ha transformado su arte en un negocio enfocado a la búsqueda constante de reconocimiento y riquezas.

En su gigantesco estudio del barrio de Chelsea (Londres), Koons cuenta con una legión de asistentes y trabajadores repartidos por diferentes habitaciones. Cada una de estas estancias se dedica a esculturas, pintura, maquetas o futuros proyectos, y hasta cuenta con un laboratorio de alta tecnología lleno de *gadgets* artísticos. A sus trabajadores los define como los dedos de una mano y afirma que él es el responsable de cada detalle del proceso. Pero la pregunta que nos surge a todos es la siguiente: ¿hasta qué punto un artista puede utilizar a colaboradores en su taller sin que esto desvirtúe la autoría de las obras?

Koons fue el primer artista plástico en contratar a un relaciones públicas para darse a conocer en la década de 1980. Se abría así una nueva etapa en el arte contemporáneo donde el marketing, en algunas ocasiones, se convertía en una pieza clave, situada incluso por encima del talento. La carrera de Koons, desde sus comienzos, ha estado marcada por la autopromoción, el marketing, las alianzas estratégicas con mu-

seos, la equiparación marca-artista y la producción a escala industrial de sus obras. Resulta también muy curioso que, aun contando con una formación artística, Koons trabajara como corredor de bolsa en Wall Street antes de establecerse como artista. Tal vez fuera esta experiencia la que le mostrara el camino que debía tomar su futura carrera en el mundo del arte, pues parece obvio que para sostener este tinglado se requieren de ciertas dotes de hombre de negocios y aptitudes comerciales. De hecho, es uno de los artistas vivos más cotizados del mundo, y se ha disputado en varias ocasiones el primer y segundo puesto con Damien Hirst.



Muchas de las cosas que hoy definen el arte han sido promovidas por el propio Koons, como el culto a la popularidad, el coqueteo con las marcas de lujo o el abuso de la publicidad. Su matrimonio con la actriz porno italiana Cicciolina multiplicó su fama. Con ella protagonizó *Made in Heaven*, una gran serie de pinturas, esculturas y fotografías que dio la vuelta al mundo y en la que se muestran todo tipo de posturas sexuales.

Koons comenzó a darse a conocer como artista con el reciclaje de objetos *readymade* (arte encontrado) como aspiradoras o balones suspendidos en líquido —inspirado, seguramente, en otros artistas que lo hicieron primero, como Duchamp con su famosa obra *Fuente* que colocaba un urinario en medio de un museo—, pero pronto pasó de un arte más conceptual a lo *kitsch* monumental. Sus célebres objetos-globo de acero pulido y dimensiones mastodónticas definen perfectamente este nuevo camino, protagonizado por piezas inofensivamente entretenidas y llamativas que pronto brillarían en las ostentosas entradas de bancos, museos y empresas de todo el mundo, como los multicolores y relucientes *Tulipanes*, que se exhiben en el exterior del Guggenheim de Bilbao. A partir de aquí, su trabajo siguió una línea argumental que mostraba la exaltación de todo lo superfluo, la locura consumista y la comunicación de masas. Su obra critica el consumismo de forma satírica y cómica, mientras el propio artista se zambulle en esta fiebre capitalista. Para ello sus piezas siguen estando protagonizadas por objetos cotidianos sin aparente valor que son transformadas en obras artísticas carentes de su antigua función para lucir en grandes museos, fundaciones y galerías. Es curioso como el trabajo de Jeff Koons provoca una especie de burla al ámbito consumista, mientras se convierte en un objeto de deseo para todos aquellos que representan este sector.

DATO CURIOSO

Kitsch

Lo *kitsch* se asocia al consumismo, lo cursi y lo hortera. Un estilo extravagante, con predominio del color y las formas, así como de elementos llamativos. Sería lo contrario al minimalismo, pues apuesta por el lema «más es más». La Real Academia Española lo deja claro: «Estética pretenciosa, pasada de moda y considerada de mal gusto».

El término *kitsch* comenzó a utilizarse en Alemania entre 1860 y 1870 para definir bocetos y dibujos de baja calidad, que se comerciaban fácilmente gracias al deseo de aparentar de la nueva y adinerada burguesía de la época. Se definió como pretencioso, vulgar y nada elegante, pero a principios del siglo xx tuvo un gran éxito. Esta tendencia se hizo más fuerte en California con la llegada de una generación de nuevos ricos emigrantes provenientes de la industria cinematográfica. En su intento de imitar a la nobleza europea, construían y decoraban sus nuevas mansiones en Estados Unidos, mezclando a lo loco estilos tan diferentes como el gótico, el barroco o el rococó con antigüedades chinas y tapices medievales.

Como corriente artística, lo *kitsch* para unos es sinónimo de elemento decorativo y carente de contenido, mientras que para otros puede utilizarse para mostrar la ironía como forma de crítica social. Aun así, el espíritu *kitsch* está de plena actualidad y se ha extendido a otros ámbitos como la moda, el cine, la música y la decoración.

En este sentido, existe una anécdota muy curiosa: Koons regaló una gigantesca escultura a la ciudad de París en homenaje a las 130 víctimas de los atentados de noviembre de 2015. La obra, de bronce, acero inoxidable y aluminio pulido, que representa una mano que sostiene un ramo de globos de

brillantes colores en forma de tulipanes, se convirtió en un regalo envenenado.

El regalito, de 11 metros de altura y un peso de 33 toneladas, traía consigo una serie de condiciones. La primera era escoger el emplazamiento, para el que el propio artista proponía un lugar excepcional: nada más y nada menos que el patio al aire libre entre el Museo de Arte Moderno y el Palais de Tokio, situado muy cerca del Sena y con vistas a la Torre Eiffel. Pero el Ayuntamiento de la capital francesa denegó esta petición, pues aducía «riesgos técnicos y patrimoniales». Además, la escultura traía más letra pequeña: Koons regalaba la obra, pero no su producción e instalación que, estimadas en 3,5 millones de euros, correrían por cuenta de la ciudad agraciada con su obsequio. Aunque esta cantidad fuera sufragada por una iniciativa privada (como se ha propuesto), ya sabemos que las actividades de mecenazgo están ampliamente desgravadas, por lo que parte de los costes terminarán siendo pagados por el contribuyente.

Este incómodo regalo fue inmediatamente rechazado por gran parte del mundo de la cultura en Francia, al que no convenía mucho su estética y nada sus intenciones. Una petición firmada por 23 personalidades del arte y la cultura, como el arquitecto Dominique Perrault, el cineasta Olivier Assayas, la coleccionista Marin Karmitz o el artista Christian Boltanski, exigía que la escultura no se instalase, y afirmaba: «Nos gustan los regalos cuando son gratis y sin condiciones» y describía la obra como: «Un emblema de un arte industrial, espectacular y especulativo». Además, este malestar se confirmaba con un sondeo realizado por la publicación *Le Quotidien de l'Art* entre más de seiscientos profesionales franceses de la cultura. El resultado fue contundente: un 98% rechazó la obra, y calificaban la donación de oportunista, interesada y cínica. Aun así,

tras dos años de polémica, París terminó tragando y encontró un hueco para instalar la obra junto al Petit Palais, un palacete construido para la Exposición Universal de 1900, pegado a los Campos Elíseos y a la Embajada estadounidense. Parece que al final Koons se volvió a salir con la suya.

La tónica general en los últimos años de su carrera ha sido la realización de numerosas exposiciones individuales y colectivas, premios y reconocimientos, campañas publicitarias con su foto sonriente, y será fácil toparnos con obras suyas en colecciones permanentes de museos de todo el mundo. Es importante destacar, sin embargo, que dentro del consejo asesor de algunos de estos museos, que compran y exponen sus obras, se encuentran varios de sus coleccionistas y galevistas, y con esta estrategia se aseguran que su cotización se mantenga o incluso aumente. Jeff Koons, al igual que hemos visto en el caso de Hirst, forma parte de ese grupo de artistas fieles y serviles al mercado, artistas con el propósito de amasar grandes riquezas sirviéndose de la especulación y de la ayuda de las instituciones museísticas, que también quieren parte del pastel.

El hecho de que un artista sea muy bueno, debido a su gran técnica, sensibilidad, innovación o espíritu crítico, no garantiza que llegue a la cima del éxito. Esto se debe a que en algunas ocasiones el criterio artístico queda relegado en favor de intereses mercantiles. La escultura más conocida de Koons, *Balloon Dog (Orange)*, es un perro realizado con globos, como lo haría un payaso en una fiesta de cumpleaños, convertido en una escultura de acero inoxidable recubierta en color naranja brillante. Esta obra de más de 3,5 metros de altura se vendió por la friolera de 58,4 millones de dólares en una subasta de Christie's, en la ciudad de Nueva York. Este perro hinchable de color naranja rompió, con su venta en 2013, el récord mundial

y se convirtió en la obra de arte más cara jamás vendida en una subasta por un artista en vida, con lo que desbancó a Damien Hirst. Hasta noviembre de 2018, Koons ostentó el primer lugar como el artista vivo con la obra más cara vendida, fecha en la que el pintor David Hockney le arrebató su récord con su obra *Portrait of an Artist (Pool With Two Figures)* que alcanzó en subasta la histórica cifra de 90,3 millones de dólares. Jeff Koons, sin embargo, volvió a recuperar su ansiada corona con su obra *Rabbit*, puesto que, en mayo de 2019, Christie's subastó un llamativo conejo metálico realizado en acero inoxidable con el que marcó un nuevo precio récord para un artista vivo tras venderlo por más de 91 millones de dólares. Aunque en los ojos de Koons parece que siempre hay un símbolo de dólar (\$), él siempre reitera que el arte nada tiene que ver con el dinero. Algo que no nos creemos mucho, aunque afirme que «El valor del arte no tiene nada que ver con la economía, sino con su capacidad de ser y transmitir vida. El arte puede dialogar con todas las Humanidades: Filosofía, Sociología, Psicología y Estética. Quiero decir, que todo el mundo se abre ante el arte y eso es lo que tiene valor».

Como hemos visto en su perro-globo, el tamaño para Koons sí importa. Las dimensiones de sus piezas son gigantescas y los materiales utilizados, carísimos. Otro ejemplo es su obra *Play-Doh*, en la que trabajó durante veinte años (sí, veinte), y que emula el material maleable con el que juegan los niños pero con cuatro metros de altura. Este montón de plastilina a escala Koons es otra de sus obras que cotiza a un precio desorbitado, con muchas críticas y detractores por ello. La polémica, que en ningún momento deja de perseguir a Koons, es también una de sus armas de autopromoción. Como decía Salvador Dalí: «Que hablen bien o mal, lo importante es que hablen de mí».

Por supuesto, también cuenta con varias demandas por derechos de autor. Recientemente ha sido condenado por plagiar en su escultura *Fait d'hiver* (1988) un anuncio publicitario de la marca de ropa Naf Naf realizado en 1985, y ha tenido que pagar daños y perjuicios a los titulares de los derechos de la imagen. Prácticamente la única diferencia que podemos ver entre una obra y otra, donde aparece una mujer tumbada en la nieve junto a un cerdo que viene a rescatarla con un barril en el cuello (se supone que lleno de aguardiente), es que la de Koons es una escultura a color, y la original, una fotografía en blanco y negro. Ya le había sucedido algo parecido en 2017, cuando cruzó la delgada línea entre la inspiración y el plagio. Su porcelana *Naked* resultó ser una copia de una fotografía de Jean-François Bauret. La escultura realizada en porcelana representaba a un niño y una niña de unos ocho años desnudos, prácticamente iguales y en la misma pose que la fotografía plagiada. Pero así es Jeff Koons: criticado por unos y alabado por otros.

Anish Kapoor

La avaricia, en su afán por poseer cuanto más mejor, además de la cantidad busca en ocasiones la exclusividad. No solo vale tener mucho, sino también ser el único que lo posee. Y, aunque parezca una broma, esto sucede con materiales como los colores en el mundo del arte. El artista Anish Kapoor (Bombay, 1954) desarrolló hace un par de años, en colaboración con una empresa aeroespacial, un material capaz de absorber un 99,96% de luz: el negro más negro del mundo. El color, llamado *Vantablack*, además de ser un gran descubrimiento, se convirtió en algo así como «mi tesoro», ya que inmediatamente el artista lo patentó para su uso en exclusiva.

DATO CURIOSO

Vantablack

El *Vantablack* es una sustancia hecha a partir de nanotubos de carbono, estructuras tubulares con un diámetro de una millonésima parte de un milímetro, que se encargan de absorber hasta un 99,965 % de la radiación de luz visible. Esta sustancia abre nuevos horizontes con sus múltiples aplicaciones, más allá de la pintura y la escultura, como el camuflaje de aviones espías o la absorción de la luz no deseada en telescopios y cámaras espaciales. Supone un importante descubrimiento, ya que puede imprimirse en cualquier superficie, ocultar todo rasgo volumétrico con su poder de absorción lumínica y lograr que sea extremadamente difícil distinguir las formas de un objeto tridimensional, pues hace que parezca ser totalmente plano. Esta nueva plástica de la oscuridad solo podrá utilizarse para equipos aeroespaciales, fines militares y en las obras de Anish Kapoor. El artista compró los derechos de uso exclusivo del pigmento más negro que cualquier negro para fines artísticos por una suma desconocida.

Pero ¿qué razones llevan a un artista a obrar así, guiado por una mentalidad más propia de la ingeniería industrial y el desarrollo de producto que del mundo artístico? Si algo queda claro, es que Anish Kapoor patenta este material para que nadie pueda utilizarlo en círculos artísticos e impedir así que su discurso y su negocio se vean perjudicados. Él afirma que lo ha patentado porque se trata de un proyecto en el que lleva trabajando varios años y aún está en fase de experimentación, pero detrás de sus excusas resuena el eco de palabras como «competitividad», «mercantilismo» o «monopolio».

El artista angloindio, con la compra en exclusiva de los derechos de este pigmento negro como un tizón, ha puesto

en pie de guerra al mundo del arte. Sus compañeros de profesión lo ven como un acto egoísta sin igual en el sector artístico, donde todos los colores se comparten. Ven totalmente injusto que Kapoor sea el único artista que pueda pintar con la sustancia más oscura que se conoce. Ya se sabe: compartir es vivir.

Pero, aunque pudiera parecérselo, Kapoor no es pionero en esto de monopolizar colores. En 1960 el creador francés Yves Klein patentó un azul mate conocido desde entonces como *International Klein Blue (IKB)*. Sin embargo, el ejemplo de Klein dista del de Kapoor, ya que el primero patentó su azul sin darle exclusividad y poniéndolo al alcance de los demás artistas (aunque existan intereses económicos de por medio), mientras que Kapoor ha adquirido el pigmento con la restricción de que solo él pueda utilizarlo para fines artísticos. ¿Es ético que un artista tenga el control de un color? La respuesta ante este monopolio no se ha hecho esperar. El artista británico Stuart Semple ha lanzado al mercado su propia marca de pigmento rosa, el más rosa que se conoce actualmente. Esta pintura está al alcance de todo aquel que lo desee menos de Kapoor, ya que, cuando vas a comprar la pintura, que está disponible en venta *online*, es obligatorio firmar una declaración legal al final de tu compra en la que firmas que no eres Anish Kapoor y que no estás afiliado en ninguna forma a él ni estás comprando el artículo en su nombre. Semple eligió desarrollar el color rosa como antítesis de *Vantablack*. Su rosa refleja la luz hasta convertirse en casi fluorescente. El pigmento *PINK*, de Semple, refleja la luz, mientras que el de Kapoor lo absorbe. Prohibir solo a Anish Kapoor la compra de este pigmento es una cucharada de su propia medicina en toda regla. Pero la réplica de Semple a Kapoor no ha parado aquí, pues en su colorida guerra ha continuado desarrollando otros

pigmentos como el verde más verde y el *Black 2.0*, que presume de ser la pintura más negra del mercado. Este acrílico mate y plano da un aspecto similar a *Vantablack*, pero no es el negro más negro del mundo... Ese solo es de Kapoor.

Anish Kapoor, indio de nacimiento y británico de adopción, dejó su India natal a los dieciséis años para estudiar ingeniería en Israel. Pero como las matemáticas no eran lo suyo, a los seis meses abandonó la idea y se matriculó en Bellas Artes en Londres, ciudad en la que comenzó a dar sus primeros pasos en el arte, sin saber que su fama le llevaría hasta ser nombrado *sir*. En 1991 fue el ganador del prestigioso Premio Turner, su obra se ha expuesto en museos como la Tate Modern o la Royal Academy of Arts y viajado a ciudades como París, Chicago, Río de Janeiro, Nueva York, Buenos Aires, Tokio, Ámsterdam, Milán o Tel Aviv. Su país adoptivo ha sabido proyectar su obra por todo el mundo y lo ha hecho hasta en el pasaporte británico, donde las esculturas de Kapoor ilustraron las páginas de su edición de 2015 bajo el lema «iconos de la cultura». Su obra, llena de espectacularidad y gran formato, juega siempre con el observador mediante la simulación y lo ilusorio, y para elaborarlas utiliza objetos que se encuentran bajo el suelo, realiza obras con apariencia cárnica, piezas que reflejan el entorno, lo voltean o presentan un espacio sin fondo. La mayoría de las esculturas de Kapoor se convierten en instalaciones, y así completan y definen su significado. El arte contemporáneo ha transformado lo plástico en instalativo y ofrece a su consumidor una experiencia artística, algo de lo que se vale Kapoor para jugar con lo ilusorio. Además, para ello el artista cuenta con un arma única: su color negro, que hace desaparecer todo rastro de volumen en sus instalaciones artísticas y esculturas. Una forma de sorprender y descolocar al espectador.

DATO CURIOSO

Instalación artística

En el mundo del arte, las instalaciones ganan adeptos día a día y su presencia en museos, ferias, galerías y colecciones es cada vez mayor. Un género que surge en la década de 1960 y se caracteriza por desplegar diversos elementos en un espacio y un tiempo predeterminados.

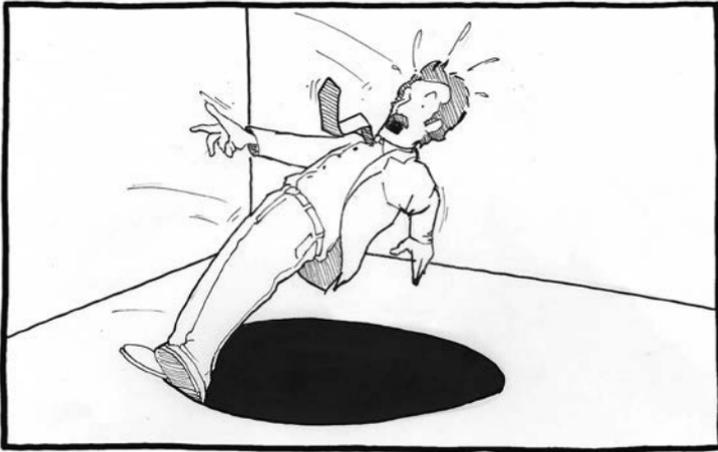
Por su carácter instalativo, en la mayoría de las ocasiones se trata de obras temporales o efímeras, ya que se suelen realizar específicamente para un lugar y un determinado momento. De acuerdo con su concepto y contexto, puede valerse de todo tipo de materiales, medios físicos, visuales o sonoros; incluso en ocasiones se hacen acompañar por otras disciplinas artísticas como la fotografía, el videoarte o la *performance*, manifestación artística que está estrechamente unida a la interacción con el espectador. En resumen, utiliza cualquier medio para crear una experiencia que despierte sentimientos y reflexiones.

La instalación artística no solo es el montaje de diferentes objetos que intervienen un espacio, sino también son las ideas que concibe y presenta el artista junto a lo que esta provoca en la interacción con el espectador. Es una forma experimental del arte que, además de exhibirse en unas coordenadas espacio-temporales, saca un objeto de un contexto para situarlo en otro y le da una utilización estética.

Anish Kapoor califica de «sofisticada» su relación con el dinero. Afirma: «No podemos dejarnos seducir por el dinero. Hay artistas que acaban haciendo obra sobre dinero. Eso me aburre. El dinero simplemente forma parte del contexto en el que se desenvuelve tu obra. Nada más». Pero también asegura que el dinero no es solo una mera transacción, sino que influye en la forma de mirar. «Estás delante de una obra de cien mi-

llones y, además, de un picasso.» Y, como no podía ser de otro modo, Kapoor también tiene un mantra que repite como uno de sus principios básicos: un artista debe tener una gran ambición. Afirma que, sin ella, no merecería la pena dedicarse a la creación. Ambición por investigar, descubrir, crear..., pero también por poseer más y más.

No quisiera despedirme de este artista sin antes contar una de las anécdotas más divertidas de la historia del arte contemporáneo, y es que en ocasiones lo ilusorio se vuelve de lo más real, y si no, que se lo cuenten a un hombre italiano de sesenta años que fue engullido por una de las obras de Anish Kapoor. La obra «devora visitantes», llamada *Descenso al Limbo*, se trata de un cubículo cuadrado en el que destaca un amenazante círculo negro en el suelo. El agujero, que parece interminable, surge del interés de Kapoor por reflexionar sobre la dualidad entre luz y oscuridad, interior y exterior, contenido e infinito. Lo que ocurrió fue que uno de los visitantes del Museo Serralves de Oporto quiso acercarse demasiado a la obra y cayó, literalmente, en el interior de la pieza. La instalación en cuestión, perteneciente a la exposición *Anish Kapoor: Obras, Pensamientos, Experiencias*, instalada en el Museo y el Parque de la Fundación de Serralves hasta enero de 2019, contaba con dos metros y medio de profundidad y estaba pintada a conciencia con *Vantablack*, lo cual creaba la ilusión de un abismo sin fin. El visitante, hospitalizado tras su traspie, tal vez quería resolver el misterio de si el círculo negro era realmente un pozo sin fondo o un trampantojo improvisado por el dueño del negro más negro sobre la faz de la Tierra, pero la comprobación le salió un poco cara. Aunque había carteles que advertían de que se trataba de un agujero real y que no se intentara caminar sobre él, la obra no contaba con vallas ni protección para el visitante, pues esto rompería la condición efectista y



minimalista de la instalación. La pieza recuerda una de esas trampas que siempre le salían mal al Coyote cuando intentaba atrapar al Correcaminos en la mítica serie de dibujos animados *Looney Tunes*. Hoy en día parece que acudir a un museo se ha convertido en un deporte de riesgo en el que deberían existir señales de «¡Precaución! ¡Obra de Anish Kapoor! ¡Peligro de accidente!».

Como has podido ver, la avaricia está más que presente en el arte más actual. Convierte al artista en una marca, al mercado en un ambiente de pura especulación, a la obra en símbolo de estatus social y, en definitiva, al arte en un negocio del que solo podrán lucrarse los más avaros.