

EL FACTOR DE LA MULTIPLICIDAD EN EL MERCADO DE OBRA GRÁFICA CONTEMPORÁNEA

MULTIPLICITY AS A KEY FACTOR IN THE MARKET OF CONTEMPORARY PRINTS

MARGARITA GONZÁLEZ VÁZQUEZ

Universidad Complutense de Madrid

marggonz@ucm.es

Resumen: El coleccionismo de obra gráfica constituye un mercado fundamental en el mercado del arte. Dicho mercado está establecido dentro de parámetros rigurosos, y se manifiesta mediante la articulación de distintos agentes: galerías especializadas, editores, ferias específicas de gráfica, asociaciones profesionales, además de, por supuesto, coleccionistas particulares, comisarios y departamentos de museos y colecciones públicas y privadas en todo el mundo.

Por ello, se hace necesario entender cómo se consolida el interés y la influencia de un artista en dicho mercado, y analizar el carácter específico de la obra gráfica, especialmente en nuestra época contemporánea. Así, hablar de gráfica implica no sólo revisar sus extraordinarias posibilidades como difusor del lenguaje plástico, sino también cómo el mercado establece su valor en un contexto global.

Palabras clave: Multiplicidad, edición, gráfica, mercado, contemporáneo

Abstract: The graphic contemporary art collection constitutes a key market within the art market. This sector – fully established and replying to a very rigorous set of parameters - manifests itself via the articulation of various agents: specialized galleries, publishers, specific art fairs, professional associations, alongside, naturally, individual collectors, curators, museums, as well as public and private collections worldwide.

It is therefore necessary to understand how the interest and influence of an artist's work is consolidated through the market and to analyse the specific nature of the graphic work, especially in our contemporary times. Within these terms, talking about graphic art involves not only reviewing its extraordinary plastic possibilities but also how the market sets its value in a global context.

Keywords: Multiplicity, edition, printmaking, market, Contemporary

INTRODUCCIÓN. LA OBRA GRÁFICA CONTEMPORÁNEA EN EL MERCADO DE ARTE

Actualmente, la relación entre la creación artística y su asimilación por parte de la sociedad ha sufrido enormes modificaciones con respecto a cómo se ha producido históricamente la inserción de una obra de arte en el contexto social en otras épocas. Así, resulta apasionante analizar cómo el auge de una burguesía industrializada a partir del s. XIX ha ido favoreciendo la aparición de nuevos agentes y nuevos sistemas de distribución y comercialización de la obra de arte, ampliando los canales pero, también, especializándose según criterios cada vez más complejos.

De este modo, hoy por hoy, hablar de mercado implica revisar tanto los agentes implicados como la distribución e interacción en sus roles. Dichos agentes gestionan la aparición de un tejido de mercado, contribuyen a generar un interés, y esto posibilita que la producción artística se asimile tanto social como económicamente. Así, para comprender los mecanismos generales del mercado de la obra gráfica debemos, sin duda, analizar y redefinir los agentes implicados que se ocupan del mercado del arte en general, y en el de la gráfica en particular.

Para ello se hace necesario acotar el campo específico de análisis, es decir, el mercado de la gráfica contemporánea, ya que si bien ciertos canales y agentes son compartidos con el mercado general del arte contemporáneo, no podemos soslayar que el factor de la especificidad técnica y la posibilidad de la multiplicidad condicionan radicalmente la naturaleza de su inserción en el mercado. Hablamos en estas páginas desde la experiencia junto a Dan Albert Benveniste como editores activos en el mercado gracias a la labor realizada en Benveniste Contemporary, editor-taller de obra gráfica original cuyas producciones se cuentan en numerosas colecciones públicas (y privadas) como las que se destacan a continuación:

España:

· Banco de España, Madrid; Caja Granada, Granada; Colección DKV, Valencia; Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía (MNCARS), Madrid; The Phillips Morris Collection, Madrid.

Europa:

· Aarhus Kustmuseum, Aarhus, Dinamarca; Den Kgl. Kobberstiksamling, Copenhagen, Dinamarca; Deutsche Bank A. G., Frankfurt, Alemania; Horsens Kunstmuseum, Horsens, Dinamarca; Kastrupgaardssamlingen, Copenhagen, Dinamarca; Kunsthalle, Hamburgo, Alemania; Staalische Graphische Sammlung, Munich, Alemania; Statens Kunstfond, Copenhagen, Dinamarca; Tate Collection, Londres, Reino Unido; The Henry Moore Foundation, Londres, Reino Unido.

EEUU

· The Grunwald Collection, Hammer Museum, Los Angeles; JP Morgan Collection, New York; Museum of Modern Art, MOMA, New York; The New York Public Library, New York; Washington Museum of Art, Washington; The Whitney Museum of American Art, New York.

RESTO DEL MUNDO

· The National Gallery of South Australia.

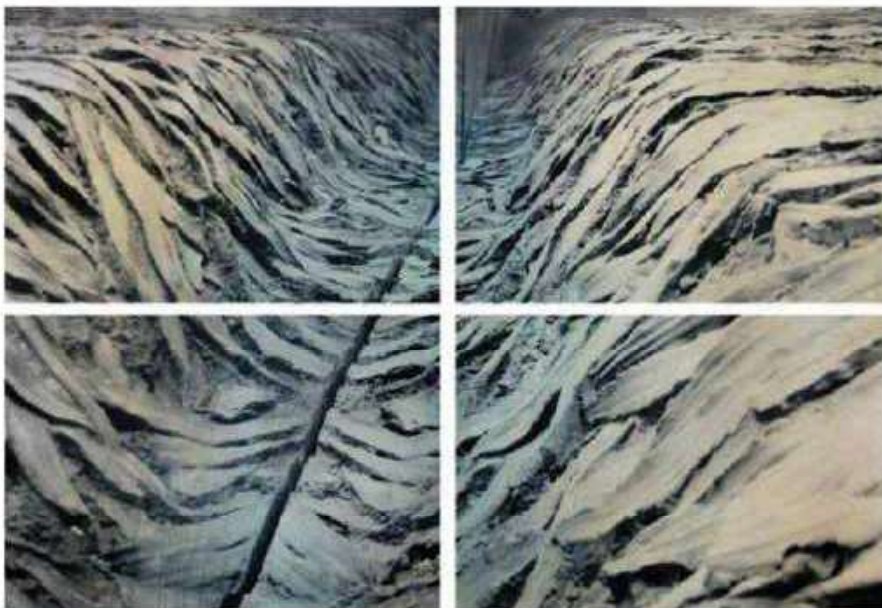


Fig. 1 Cristina Iglesias, *Untitled (Antwerp)*, 2010

Photo gravure y monotipo

4 planchas de 60 x 90 cm. c/u. Papel Somerset Satin, 410 gr. de 60 x 90 cm. c/u.

Medida total 140 x 200 cm. Edición de 9 e.u
Editado y estampado por Benveniste Contemporary, Madrid

LA OBRA GRÁFICA Y SUS PARTICULARIDADES CÓMO LOS PROCESOS TÉCNICOS CONDICIONAN SU MERCADO

Encontrar una definición que generalice de manera absoluta lo que es la “obra gráfica” de modo uniforme se hace harto difícil debido a la enorme versatilidad de procesos, y las ricas posibilidades de hibridación y manipulación que existen. Es, por tanto, importante definir algunos parámetros que permitan comprender la obra gráfica de modo más profundo analizando su naturaleza y que, quizá, cuestione ciertos clichés que en nuestra opinión, siguen existiendo. Algunos conceptos revisables podrían formularse en las siguientes preguntas:

- ¿Tiene siempre, necesariamente, una edición –o tirada- la obra gráfica?:

Efectivamente, la mayoría de los procesos gráficos contemplan la posibilidad de editar una tirada, es decir, un número de ejemplares idénticos y definidos con una numeración. Esto es así en muchas producciones calcográficas, serigráficas, litográficas, xilográficas, ect. pero no tiene por qué ser necesariamente así en todos los casos como imperativo. El monotipo y el monoprint son producciones gráficas no editables ni repetibles, es decir, una obra gráfica puede ser una pieza única sin perder su entidad de obra gráfica estampada ya que algunos procesos gráficos no son, por tanto, editables.

Es interesante observar que hoy por hoy está asumido que las tiradas deben estar perfectamente definidas y referenciadas en su numeración (donde se indica la tirada total y el número particular de estampa que tengamos entre manos), si bien esta es una práctica que se produce como tal desde finales del s. XIX / principios del s. XX, y se vuelve habitual a partir de los años 60.

- ¿Es la obra gráfica una “obra original”? A veces el público general confunde el hecho de que una obra pueda tener edición con el hecho de que sea una obra original, idea que injustamente quita valor simbólico y comercial a la obra ya que esta idea cliché, además de errónea, es muy nociva para el reconocimiento de la producción gráfica del artista.

Probablemente esto es herencia del grabado de reproducción que se empleaba a partir del Renacimiento para reproducir pinturas únicas y difundir la obra de los artistas mediante ediciones realizadas a partir de la obra original, y de las que pudieran editarse tiradas más o menos largas, pero desde la aparición de la reproducción fotomecánica a finales del s. XIX el grabado de reproducción como tal ha quedado desfasado por otros medios cumplen, si fuera necesario, dicha labor reproductora.

- ¿Será más barata una obra gráfica cuanto más larga sea la tirada?: Si bien existe una relación económica entre la tirada, su precio de producción y su valor en el mercado, en realidad el concepto “caro o barato” vendrá determinado por la cotización que el artista tenga en el mercado y los costes de producción que requiera cada edición en concreto. Así, las ediciones de un artista cotizado y reconocido tendrán un valor de mercado directamente vinculado con su cotización más que con la extensión de la edición por sí misma. En este sentido es interesante destacar que en el caso de la obra gráfica las extensiones consideradas largas o cortas son mayores, en líneas generales, que las de otros procesos igualmente editables como las obras audiovisuales, o la fotografía. Sería interesante valorar por qué los criterios de mercado en cuanto a lo que se considera una extensión larga o corta de tirada difieren según los distintos procesos cuando, en realidad, los procesos técnicos o la durabilidad de las matrices ya no son tan determinantes como en otras épocas. Este sería, sin duda, un interesante objeto de estudio.



Fig. 2 Eduardo Stupía, *s/t* 2015

Monotipo y aguafuerte, 15 estampas de 140 cm x 265 cm. c/u

Papel Somerset Satin, 410 gr. Piezas únicas

Editado y estampado por Benveniste Contemporary, Madrid

* Vista de la exposición de Eduardo Stupía "Teaser" celebrada en Benveniste Contemporary, Madrid, entre Septiembre y noviembre de 2015.

AGENTES Y SITUACIONES NECESARIOS PARA LA INSERCIÓN DE LA OBRA GRÁFICA EN UN CONTEXTO DE MERCADO

Al hablar de "mercado de la obra gráfica" debemos proceder a una serie de reflexiones alrededor del concepto de mercado: ¿qué consideramos "mercado"? ¿existe un único mercado? ¿la relación entre mercado primario y secundario condiciona la aparición y consolidación de un artista y su producción gráfica? ¿cómo se relacionan los diversos agentes y situaciones que posibilitan un mercado dinámico? Es sabido que a nivel económico el mercado del arte puede suponer –o no– un referente sobre el nivel de desarrollo de un país y de su competitividad, pero a menudo se presupone que dicho mercado sigue rigiéndose por los mismos principios de otras actividades, o por las mismas normas de generaciones atrás.

Para acotar nuestro concepto de mercado indicaremos que no consideramos que exista un "único" mercado: el mercado es una idea global de éxito compuesta por numerosos estratos que responden a necesidades y radios de acción muy diferentes (locales, nacionales, internacionales) que hacen sostenible y viable económicamente la producción artística en su relación con la sociedad. Existe el mercado de gran visibilidad (p. ej. el primer mercado gestionado por galerías en citas como ferias de arte contemporáneo de primer orden como las 10 ferias más relevantes a nivel internacional); existe, también, un segundo mercado muy competitivo y activo (p.e. el de las casas de subasta de primer nivel como Christie's, Sotheby's, etc.) y mercados más locales o menos visibles que, a su vez, también pueden ser muy activos aunque no tengan ni la visibilidad ni el prestigio social de los antes mencionados.

Comenzaremos definiendo los agentes implicados en la generación de un mercado para la obra gráfica contemporánea, definiendo su posición y las relaciones que se establecen entre ellos ya que, en nuestra opinión a menudo no se contemplan todos los agentes aquí expuestos:

- Artista: Obviamente el artista es la figura determinante, no sólo en cuanto a la imprescindible autoría en la producción, sino también en cuanto a la posición que el artista ocupa (o se espera que llegue a ocupar) en cuanto al “mercado del arte” al que pertenezca –o pretenda llegar a pertenecer. Por ello, el artista y su cotización es un factor relevante en cuanto a la futura asimilación por parte del mercado de su producción gráfica, de los escenarios (ferias, galerías, etc.) en los que va a difundirse y del precio que llegue a alcanzar en primer y segundo mercado si estas obras se convierten en lotes de casas de subasta especializadas.

- Editor: La figura del editor cumple varias funciones (cómplice del artista, financiador de la producción, enlace con los talleres de producción y, sobre todo, agente que determina el canal de difusión que se podrá utilizar para difundir y distribuir la edición: ferias / galerías de primer nivel, o círculos más locales o privados). En el caso que nos ocupa en cuanto a la asimilación de la edición el editor tiene, además, un papel relevante como posible legitimador de la edición /artista en cuestión. Así, sabemos que ediciones promovidas por editores relevantes a nivel internacional gozarán, a su vez, del amparo que aporta el prestigio del propio editor, y de los circuitos de difusión que maneje. Esto ocurre, incluso, si se trata de ediciones realizadas por artistas menos conocidos, o más jóvenes que supongan una apuesta editorial. Ejemplos internacionales de editores de prestigio sin taller propio pueden ser Brooke Alexander Editions, de NY; Carolina Nitsch Editions, también de NY, o Sabine Knust Editions, de Munich, entre otros.

- Taller de producción: Si bien existen casos en los que editor y taller de producción responden al mismo agente, no necesariamente el editor es a su vez productor con taller propio. En ese caso el taller donde el artista realice su edición y estampe la tirada es, asimismo, determinante, ya que en el mundo de la gráfica hay talleres de prestigio internacional que por su excelencia técnica permiten realizar ediciones con procesos y formatos que no están al alcance de talleres más modestos. Esto, indudablemente, es otro factor de calidad que a la obra de generar un comercio gráfico es tenido en cuenta, especialmente por compradores institucionales –museos o fundaciones- que además de la ficha de la obra solicitan una ficha de edición en la que se registran pormenorizadamente todos los datos

referidos a la producción de matrices y estampación de la tirada. Encontramos ejemplos de talleres / editores de relevancia internacional en Benveniste Contemporary, Madrid, o en Niels Borch Jensen, de Copenhague.

- Galerista: En ocasiones un galerista ocupa el rol del editor. Esto es así en galerías especializadas en ediciones, o en galerías que tienen una línea editorial de los artistas que representa y que generan una producción de primer mercado de sus artistas. Hemos diferenciado editor de galerista ya que ser uno no implica necesariamente ser el otro, si bien, como hemos explicado, en ocasiones convergen ambos en la misma figura. Un ejemplo de galerista /editor sería, por ejemplo, Fernando Cordero, editor y galerista de La Caja Negra de Madrid.

- Crítico / medio especializado: Si bien existe un debate sobre cuál es el rol que la crítica especializada ocupa en cuanto determinar el valor de un artista en el mercado no debemos soslayar su importancia global: la crítica legítima, difunde y crea conexiones entre distintos agentes. Es interesante, además, destacar cómo también se produce una especialización que permite que la gráfica tenga publicaciones específicas tales como la revista Grabado y Edición, en España; Printed Matter, en EEUU o Art in Print, -también en EEUU- entre otros.

- Comisario (bienales, exposiciones institucionales, tejido crítico al poner en relación un artista en un contexto discursivo): el comisario especializado en ediciones permite establecer una lectura crítica de las obras en contextos significativos que van mucho más allá que la valoración singular y unidireccional entre una obra y el espectador. Existen citas relevantes en este sentido como Graphic Biennial in Ljubljana, dirigida por Breda Skrjanec; o los programas expositivos comisariados en el MoMA de NY por Sarah Suzuki (Associate Curator del Departamento de Prints and Illustrated Books) o citas que ponen en valor y reflexionan sobre el papel de la gráfica actual como el seminario Printmaking in the Expanded field, dirigido por el Prof. Jan Pettersson en el KHiO de Oslo en 2015.

- Dealer: El dealer, figura que a veces cuenta con una galería física y otras veces no, se ocupa fundamentalmente de gestionar la venta de obra de primer o segundo mercado. El dealer es una figura fundamental a la hora de poner en valor las ediciones gráficas. La importancia de los dealers se manifiesta claramente en

contextos donde el tejido comercial es competitivo y relevante a nivel internacional, como por ejemplo la Art Dealers Association of America (ADAA)

Asimismo definiremos las situaciones en las que la producción gráfica contemporánea puede ser puesta en relación con un contexto social (especializado, o no, en arte):

- Exposiciones en galerías (primer mercado y segundo mercado)
- Exposiciones en instituciones públicas o privadas con difusión entre el gran público.



Fig. 3 Diango Hernández, *En mi isla*, 2008

Aquatinta y punta seca. 1 plancha de 125 x 250 cm.

Papel Somerset Satin, 410 gr. de 140 x 265 cm. Edición de 7

Editado y estampado por Benveniste Contemporary, Madrid

* Vista del proyecto de Diango Hernández en la Bienal de la Tate de Liverpool en 2011.

- Colecciones
 - o Especializadas según criterios históricos / críticos (colecciones basadas en recoger obras de un artista o un período independientemente de que sean obras de producción gráfica o no, como

la mayoría de las instituciones públicas como, p.e. el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía –MNCARS, de Madrid.

- Especializadas según criterios procesuales (colecciones que exclusivamente compran obra de los artistas que interesan a la institución bajo criterios procesuales, p.e. obras en papel, obras gráficas, etc. Un ejemplo de esto es la Hammer Museum, Grunwald Center Collection de San Francisco, EEUU

- Prensa /medio de comunicación mayoritario (no especializado en gráfica) como las reseñas o notas que pueden aparecer en los suplementos culturales de los periódicos nacionales como Babelia (El País); El Cultural (El Mundo) o ABC Cultural, (ABC), etc.

- Feria de arte:

- Feria especializada según criterios críticos (con sección específica de ediciones): En este sentido la feria más relevante es, sin duda, Art Basel, feria que cada mes de junio muestra en Basilea, Suiza, las producciones de los editores más relevantes del mundo. Es curioso cómo en Basilea los editores tienen la oportunidad de tener stands propios mientras que en la edición de esta feria de EEUU, (Art Basel Miami, que se celebra en diciembre) los editores deben agruparse y compartir stands.

- Feria especializada según criterios críticos (sin sección específica de ediciones): En este caso los editores participan como cualquier otra galería y no se exponen en un espacio específico. Esto contribuye por una parte a normalizar la producción gráfica como una producción contemporánea más. Esto ocurre en ferias contemporáneas internacionales como ArcoMadrid, celebrada en febrero en Madrid.

- Feria especializada técnicamente: Estas ferias reúnen exclusivamente editores o galerías que trabajan con ediciones (contemporáneas o no), y que permiten entrar en contacto directo con un público especializado al que, en otros contextos, es mucho más difícil acceder. Un ejemplo son las ferias exclusivas para sus miembros de la

asociación IFPDA, de la que hablaremos a continuación, y cuya feria principal es en noviembre en NY en la llamada “semana de la gráfica”.

- Asociaciones profesionales: Probablemente la asociación profesional más relevante es la IFPDA, (International Fine Print Dealers Association), localizada en NY creada hace 25 años que cuenta con 172 elegidos miembros de todo el mundo. Esta asociación crea una red con todos sus asociados y avala la excelencia y la profesionalidad de sus miembros, promoviendo actividades específicas que permiten que los socios difundan sus ediciones entre público especializado e instituciones interesadas en ediciones.

A esta definición de roles se añaden, como ya hemos apuntado, las particularidades específicas del mercado de obra gráfica, es decir, la manera en la que el mercado –especializado o no- asume dos de sus principales cualidades:

- La multiplicidad: A la hora de hablar de la edición hay numerosos elementos a considerar: qué es una obra múltiple, por qué obra original no implica necesariamente obra única, cómo controla el mercado la extensión de una edición o en base a qué se establece un rango económico en el mercado.

- Cómo se relaciona el mercado gráfico de un artista con su mercado artístico en otras producciones, es decir, cómo valorar una producción que cuenta con una edición determinada frente a otras producciones únicas del mismo artista. Los precios deben responder a la valoración que el mercado tiene del artista, por lo que siempre es importante que haya una coherencia entre la cotización del artista, y el valor de sus distintas producciones –únicas o editadas, lo que obliga a un necesario diálogo entre artista, editor y galerista.

Un aspecto interesante a tener en cuenta en estas relaciones es que nos lleva a considerar la importancia que la multiplicidad y el proceso técnico pueden ejercer en cuanto a la valoración de una obra de arte, y las paradojas que se establecen, además, entre mercados afines como el de la fotografía y la gráfica, o el de la obra sobre papel – dibujo- y la gráfica.



Fig. 4 Jacobo Castellano, *Criba ciega, (gris y banca)*, 2013
Monotipo y gofrado montado sobre madera. 210 x 140 cm. c/u
Papel Somerset Satin, 410 gr. Piezas únicas
Editado y estampado por Benveniste Contemporary, Madrid
* Vista de la exposición de Jacobo Castellano “Vértigos, equilibrios y desquicios”
celebrada en la Fundación RAC, Pontevedra, entre octubre y diciembre 2015.

Por una parte el hecho de que la producción gráfica pueda ser editable favorece que se difunda la obra del artista y que dicha obra pueda dialogar en distintos contextos ganando, por tanto, una significación que de otro modo no sería viable. Esto nos obliga a pensar en la obra editada como en un medio de comunicación que permite generar diálogos y encuentros que enriquecen la propia obra como globalidad, algo que se ha manifestado con especial intensidad en obras con un contenido más politizado o más polémico.

Sin embargo, y por otra parte, el mercado parece responder con mayor fascinación hacia “lo único” ya que, como comentábamos en párrafos anteriores, a menudo se produce una incorrecta asociación entre lo original y lo único, -la pieza no editable, especialmente en producciones gráficas- que se pone de especial manifiesto en la paradoja del comercio de obra gráfica original y “única” como los monotypes que, en

determinados artistas, tiene precios inferiores a los de un dibujo de las mismas dimensiones, también original y también único.



Fig. 5 Pat Andrea. 45 *Vertreibung_expulsion*, 2012
(Pertenece a la suite *Zeelt 1915 Max Klinger__Tent 2012 Pat Andrea -46 piezas*)
Photo gravure y Sekishu Chine collé. 1 plancha de 19 x 25 cm. c/u
Papel Zerkall-Bütten, 225 gr. de 38 x 32 cm. c/u. Edición de 7
Editado y estampado por Benveniste Contemporary, Madrid

Así pues, ¿qué determina el valor de una producción gráfica?, y ¿cómo debe coleccionarse? ¿Es aconsejable coleccionar según criterios procesuales o técnicos? En cuanto a la primera pregunta entendemos que el valor de mercado está pautado por la conjunción de múltiples factores que condicionan la apreciación que se hace de la obra, del artista, del editor y del contexto en el que el coleccionista entra en relación con la obra.

Desde nuestro punto de vista eso no debe llevarnos a pensar que dichos criterios son subjetivos o volátiles sino todo lo contrario: son tantos –y tan poderosos- los factores que determinan el precio que no debemos pensar que precisamente por ser tantos son aleatorios: actúan, en realidad, bajo un principio de homeostasis en el cada

agente condiciona y regula la acción de los demás. Por otra parte en la venta de ediciones el hecho precisamente de la multiplicidad puede contribuir poderosamente en positivo para la venta del resto de la edición y para la revalorización de la misma: si una edición de 7 ejemplares ha sido vendida previamente a instituciones o colecciones importantes es probable que el valor inicial de las estampas suba, y que otras colecciones relevantes consideren adquirir la obra gracias a estas ventas previas entendidas también como un proceso de legitimación. De hecho, no es un fenómeno extraño que los últimos números de una edición que se ha vendido en círculos de prestigio suba considerablemente de valor.

Con respecto a cómo debe coleccionarse obra gráfica apostamos por un coleccionismo basado en criterios que apelen a la sensibilidad y a las particularidades del propio comprador. Idealmente, en nuestra opinión, en una colección deben convivir intereses, procesos y artistas de modo dinámico, cumpliendo la premisa de ofrecer un diálogo rico entre las distintas piezas, aportando una mirada original en la que el coleccionista se reconozca, se expliquen sus intereses y afinidades, independientemente de procesos o de que las piezas cuenten, o no, con una edición.