

ARTE >

Noah Horowitz, consejero delegado de Art Basel: “No veo una crisis en el mercado del arte en el futuro inmediato”

El responsable de la empresa suiza analiza los retos del sector de las galerías y las perspectivas del poblado universo de las ferias de arte



El consejero delegado de Art Basel, Noah Horowitz.
NOÉ COTTER



IKER SEISDEDOS

Miami - 11 DIC 2023 - 05:30 CET

La cara de Noah Horowitz era —al final de la segunda jornada de Art Basel Miami Beach (ABMB)— el espejo del alma de la feria más importante de las Américas, que este domingo cerró sus puertas con la sensación de haber sorteado un frenazo que, entre incertidumbres geopolíticas y económicas, acecha al mercado tras 15 años imparables. Horowitz es consejero delegado de la empresa suiza Art Basel, con *shows*, además de aquí, donde aterrizaron hace 21 años, en Basilea, Hong Kong y París. Sentado el jueves pasado en el jardín botánico que hay frente al centro de convenciones donde se celebra el evento, se lo veía relajado. “Confiado”, dijo durante una entrevista con EL PAÍS, en que los buenos números registrados por la [mayor parte de las 277 galerías convocadas en esta edición son la prueba de la “resistencia” del negocio.](#)

MÁS INFORMACIÓN

Por qué nada logra hundir el mercado del arte

Estadounidense de 44 años, fue director de ABMB entre 2015 y 2021, año en el que abandonó la compañía para irse brevemente a la casa de subastas Sotheby's y volver en octubre de 2022 a dirigir un transatlántico con 120 empleados, líder en su sector. Desde entonces se ha dedicado a poner orden en la organización. Tiene un director global de ferias, Vincenzo de Bellis, de quien *cuelgan* los cuatro responsables de cada una de las citas. En mayo nombraron a la de Basilea, Maike Cruse, y en septiembre a la de Miami, la galerista Bridget Finn.

Art Basel pertenece al conglomerado MCH Group, y es a la exhibición e intercambio de arte lo que el circuito de fórmula 1. El símil no es gratuito; tampoco original. Lo empleó en la única entrevista sobre su implicación en MCH James Murdoch, cuarto de los seis hijos del magnate de la comunicación [Rupert Murdoch \(The Times, Fox News, Wall Street Journal...\)](#). Su firma de capital riesgo, Lupa Systems, entró en 2020 como inversor “de referencia” en MCH. La F-1, [dijo Murdoch en mayo en un podcast](#), es “el mejor ejemplo”. “Llega a una ciudad y se celebran muchos eventos diferentes en paralelo. Está la carrera, que genera una cultura a su alrededor, y la gente viene de todas partes. Cuando terminan, recogen y se van a la siguiente ciudad, como un circo ambulante”. “Murdoch”, [aclara Horowitz](#), “es un empresario muy reflexivo que entiende qué puede aportar desde el punto de vista de un emprendedor realista. Suma mucho

en el consejo de la empresa”.

Pregunta. ¿Es usted fan de *Succession*?

Respuesta. A esa pregunta no le voy a responder [Sonríe].

P. ¿Hasta qué punto considera a Art Basel responsable de que Miami haya dejado de ser considerada, al menos durante esta semana, la capital superficial de América?

R. No puedo estar de acuerdo con esa definición, pero, en cualquier caso, no somos los únicos responsables de ese cambio, aunque hayamos desempeñado un papel enorme como catalizadores. Miami no sería lo mismo sin esta feria. La gente solía tener una imagen distorsionada de la ciudad. Ahora se ha vuelto más robusta en su oferta cultural. La pandemia le dio otro gran impulso. Muchos se están mudando aquí de lugares como Nueva York. Muchos de los VIP que venían hace años a la feria ahora tienen segundas residencias en Miami. También se ha producido un fenómeno de arraigo de la filantropía, que ha permitido que abran muchos centros de arte nuevos.

P. ¿Qué lectura hace de la edición de este año de ABMB? ¿Esperaba más? ¿Menos?

R. Me niego a hablar en términos de lo que espero o no antes de que comience una feria. Pero las señales han sido muy alentadoras. En todos mis años trabajando con Art Basel no creo haber visto tantas confirmaciones VIP [de grandes coleccionistas](#), personas realmente importantes. Muchos dijeron en la última semana que vendrían. Eso lo achaco a que están sucediendo muchas cosas en el mundo. Las ventas fueron en la jornada inaugural realmente fuertes, aunque los galeristas hablan de un ritmo más lento a la hora de cerrar las operaciones. Hablamos de números de seis cifras [más de un millón de dólares], así como en la parte baja de las siete [a partir de 10], pero también por encima de eso. Las galerías más jóvenes también se muestran satisfechas. Hay, con todo, un poco menos de urgencia. Todos estos análisis deben tomarse con la cautela de que se trata de una feria con 277 galerías, cada cual con su propia experiencia, y de un evento de cinco días, abierto al análisis hasta algún tiempo después de su cierre.



Un visitante a Art Basel Miami Beach, ante la pieza 'Coyota/e', de Hector Dionicio Mendoza, el pasado miércoles.
CRISTOBAL HERRERA-ULASHKEVICH (EFE)

P. Como doctor en Historia del arte se ha dedicado en general al pasado, y ahora que está en el negocio de vislumbrar el futuro... ¿Ve asomar una crisis que pare en seco 15 años de crecimiento?

R. No veo que vaya a haber una crisis en el mercado del arte en el futuro inmediato. Aunque tenemos que ser sobrios y realistas. Y reconocer que el mercado está pasando por tiempos totalmente volátiles. Estamos preparando el informe de marzo, y aunque no dispongo de las cifras exactas, puedo decirle que veremos una disminución en el número total de ventas. Aún no sé cómo se repartirá eso entre el negocio de la subasta y el de los galeristas. Estamos operando en un entorno de altas tasas de interés. [No todas las regiones están tan activas](#), pero el mercado estadounidense se está mostrando muy fuerte y muy resistente. Lo vimos en las subastas de Nueva York. Había obras de menos valor, pero el desempeño fue muy bueno, y nos dieron una idea de estabilidad. Así que no veo tanto una crisis en el horizonte, como un mercado que será mucho más reflexivo sobre dónde se gasta el dinero. Me siento optimista sobre lo que nos depara el

futuro.

P. ¿Hay lugar en el mundo para más ferias?

R. Siempre hay espacio [para una nueva feria de arte](#) si da con un segmento apropiado del mercado. Por eso no quiero responder en términos absolutos. Pero si miramos los datos de la encuesta de coleccionistas que publicamos a mitad de año, y la del mercado, que hacemos con [el banco suizo] UBS, entonces está claro que la gente asiste a menos eventos que antes. Creo que los coleccionistas se piensan un poco mejor los lugares a los que viajan. Las ferias que ofrezcan menor valor añadido, ya sea en ventas o en otro aspecto, van a sentir más presión, en un entorno en el que los costos suben, y en el que cada vez hay más puntos de venta donde elegir, ya sea para la compra digital o para asistir a una experiencia como ABMB.

P. ¿Implica el modelo de [expansión de Art Basel](#) un riesgo de excesiva regionalización? Es decir: que el arte latinoamericano se quede en Miami, el asiático, en Hong Kong, y el europeo en Basilea y París...

R. Lo estamos observando hasta cierto punto. El mundo del arte ha crecido mucho y hay más comunidades de coleccionistas y enjambres separados de instituciones locales. Por eso creo que es saludable que no todas las ferias de arte importantes sean totalmente internacionales y que adquieran una identidad regional para atender a esos colectivos. Cuando un marchante de Londres viene a Miami, quiere encontrar clientes estadounidenses, y gente de Dallas o de Río de Janeiro.

P. En una entrevista con este diario el año pasado, defendió que no hace falta ser rico para ser coleccionista, pero cuesta creerlo en esta ciudad, patio de recreo de los súper millonarios...

R. Podría debatirse sobre qué significa coleccionar arte. ¿Se trata solo de comprar pinturas o esculturas o también ropa? Hemos diseñado una zapatilla con [la artista] Pamela Rosenkranz, y la vendemos al mismo precio que una zapatilla nueva. No cuesta 2.500 dólares, sino 170 [158 euros]. Hay muchas maneras de disfrutar el arte, y eso también está presente en ABMB. La gente piensa que las obras de la feria son muy caras, pero también se pueden comprar cosas por menos de 10.000 dólares. No

estoy tan errado como para sugerir que incluso esos precios son alcanzables para la gran mayoría de las personas que subsisten con el ingreso familiar medio en el condado de Miami Dade, no me malinterprete. Pero son accesibles para personas que quizás no pensarían que tienen capacidad para comprar en ABMB. Si se animan, estarán apoyando con esa compra a los artistas en activo y adquirirán un objeto con un significado profundo; eso me parece hermoso. No hay que olvidar que las grandes colecciones se construyeron pagando precios mucho más bajos de los que el mercado actual valora esas piezas. Hay que tener curiosidad por lo nuevo y creo que el mercado del arte y la cultura en general siguen recompensando la curiosidad.
