

EL MUNDO DE LAS SUBASTAS

Los amantes del arte no suelen ser conscientes de que hoy, en su contemplación y aprecio de las obras artísticas, interviene un factor económico que altera y enturbia su juicio y su gusto hasta extremos difíciles de sospechar. Los orígenes de esta situación son bastante complejos, pero en todo caso podemos remontarlos a la ascensión al poder de la burguesía, con los inicios del capitalismo. Algunas de las actividades artesanas que contienen en mayor o menor medida ingredientes estéticos son incitadas entonces a trabajar con una nueva conciencia de su labor. Sus pinturas, imágenes, muebles, cerámicas, trabajos en oro, plata o bronce no irán ya sólo a quedar inmovilizados en un templo o en la casa de un gran señor; la pintura mural se transformará en cuadro, la escultura descenderá del tímpano y la peana, y los buenos burgueses estarán dispuestos a costear, con el tiempo, todo aquello que esté considerado

una buena obra de arte. La pintura y la escultura, especialmente, se valorarán ante todo —o al menos se creará así— por sus valores estéticos y, despojadas ya de toda función «útil», serán susceptibles en mayor medida de transacción mercantil.

Ahora que nos sorprendemos por las altísimas cifras que alcanzan

zación y los nuevos sistemas de comunicación aceleran el proceso. La obra de arte, con su carga de estética pura, será del exclusivo dominio de la burguesía. La gran masa del pueblo, en estos momentos en que, con el desarrollo industrial, desaparece el arte verdaderamente popular, queda a merced de los nuevos medios de comunicación,

historia, está adulterado desde su raíz. De ello no escapa, antes al contrario, el arte de vanguardia.

Desde que la obra de arte sale de las manos de su creador hasta que entra en el museo —que es su destino último— pasa por un recorrido cuya extensión dependerá del ritmo del mercado.

Se dan aquí muchas similitudes con la bolsa de valores, incluso en aspectos formales o anecdóticos. La fijación de los precios y su movilidad responde a razones semejantes, las cotizaciones son publicadas periódicamente, existe una prensa especializada e incluso anda por medio un factor psicológico, como es el del juego, que interviene, y no poco, en las operaciones. Referencia especial merecen las subastas, que sirven, por un lado, de barómetro sobre las aficiones del público y situación del mercado, y por otro, a través de pujas preparadas, contribuyen a crear o sostener valoraciones artificiales. Una nota que

JOSE CORREDOR-MATHEOS

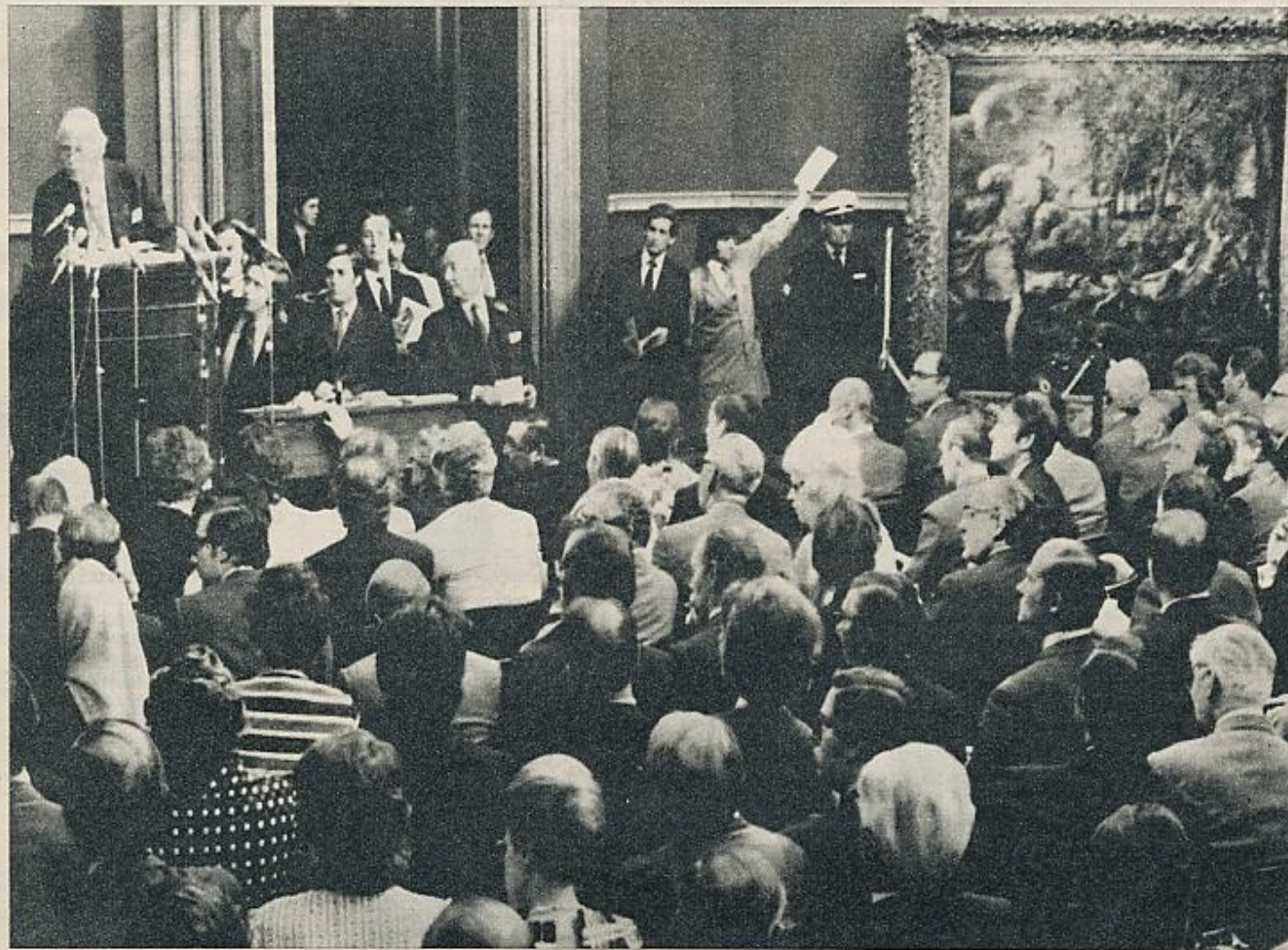
muchas obras artísticas, nos conviene recordar, por ejemplo, el precio pagado por Francisco I por «La Gioconda», de Leonardo: 4.000 escudos, que en 1969 cabía estimar como equivalentes a unos veintidós millones de pesetas, cantidad que nos habla con claridad de la importancia que esta consideración del arte tenía en aquella época.

En el siglo pasado, la industrial-

los cuales se encargarán de abastecer, en su caótica y a la vez calculada producción, a un importante sector que no sólo comprende el proletariado, sino, en forma creciente, amplias capas de la clase media.

En nuestra época, el arte se ha convertido ya en mercancía. Se estiman, en primer lugar, por su valor de cambio, y todo, incluida su

Nunca las subastas habían estado tan de moda. Por «La muerte de Acteón», de Tiziano, subastada en la famosa sala Christie's, de Londres, se pagaron cuatro millones treinta y dos mil dólares.



EL MUNDO DE LAS SUBASTAS

distingue a este tipo de inversiones es que los Estados no las gravan con impuestos, lo que supone un alivio que permite una más desahogada operatividad, e incluso un fuerte incentivo.

A semejanza de otros sectores económicos, el mercado del arte tiende también a estructurarse monopolísticamente. Existen ciertas redes internacionales que controlan los precios, que los fijan y los procuran mantener, sosteniendo a los artistas que ha lanzado como si se tratara de otro valor cualquiera. Y es superficial creer que todo este mecanismo está en manos de una especie de «gang» o gangs, lo que implica contemplarlo con ojos románticos, ya que nos hallamos ante la forma suprema de monopolio que significa, en el sentido económico del término, la coalición.

Aunque las galerías controlan el conjunto del mercado, son bastantes los artistas —sobre todo entre los situados— que actúan por su cuenta, en parte a través de intermediarios, pero decidiendo ellos sobre la venta desde el taller. Esto no supone en el fondo una alternativa, ya que podría decirse que estos artistas actúan de marchantes de sí mismos. Las leyes que gobiernan este mercado y las fluctuaciones de alzas y bajas, así como las demás circunstancias, influyen naturalmente como en los demás. Este tipo de actuación sólo es posible además en artistas con una psicología apropiada, no tan rara, sin embargo, como parece.

Creación de la demanda

La demanda es creada artificialmente. Porque puede decirse que no existe un verdadero público comprador que sostenga este mercado. Las compraventas se llevan a cabo principalmente entre galerías, que, de acuerdo con su carácter monopolístico, se inclinan a acaparar obras de aquellos artistas que les es posible. Por otra parte, mantienen una comunicación permanente, y las obras pasan de unas manos a otras, dejando a todos beneficio. Cuando la obra cae en manos de un coleccionista o se consigue colocar en un museo —esta última es la mejor meta—, todos exhalan un suspiro, que es a la vez de alivio y de pena. Porque si bien se ha colocado definitivamente la obra —nadie quiere, en realidad, quedársela—, la benéfica rueda a que daba lugar ha concluido.

Es preciso crear constantemente nuevos valores —o, llegado el caso, repescar a artistas y movimientos históricamente obsoletos— y es obligado que el artista recién ingresado en el juego sea valorado en

seguida a la altura de los consagrados. Y que los nuevos valores tengan la condición de lo único, aunque lo cierto es que existen otros artistas que hacen lo mismo, acaso mejor; al igual que en los detergentes o los productos farmacéuticos, la publicidad se encarga de demostrarnos que aquello que es en rigor idéntico a lo ya existente es algo rigurosamente nuevo. También es necesario que la mercancía sea renovada constantemente. Las tendencias son periódicamente sustituidas por otras, con lo cual se asegura el encajamiento del arte en el orden general del consumo; esto es posible gracias a la vanguardia y su dinámica constante, lo que deja claro el origen burgués del movimiento moderno.

Las confrontaciones internacionales son cada vez más frecuentes. En general se aspira a que sea el museo el que sancione y consagre la importancia de una gran «muestra», pero no existen problemas de pudor —por otra parte inútiles—

para que se organice un gran salón en el cual son las propias galerías las que seleccionan directamente a los artistas que han de estar representados —lo habitual es que esta selección sea indirecta, a través de delegados, críticos, etcétera—. Esta información casi permanente que facilitan los salones internacionales, así como las revistas especializadas —cuyo papel es capital en la promoción de los artistas—, tiene al día sobre lo que ocurre a los artistas de países más alejados. Esta renovación proporciona hoy, con la aceleración alcanzada, un abanico amplísimo de variedades, ya que las tendencias más diversas y contradictorias se superponen. En este juego, los artistas situados no se ven forzados a evolucionar tan rápidamente, precisamente porque mantienen esta posibilidad de un mercado amplio y diversificado. Por el contrario, el lanzamiento adecuado de una nueva tendencia consolidada y viene a convertir en «histórica» y, por lo tanto, en económica-

mente más «segura» la tendencia anterior.

El museo es la meta de la obra de arte, tal como la solemos entender. Esto, que a primera vista podría sorprendernos, dado el carácter que en principio se confiere a estas instituciones, es fácil de comprender. El museo convence al comprador, otorgando la sanción de la historia. Además, en este juego, la trayectoria termina en el museo. La obra de arte no está destinada a quedar siempre en la compraventa constante realizada entre las mismas galerías, pero tampoco, a la larga, en las colecciones privadas. Sea por compra, lo que no es demasiado frecuente (pocos museos, sobre todo estatales o municipales y, en general, de origen público, podrían llenar sus salas sólo con obras compradas a los precios del mercado), o por donación, o por simple depósito, la pintura o la escultura de importancia está llamada a terminar sus días en esa institución. Dada la concepción del arte a que responde, con su evidente falta de lazos con la colectividad, esto es lo más lógico; más aún si tenemos en cuenta que el museo no es tampoco una entidad verdaderamente integrada en la vida social más amplia y profunda. El museo mismo, tal como está concebido hoy, está en función de esa obra de arte. Adorno lo ha entendido así, al ver en el museo una contemplación desinteresada, que es la neutralización total del hecho estético, su calculada deyección en un limbo de inútiles y no tan ingenuas inocencias.

El museo termina neutralizando —no devorando, que implicaría una pasión que no conjuga con su frialdad— las obras de arte y, con ellas, todos los movimientos de vanguardia que con mayor ardor lo han combatido, como el futurismo o el dadaísmo. El museo es, pues, la consagración del valor de cambio y el último eslabón de la cadena mercantil del arte, su culminación y, digamos, su cumplimiento.

El coleccionista

Al principio, el diálogo entre el vendedor y el «amateur» no era descartado: se hablaba exclusivamente de valores artísticos y lo cierto es que por parte de todos existía un considerable aprecio —naturalmente variable, según los casos— de dichos valores. Pero actualmente las referencias económicas están generalizadas, y suelen ser el factor que más cuenta al comprar. Es decir, una obra puede gustar, pero se comprará si se espera hacer una buena inversión, y se comprará de todos modos, aunque no guste, si existe esa expecta-

Una de las cimas del mercado del arte es el escultor británico Henry Moore, a quien vemos aquí durante una exposición de su obra en la londinense Tate Gallery.



tiva. Con todo, de manera pública, se valorarán principalmente los valores estéticos y culturales, esenciales para el mantenimiento del juego.

El modelo del coleccionista, en estas circunstancias, ha cambiado mucho en las últimas décadas. Ha nacido, por ejemplo, un tipo cruzado de especulador que rompe la imagen del coleccionista que predomina hasta ahora. Es cierto que, desde el arranque del arte moderno, se han dado casos, importantes, de marchantes que han comenzado como «amateurs»; pero es evidente también que hoy, al margen de las galerías, cada vez más profesionalizadas, se da un tipo de aficionado que, además de reservarse una parte, no siempre fija, de su colección, actúa como marchante francotirador, debido en gran parte a la falta de regulación legislativa específica.

La burguesía ofrece una masa muy poco homogénea de posibles compradores, y las galerías deben estudiar a fondo la psicología de sus clientes para dar la respuesta adecuada. Por un lado deberán especializarse no sólo en arte antiguo o arte actual, sino en tendencias y niveles de precios. Las enormes diferencias que separan unas galerías de otras las divide de modo que existirán entre unas y otras distancias equivalentes a las que recordaremos entre las clases sociales. Y para un artista, entrar en una galería u otra le otorga, muchas veces, desde el principio un status socioartístico.

El papel del artista

Al artista no lo podemos considerar como productor en un sentido económico, sino asignarle, con Antonio Montaña, el papel mucho más justo y realista de alienado. Su obra creativa no se puede decir, pues, que nazca en las circunstancias más favorables.

He aquí —interpretado por Alain Jouffroy— el discurso que los marchantes dirigen a sus pintores: «Permaneced en vuestra manera de hacer; no cambiéis más que en la medida en que se orienten previsiblemente las corrientes actuales de la pintura; nada de demasiadas ideas, eso es literario; estilizad vuestra audacia, hacedme, pues, algo del mismo género y, además, algunos pequeños formatos fáciles de vender; en fin, vosotros veréis, la gente no sigue con facilidad la evolución de los pintores, algo identificable es hoy más evidente; las complicaciones, la angustia, las contradicciones, todo eso está ya



El modelo del coleccionista ha cambiado mucho en las últimas décadas. Ha nacido, por ejemplo, un tipo cruzado de especulador que rompe la imagen que predominaba hasta ahora. En la foto, Museo Lázaro Galdiano, importante obra de un coleccionista de tipo tradicional.

superado, es preciso ahora volver al «estilo». Sin embargo, a los jóvenes recién llegados se les exigirá lo contrario, que traigan la renovación que se les niega a los que podríamos llamar «senior»; que vengan con la marca de una de las tendencias últimas: de mañana por la mañana, si es posible, de modo que todo, conservación y renovación, Vishnú y Siva, se complementen del modo más satisfactorio.

La relación entre el artista y el marchante es de índole muy particular. Frecuentemente, el marchante se convierte, por necesidad y con margen variable de vínculos afectivos, en confidente del artista, «public relations» autorizado, secretario, asesor, psicoanalista, consejero amoroso y guía espiritual. Y todo ello, bien entendido, asentado en las sólidas bases de unos vínculos de tipo económico. En muchos casos, estas relaciones comienzan con la carrera del artista, a quien el marchante ayuda en momentos en que todavía no vende nada o muy poco, comprándole obra a bajo precio. No hay que despreciar los casos en que, por un afecto o simpatía real, el vendedor ayuda con un margen de desinterés al novicio. Puede descubrirse aquí a veces la vanidad y la esperanza de la propia justificación, ya que se confía en que aquel artista inexperto llegue a alcanzar la categoría de gran artista, con lo cual la gloria descenderá conjuntamente para ambos; a veces, esta actitud, que podríamos llamar romántica, movida por complejas razones psicológicas, con su

posible lado luminoso incluso, pesa más que el exclusivo interés económico. Sería arriesgado dar porcentajes, pero son más de los que parecería a simple vista los casos de «debilidades» de este tipo: quizá en cada marchante se den, al menos, tentaciones de este tipo. Pero son, éstas, cuestiones marginales que no cuentan en el conjunto de las relaciones mercantiles.

Habitualmente, cuando la persona interesada en arte comenta todos estos problemas, cae en la ingenuidad y en la ligereza de buscar culpables concretos. Los culpables son los artistas, piensa; o, más frecuentemente, la culpa es por entero de los marchantes. No se suele cargar ninguna a los compradores, que ejercen su papel como los demás. En realidad, todas estas disquisiciones responden a exámenes superficiales. Los actores de esta tragicomedia se limitan a interpretar el papel que les ha asignado el sistema económico social.

¿Es posible con todo reservarse una zona íntima, en que se pueda actuar libremente? He aquí un gran tema de meditación. Es posible, acaso, si no nos hacemos demasiadas ilusiones sobre su acción exterior a la obra misma, si somos conscientes de que estamos operando no sólo dentro de un determinado sistema, sino con conceptos y vocabulario creados por él. Todo lo demás, ese triunfalismo con que se suele enfocar a veces el problema, es sólo bueno para acallar las buenas conciencias e ignorar, también en esto, la realidad más evidente.

Sucedáneos de la «obra de arte»

Las posibilidades de un arte para todos en este contexto son prácticamente imposibles con los procedimientos artesanales que emplean la gran mayoría de artistas. Requeridos para realizar obras únicas por el mercado, dejan de lado las posibilidades que les ofrece la gran industria, que permitiría la repetibilidad necesaria. Dentro del mercado actual se han hecho intentos con el grabado —la litografía, sobre todo— y con lo que se conoce con el nombre de «múltiples». Pero, sobre todo con los grabados, las ediciones han sido acaparadas a veces de salida por los especuladores, que han frustrado las posibles buenas intenciones de abaratar el producto artístico al ampliar el número de ejemplares. Y sentimos tentaciones de lamentarnos por ello, como si hubiesen existido realmente posibilidades de que tal proyecto permitiese la creación de un mercado artístico popular, pero no hay que hacerse ilusión alguna al respecto.

Los grabados o la obra sobre papel de un artista sufre a veces una relativa desvalorización, debido a la necesidad, por parte del sistema monopolista, de controlar la producción: de este modo, la obra «menor» que libremente contrata el artista con diferentes editores de obra gráfica pasa a segundo plano —salvo los casos de que se logre un efectivo acaparamiento—, mientras se aumentan fuertemente los precios de los cuadros y, en general, de las obras únicas cuya adquisición y venta están absolutamente controladas.

Con los múltiples, la cosa no ha ocurrido exactamente igual, si bien tampoco puede considerarse un éxito, sobre todo teniendo en cuenta su pretendida función social. No hay que olvidar que todo está dispuesto para que se aspire a la obra única; en el grabado esto era en cierto modo posible, ya que, sobre todo por parte de los entendidos, se reconoce a estas técnicas tal condición; pero no así en el múltiple. El múltiple no «llena», no encierra símbolo alguno, no puede ser promovido como signo de prestigio social. No podemos esperar que, en las circunstancias actuales, el múltiple vaya a cumplir una función verdaderamente social, y nadie estará dispuesto a ver en él sino un sucedáneo de la «auténtica obra».

El mercado no sólo tiene interés por la venta misma de obras originales o sucedáneos suyos —que es el objeto fundamental—, sino también por industrias auxiliares, que permiten acceder a este mercado y

EL MUNDO DE LAS SUBASTAS

al mundo del arte al gran público consumidor. Este percibe, aunque sea muy indirectamente, el resplandor del arte y de algún modo se investe de su prestigio: frequentadores de museos —que justifican su existencia—, lectores —o, mejor, compradores— de libros de arte (industria auxiliar que ejerce un indudable papel de difusor del arte, al tiempo que cumple un papel publicitario), compradores de reproducciones, etcétera.

Algunas cifras y otros datos

Actualmente se dispone de abundante información sobre las ventas públicas efectuadas en el mercado artístico, así como de las compras efectuadas por los museos. Gracias a ello podemos disponer de cifras muy ilustrativas sobre su movimiento, que ha crecido extraordinariamente en los últimos años. «¿Qué valor de bolsa —se preguntaba ya en 1959 Maurice Rheims— puede ser comparado a "Bouquet de fleurs", de Vlaminck, que pasó de 600 francos en 1920 a 500.000 francos en 1950 y a cinco millones en 1959?». En la mayor parte de las fuentes, las cifras de los artistas andan barajadas con las de pintores de otras épocas, y si bien éstos han ido mucho más lejos en la apreciación económica, ahora se están dando ya cifras muy altas, sobre todo en los impresionistas franceses, que el público de todas clases ha aceptado plenamente. Las razones de que una obra alcance un precio u otro no siempre pueden presumirse con claridad. Intervienen demasiados factores: apreciación tradicional del artista, rareza, moda, coyuntura del mercado, características de la obra de que se trate...

El «boom» artístico ha incitado a participar en él a muchas personas hasta ahora ajenas al arte. Hombres de negocios y grandes empresas —petróleos, Bancos, seguros, etcétera— destinan cantidades importantes para este fin, no sólo para invertir, sino también con el objeto de crear una imagen noble y digna. A pesar de que hacia 1962 se haya producido internacionalmente una cierta vuelta a la prudencia en este terreno, en 1968, las ventas concertadas durante el año ascendían a la suma de 83.500 millones de pesetas, que, teniendo en cuenta además las ventas no registradas y todo aquello que, por una razón u otra, se ha ocultado, es una cifra muy respetable.

La disminución en las ventas de arte abstracto producido en 1962 se consideró alarmante. La reacción inmediata fue al lanzamiento, por parte de ciertas galerías norteamericanas

—que tomaban así la iniciativa y confirmaban su poder— del «pop art» en la Bienal de Venecia de 1964 con un verdadero alarde publicitario, y poco después, para crear la necesaria bipolaridad, del

«op art». En ambos casos se trataba de tendencias nacidas en Europa, pero que eran utilizadas para dominar el mercado europeo, lo que parece una imagen deformada e irónica de lo ocurrido en otro orden

de problemas económicos, como el de las inversiones americanas en Europa con dinero europeo. Se ha producido así un cambio fundamental con relación a las décadas anteriores, en que el coleccionista norteamericano venía a comprar a París pintura europea. Actualmente, sólo Londres —y habría que saber el papel y las relaciones que existen también en este caso con sus hermanos anglosajones del otro lado del Atlántico— presenta un mercado artístico realmente importante.

Los artistas que quizá han disfrutado alzas más espectaculares son ciertamente los norteamericanos, que se han beneficiado de la situación de la economía de posguerra. Una tela de Pollock, que en 1954 costaba 8.000 dólares, se vendía ya en 1964 —momento en que se produce la decisiva influencia norteamericana— por 100.000, mientras una de Franz Kline, que se vendía en 1957 por 1.200 dólares, subiría en el mismo 1964 a 25.000. Más espectaculares son los precios que alcanzarían súbitamente, a raíz del Gran Premio de la citada Bienal, los cuadros de Rauschenberg y también los de Oldenburg y Jasper Johns, cuyas cifras veremos más adelante.

Una de las cimas del mercado del arte es el escultor británico Henry Moore. Veamos una muestra de lo ocurrido con su obra en este aspecto. Una escultura suya de reducido tamaño —una maqueta de las que amplía luego a gran tamaño— fue vendida en 1953 a una galería por 95 libras. En 1958, esta misma obra fue adquirida por 800 libras, para pasar seguidamente a un vendedor por la cifra de 950, el cual la hizo llegar a un marchante más importante, que pagó por ella la cantidad de 1.050. Finalmente, y cerrando por el momento el proceso, la escultura fue a parar a la colección de un industrial norteamericano, que la adquirió por 2.100 libras.

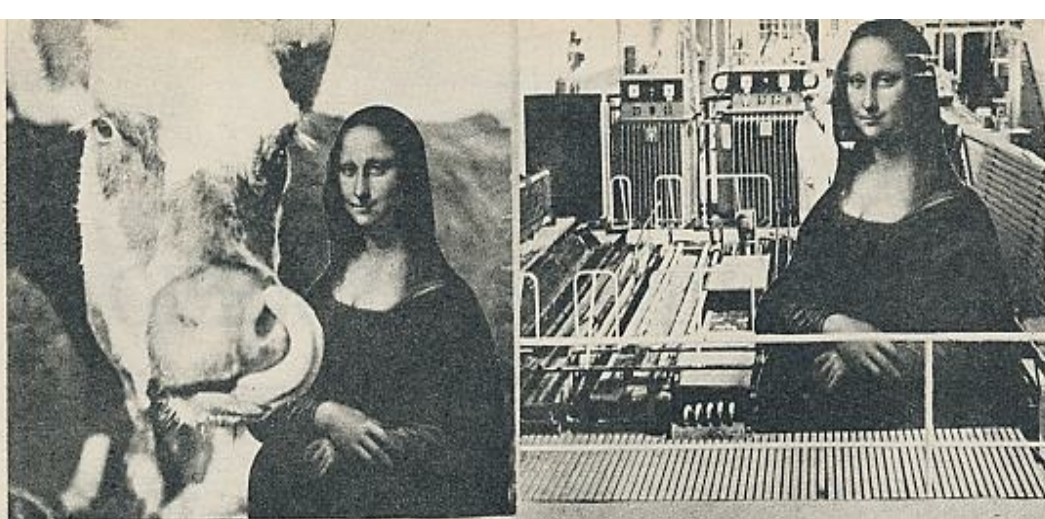
El examen de algunas de las listas facilitadas por las revistas especializadas nos permite conocer las cotizaciones de manera global. Bastará ver la lista que anualmente prepara la revista alemana «Das Capital», en colaboración con «Art Aktuell». El periodista Willi Bongard, de Colonia, aplica aquí el sistema especialmente inventado por él para calificar a los artistas según un complicado sistema de valoraciones que denomina «Art Compass». En la lista de los que denomina «Los cien magníficos» aparece en 1972 en primer lugar Rauschenberg, con 50.000/200.000 marcos y un precio por punto de 7.275. Le siguen otros dos artistas norteamericanos: Oldenburg (6.395) y Johns (6.370). Siguen Tinguely (6.290), y antes que artistas como Klein (5.750), Arman

El escultor francés César figura en uno de los primeros puestos de la lista de «Los cien magníficos», preparada por la revista alemana «Das Capital», en colaboración con «Art Aktuell».



Las serigrafías del polifacético y ex cineasta «underground» Andy Warhol, como ésta que representa a la actual señora Onassis cuando acababa de convertirse en viuda de Kennedy, alcanzan precios muy elevados.





A los jóvenes recién llegados se les exigirá que traigan esa renovación que se les niega a los que podríamos llamar «senior»; que vengan con la marca de una de las tendencias últimas, Interpretación de la «Monna Lisa» por el islandés Ferro.

(5.395), Warhol (5.350), Lichtenstein (5.135), Dine (4.860), Soto (4.730), Stella (4.680), César (4.365) y Christo (4.295), aparece un nombre menos conocido internacionalmente, como el alemán Beuys (5.760). Hay varios nombres en la lista que nada nos dicen, mientras los más están barajados de un modo que parece muy alejado de una valoración crítica aproximativa. Según se declara expresamente, a diferencia del sistema seguido entre 1960 y 1970 en la revista «Das Capital» de considerar las exposiciones en galerías privadas, se ha decidido a continuación hacerlo sólo a la vista de las exposiciones celebradas en museos (lo que explica la ausencia de algunos nombres, y hay que ha-

cer notar que no entran en consideración los artistas de generaciones anteriores).

Horizonte del mercado artístico

La situación ha llegado a un punto en que el mercado puede ofrecerlo todo. Al tiempo que la vanguardia y la teoría que la refrenda se muestra más exigente en cuanto a la pureza del dinamismo que le es intrínseco, el mercado se muestra más ecléctico, incluso dentro del mercado especializado en arte de última hora. El arte no es sólo mercancía, sino que es mercancía propia de la sociedad de consumo, y

su crecimiento como tal mercado está vinculado absolutamente a la tendencia inflacionista de la economía en general. Los peligros son, pues, los mismos que en los demás sectores económicos. Se han excitado los órganos productivos para atender la demanda, y se cierne el peligro de que, como en otros campos, se produzca una crisis de superproducción. Aunque Keynes, con toda seguridad, no previó ningún apartado especial para el mercado del arte, podemos hacer extensivo a éste las reglas que han soslayado hasta ahora el fenómeno de las crisis. La suerte del mercado del arte será, pues, la suerte general del sistema. Entre tanto, hechos como la inestabilidad monetaria y la caída del dólar no habrán creado una situa-

ción de peligro para el mercado artístico, y son muchos los que siguen considerando la obra de arte como un valor en cambio seguro, como algo dotado de un valor intrínseco que resistirá, en cierta medida, todos los embates.

En estos momentos, el mercado artístico capitalista se halla en una fase de fuerte ascensión. Aquí y allá se advierten reajustes que son también muestras de la acentuación de la política económica que lo caracterizan. Ahora, como efecto de la crisis del sistema monetario, se aprecia una inversión creciente en el arte, a todos los niveles. Sin embargo, la mayor seguridad que parece existir en este tipo de inversión es bastante aparente. Mientras la obra de arte se sostenía básicamente por los valores intrínsecos que se le atribuían, existía una cierta solidez, sobre todo a largo plazo, que es preciso reconocer. La crisis de 1929 proporcionó la constatación de esa relativa solidez de la obra de arte como inversión en relación con otros valores, al permitir a sus poseedores ventas a precios considerablemente más altos que el de compra. Sin embargo, debemos tener en cuenta que el mercado artístico no había entrado en la especulación de la actualidad ni se había producido esta desenfundada alza. Acaso no sea aventurado creer que el mercado no se hundirá absolutamente como tal, salvo si se produce una crisis mundial que afecte a todas las formas de creación humana o un paso decisivo del capitalismo al socialismo. Pero no cabe duda de que el arte forma parte del fenómeno general de la inflación, y por lo tanto, su seguridad no está debidamente respaldada. El valor artístico intrínseco —tan difícilmente mensurable en este sentido—, que podía equivaler al respaldo del patrón oro, queda casi ahogado o no existe en su mayor parte. La necesidad, angustiosa, obsesiva, de crecimiento constante, la advertimos también en el mercado artístico. Cuando las existencias de obras de arte antiguo, de impresionistas o de artistas modernos van disminuyendo o desapareciendo, al tiempo que se fuerza a los artistas vivos a producir más y más, se saca a la luz a artistas olvidados, vivos o muertos. Ahora puede ser el rescate del simbolismo o de los artistas «pompiers» del siglo pasado. Pero serán precisos más artistas, que ya veremos de dónde se sacarán, para que el proceso no se detenga. Parece que hoy no se viva más que para el arte, y hay quienes son tan ingenuos como para creérselo. Pero el arte, debajo de esta gigantesca máquina, de este macrocefálico artificio, corre el riesgo de desaparecer y busca por su cuenta una salida que no encuentra. ■ J. C.-M.