

# ART BARTER, UNA MODALIDAD NOVEDOSA DEL MERCADO DEL ARTE ACTUAL

ART BARTER, A CURRENT ART MARKET'S NEW MODALITY

POR LETICIA PÉREZ-CALERO SÁNCHEZ

Este trabajo, centrado en un nuevo concepto de compraventa, Art Barter, señala las razones, objetivos y resultados de esta nueva modalidad por la que la obra de arte puede ser susceptible de cambiarse, no por el dinero convencional, sino por otro bien de igual o parecido valor tangible.

**Palabras clave:** mercado del arte, arte contemporáneo, arte del trueque.

This paper, focused on a new trading concept, Art Barter, points out the reasons, targets and results of this new modality by which the artwork may be subject to change, not by the conventional money, but by other good with similar tangible value.

**Keywords:** art market, contemporary art, Art Barter.

Como si de un camino de ida y vuelta en el intercambio de productos se tratase, de un tiempo a esta parte, apenas dos años, el mercado del arte anda algo revolucionado por la existencia de una nueva e interesante experiencia británica: el *Art Barter*, o arte del trueque. Es posible que se trate de una respuesta real (¿pasajera o estable?) a la crisis económica que está viviendo Europa en estos últimos años.

La prensa escrita, que tan unida a la creación artística ha estado desde el siglo XVIII y sobre todo en los dos siguientes, saluda con interés esta nueva modalidad que sin duda se puede convertir en un importante aliciente para el mercado en unos tiempos difíciles en que se hace necesaria una incentivación para la venta de un “producto” tan especial como es la obra de arte.

Ha sido en Inglaterra, el motor de la revolución industrial del XIX y cuna de importantes movimientos artísticos contemporáneos difundidos posteriormente en Estados Unidos tras la Segunda Guerra Mundial, donde ha surgido esta iniciativa como una respuesta al excesivo mercantilismo a que ha estado sometido últimamente el mercado del arte a través de las subastas, cuyo último discurrir recuerda al de una bolsa de valores financieros. La psicología económica ha querido separar de este modo el frío mercado artístico de las grandes galerías y llevarlo a otro más auténticamente “económico” o doméstico en que prime el valor de la obra artística no traducible a dinero y sí, en cambio, “convertible” a otro producto no monetario. Es decir, la creación

no supeditada a la traducción mercantilista sino al gusto y al deseo de poseer un bien valorable en sí mismo. Desde Inglaterra esta modalidad ha atravesado el Atlántico hasta Estados Unidos y después se ha extendido al continente europeo: Alemania (Berlín) y España (Madrid).

Nuestro objetivo pues, encuadrado en el contexto del mercado del arte, es exponer las razones del nacimiento de un nuevo concepto de compraventa, analizar sus objetivos y definir los resultados.

En primer lugar, y como razón del nacimiento de esta modalidad, mencionar que actualmente está cambiando el concepto del dinero, como precio simbólico que se pone a las cosas materiales, por el de un bien indefinido que posibilita el acceso al poder material. De aquí, la difícil traducción del arte por dinero, es común el aserto: *tal obra de arte no tiene precio*. Por tal motivo, puede ser susceptible de cambiarse, no por el dinero convencional, sino por otro bien de igual o parecido *valor tangible*.

Esta verdadera revolución del mercado del arte de nuestros días no es, en rigor, radicalmente nueva; antes al contrario, es muy antigua, nada menos que anterior a la propia creación del dinero, por lo que su antecedente está en las raíces del propio mercado como tal. El dinero se inventó para permitir el intercambio de bienes y servicios en una economía de una manera más sencilla que el trueque. Con la invención del dinero se evitó que el “medio de intercambio directo de bienes”, es decir, el bien que sirviera de referencia como unidad contable se deteriorase con el tiempo. Por esta razón, fueron los metales preciosos (oro y plata) los utilizados como “unidad de pago” y de depósito de atesoramiento, y la función de atesoramiento sólo puede realizarla el dinero de pleno valor: monedas y lingotes de oro, piedras preciosas, objetos de oro, etc.

La obra de arte puede convertirse en unidad de pago o, tal vez, en medio de trueque, ya que se supone que tiene un valor permanente y firme a lo largo del tiempo; es más, se revaloriza con los años. Además, lo mismo que el dinero como valor tiene que estar avalado o certificado por la entidad emisora, la obra de arte lo está por el artista que la firma o, en el caso de la autoría anónima, por el documento que el experto o estudioso extiende para garantizar las cualidades de la pieza. También, al igual que el dinero debe ser reconocido por la sociedad que lo usa permitiendo su identificación y valoración de una forma clara, la obra de arte debe de actuar de manera parecida incluso en algunas épocas mucho más reconocida socialmente<sup>1</sup>.

De la misma manera que el dinero es el resultado de un pacto social donde todos aceptan entregar sus bienes o servicios a otros a cambio de los símbolos monetarios (billetes, monedas, etc.), con el *Art Barter* la obra de arte también es consecuencia de

---

1 Desde el Nuevo Régimen, en la Europa romántica el artista se ganó su libertad pero también se jugó sus limitaciones vitales, llegando incluso a la pobreza y a vivir de la mendicidad pasando auténtica hambre física. Los casos son muy numerosos sobre todo en Francia y singularmente en París. Eran los llamados *artistas bohemios* que ofrecían sus obras a cambio de comida, bebida o alojamiento. Se suele citar el caso por su significación de Picasso, que cambiaba sus dibujos por comida; y hoteles, como el Chelsea en Nueva York, que hospedaban a artistas quedándose con sus obras como forma de pago.

un pacto social fiable, sin embargo ésta no se compra con dinero sino que el medio de pago es el trueque por bienes y servicios, de manera que el interesado deberá pensar qué puede ofrecer al artista para “seducirlo y adquirir su trabajo”.

Las ofertas de trueque se cuelgan en el recinto expositivo de las obras para que todos, tanto público, como artistas, puedan conocerlas y al final de la exposición los autores tienen dos semanas para estudiarlas y decidir si quieren algunos de los trueques ofrecidos.

Pese a que con frecuencia en el mundo del arte se habla mucho del valor de una obra, y el cliente selecto se decide por las de mayor precio como si eso le diera aún más valor, en *Art Barter*, como auténtico mercado libre y abierto, la obra tiene la valoración que cada cual le quiera dar. El público puede juzgar sin atenerse a la opinión de la crítica o a las fluctuaciones del mercado, ya que la autoría de las obras no se revelan hasta el final de la muestra. Además, los trabajos se presentan sin la firma de su autor, por lo que se incita al público por sí mismo a juzgar la obra, y no en función de lo que vale en el mercado o de lo reconocido que sea el artista a nivel crítico.

Según los promotores del *Art Barter*, se trata de un mercado innovador, social y multidisciplinar, que fomenta “la interacción y el intercambio” entre artistas y público, “trastocando de forma radical las reglas que rigen el mercado del arte”. De esta manera, se pueden cambiar obras de arte por lo más inverosímil: “un castillo en Irlanda, unas vacaciones, unas clases de francés o un paseo a caballo”.

La singularidad sobre la que quiero insistir del *Art Barter* es el hecho de que el comprador ignora la autoría de cada obra hasta el final de la muestra, logrando así que las valore espontáneamente, por “corazonada” o intuición y sin el prejuicio de nombres o precios de mercado. Al ocultarse los artistas en el anonimato y alternar creadores de prestigio con otros desconocidos, se incita al comprador a juzgar y valorar las obras por sí mismo. Así, no es el más adinerado el que consigue la obra, y el comprador común tendrá que cuestionarse qué puede ofrecer al artista para adquirir su trabajo. Al final de la exposición cada artista recibirá todas las ofertas hechas por su obra y decidirá si desea o no el trueque ofrecido<sup>2</sup>.

*Art Barter*, se ha inaugurado en junio de 2011 en la capital de España tras su paso por Londres, Nueva York y Berlín impulsado por las managers-curators británicas Lauren Jones y Alix Janta y se enmarcó en el Festival de arte-música y tendencias

---

2 El éxito del *Art Barter* hizo en las primeras ediciones de la muestra, que artistas tan cotizados y reconocidos por la crítica como Gary Hume (G.B.1962), Mat Collishaw (G.B.1966), Gavin Turk (G.B. 1967) o Terence Koh (Pekín, 1977) cambiasen sus obras por diversos servicios.

Tracey Emin (Londres, 1963), uno de los nombres más conocidos de los YBA (Young British Artists), cambió una de sus obras por treinta horas de clases de francés, y el americano Jason Dodge (Newtown, Pensilvania, 1969) hizo lo propio por una semana de vacaciones en un castillo escocés. Tres meses de psicoterapia, el diseño de una web y un paseo a lomos de un caballo blanco han sido algunas de las ofertas del público que han encantado a los artistas y les han hecho desprenderse de sus obras.

*Dcode*<sup>3</sup>. El promotor en Madrid fue el Centro de Arte Complutense (C Arte C) que acogió en la fecha indicada y sita en el campus universitario la exposición de obras de una treintena de artistas contemporáneos, entre los que figuraban jóvenes talentos y creadores consagrados como Miquel Barceló, Ángela de la Cruz (finalista del Premio Turner en 2010), la fotógrafa Ouka Leele, el diseñador y dibujante Javier Mariscal, los controvertidos Eugenio Merino y Enrique Marty y la renombrada artista Eulàlia Valldosera, junto a talentos emergentes. En la nómina de artistas también figuraron: Sae Aparicio, Antonio Ballester Moreno, Sandra Blancaranda, Rómulo Celdrán, Lolita Calvillo, Bernat Daviu, Ángela de la Cruz, Cecilia de Val, Rai Escalé, Pablo Genovés, Boris Hoppek, Richard Hudson Abigail Lazkoz, Juanjo López Cediél, Enrique Marty, Eugenio Merino, Nano4841, Jorge Peris, Mar Prat, Neva Rivera, Sergi Serra Mir, Spy, Mike Swaney, Eulàlia Valldosera, Xanu, Juan Zamora y Ouka Leele, entre otros. Las ofertas o pujas se fueron colgando en un tablón en el recinto de la exposición que estuvo a la vista del público, y los autores, una vez finalizada la exposición, recibieron dichas ofertas y dispusieron de dos semanas para contestar.

Podemos resaltar, como conclusión final, la importancia que juega hoy la relación arte-mercado a la hora de valorar la creación artística, no tanto por su papel social como sobre todo económico. Al ser esta última un valor fiable y seguro, el mercado tiene que buscar medios cada vez más sofisticados para hacer que esa relación sea cada vez más fluida y segura, pero teniendo en cuenta que, en rigor, la obra de arte como tal nunca podrá valorarse económicamente. Por esto, su intercambio o trueque por otros “valores apreciados”, sin que medie el dinero, puede ser una aproximación a la esencia con que surgió la creación artística.

Fecha de recepción: 20 de septiembre de 2011.

Fecha de aceptación: 28 de noviembre de 2011.

---

3 La primera muestra de *Art Barter* tuvo lugar en Londres en noviembre de 2009. Al año siguiente hubo exposiciones en Nueva York y Berlín, y durante la feria Frieze de Londres. Tras su paso por Madrid en el *Dcode Festival*, de junio de 2011, coordinado por Iñigo Martínez, la muestra viajará a Estambul (Turquia) durante la Bienal, y a Miami (Estados Unidos), coincidiendo con *Art Basel* (Basilea, Suiza).

Respecto a *Dcode*, se trata de un festival multidisciplinar, con oferta musical y con un programa artístico. Además de la celebración del *Art Barter*, durante los dos días de conciertos del festival en el madrileño Centro Deportivo Cantarranas (Universidad Complutense), el grupo británico *Onedotzero* proyectó una muestra de algunos de los mejores videoartistas internacionales.



Algunas de las obras susceptibles de trueque en *Art Barter*.



Festival *Dcode* en Madrid.