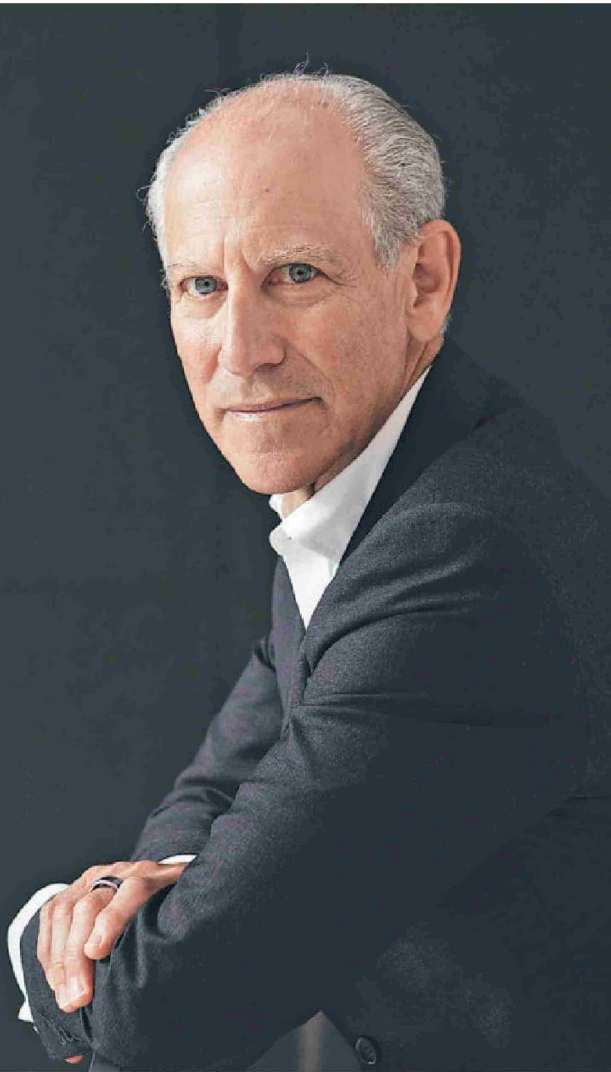


Glenn Lowry

“El MoMA no podría existir fuera de Nueva York”

El mítico director del Museo de Arte Moderno dice que el magnetismo y la riqueza de la ciudad son fundamentales para un museo privado que quiera ser internacional.

Por **Andrés Benítez**, desde Nueva York



Es difícil hablar de Nueva York sin hablar de su Museo de Arte Moderno, el MoMA. Pero lo que es aún más complejo es hablar del MoMA sin referirse a Glenn Lowry, su director por los últimos 30 años y probablemente la persona más influyente del mundo del arte en la actualidad.

Su permanencia en el cargo es inédita, tanto, que el museo tuvo que modificar sus estatutos para que se quedara. La regla decía que después de los 65 años, cualquier persona en un puesto directivo tenía que retirarse. Pues bien, para renovarlo la última vez, el directorio decidió cambiar la norma para

que Glenn Lowry se quedara. Las razones para ello no eran pocas. Durante su período, el museo en términos físicos triplicó su espacio; el público aumentó cinco veces y el fondo de donaciones pasó de 200 a 1.200 millones de dólares. O sea, una gestión impecable por donde se la mire.

Y por eso cuando el directorio se preparaba para ofrecerle un nuevo período como director, Glenn Lowry anunció su retiro. El 2025 será su último año en el MoMA, una decisión que tiene que ver, en parte, a que el mes pasado cumplió 70 años.

Pero ni la edad, ni el cargo, ni el hecho de ser una de las voces más reconocidas en el arte moderno hacen que Lowry deje de ser un personaje extremadamente vital, activo y, sobre todo,

muy amable. Lo conocí hace más de 10 años, cuando vino a Chile invitado por la Universidad Adolfo Ibáñez a dar una serie de charlas sobre arte. En esa ocasión vine a verlo a la misma oficina que ahora me recibe. Y todo parece ser igual, salvo un detalle: el cuadro colgado detrás de su escritorio había cambiado. Un detalle no menor, porque, al final, él puede elegir cualquier obra que esté en el museo. Una decisión muy compleja.

La vez pasada había un cuadro de Rothko en la oficina. ¿Qué pasó?

Tienes razón. Ahora el Rothko está en una de las salas de exhibición, entonces tuve que elegir otro y opté por este de Donald Judd. Es una lástima, porque siempre tuve mucho cariño por ese cuadro

de Rothko que me parecía que marcaba una época muy distintiva de su trayectoria. Pero lo importante es que ahora está a disposición del público.

¿Es eso común en el museo? Me refiero a que un cuadro que de alguna manera está guardado pasa a las salas permanentes.

Es muy común en este museo, donde el concepto de colección permanente no existe. Y esto es importante en dos sentidos. Primero, porque hoy tenemos mucho más arte digital o de performance del que teníamos 30 años atrás. Es decir, el arte va cambiando con el tiempo. Pero lo más interesante es cómo distintos artistas van ganando o perdiendo relevancia en diferentes épocas. Algunos que estaban en nuestras bodegas

ahora están en las salas exhibidos y viceversa.

Pero me imagino que algunos clásicos del arte moderno, como Warhol, nunca desaparecerán.

Arte moderno es lo que pasa hoy, entonces, la única razón por la cual Warhol sigue colgado en las salas es porque es importante hoy. Todavía nos habla y es significativo para los tiempos que corren. Warhol es una historia interesante, porque él donó un cuadro en sus primeras épocas y el museo lo rechazó diciendo que no tenía espacio suficiente en las bodegas. Puede haber sido una equivocación, es cierto, pero también se estimó que, en ese momento, no era importante.

¿Todos los museos funcionan de esa manera?

No todos, porque la mayoría, como lo hace el MET, por ejemplo, busca colocar a los artistas en una suerte de línea del tiempo, es decir, en la época donde fue más influyente. Pero nosotros no somos así. Nosotros vemos el presente, y si un artista no está vigente hoy, entonces se va a nuestras reservas.

¿Hay muchos que han caído en desgracia?

Muchos bajan, pero también otros suben, salen de las bodegas para las salas. Es la maravilla del arte moderno. Por eso no hay nada permanente en nuestra colección, porque no sólo cambiamos lo que está en exhibición, sino que frecuentemente vendemos y compramos obras de arte. La idea es que nosotros coleccionamos de acuerdo con ciertos principios e ideas, pero no hay nada fijo acerca de la colección y cómo es presentada.

No sabía que los museos vendían obras de la colección...

Es una tradición más bien norteamericana, que es muy distinta a la europea, donde hay un sentido de inamovilidad. Pero la nuestra siempre se está renovando, porque si vemos en el mercado una obra que nos parece fundamental, entonces lo que hacemos es vender otra que ya no lo es tanto. Todo está en movimiento y es una parte fundamental acerca de cómo pensamos nuestra colección. Porque si bien hay muchas razones por las cuales podemos vender una obra, lo más importante es que no sentimos que es importante o vital para nosotros.

¿Qué pasa con las obras que fueron donadas?

Nosotros dejamos muy en claro que cuando alguien nos dona una obra es sin condiciones. Y les advertimos que puede que un día queramos venderla. Es transparente. Tanto, que cuando lo hacemos, siempre contactamos al donante o a sus herederos para informarles que vamos a vender la obra.

El boom de los museos. El museo se ha triplicado en tamaño en estos 30 años y el público se ha multiplicado por cinco veces. ¿Qué los hace tan atractivos hoy?

Primero, hay muy buenas exhibiciones; segundo, tenemos obras de artistas muy

famosos, por lo que siempre habrá mucha gente dispuesta a ver los Picasso y Cézanne. Pero la razón de fondo es que somos un lugar que transmite muchas ideas y energía.

Igual sorprende que hoy, cuando la gente lee menos y probablemente entiende menos de arte, se vuelque en masa a los museos.

Las personas quieren una experiencia real, contacto directo con las obras de arte, pero también con otras personas. El museo ofrece de esta manera no sólo arte, sino también una experiencia social y cultural. Además, la gente está viajando más, con lo cual el público naturalmente aumenta.

¿Es muy diferentes el tipo de público que viene al MoMA que hace 30 años?

Muy diferente. Hace años las visitas eran un 75% de personas blancas y hoy ese porcentaje no supera al 50%. Por otra parte, es más joven, la media de edad pasó de 50 a 40 años. Tercero, es más internacional, hoy somos un museo global.

En todo esto, ¿qué tan importantes son las exhibiciones temporales?

Son esenciales, porque nos dan flexibilidad para mostrar el arte, pero también porque no queremos ser un lugar estático. La idea es que la gente nos vea como un trabajo en progreso, no un lugar donde vas a ver el producto terminado. Sino que vas a ver cosas a medida que van pasando. Buscamos una experiencia muy distinta a la de museos como el Louvre, donde si vas a ver la Mona Lisa uno sabe exactamente a lo que va y dónde va. Al contrario, la gente viene al MoMA a ver cosas que no conoce, para ser sorprendido, porque incluso las obras más famosas van cambiando de lugar.

**El mercado del arte
En estos 30 años el precio del arte ha subido mucho y hay muchos coleccionistas privados entrando a competir por las grandes obras. ¿Ha sido muy complejo para los museos lidiar con esto?**

Por supuesto. Hay mucha más competencia y en muchos casos los precios han subido tan rápido que es muy difícil para instituciones como los museos moverse

con la velocidad adecuada. Las decisiones de compra acá son distintas a las de un inversionista privado.

¿Pierden oportunidades?

Es una forma de verlo, pero nosotros tenemos una mirada de largo plazo y no estamos preocupados de lo que pasa hoy. No somos actores del mercado de corto plazo. Por dos razones. Primero, siempre tenemos múltiples ocasiones para comprar algo. Podemos convencer a alguien que nos venda una obra y mejor aún que la done. Y si es otro museo, siempre podemos pedirlo prestado.

¿Y respecto de los precios que han subido mucho?

Si los precios suben, también sube el valor de nuestra colección. Tenemos un capital ahí, y como siempre podemos vender para comprar, entonces eso nos da la capacidad de ser competitivos en el mercado.

En ese sentido, ¿la colección del MoMa es más valiosa hoy que hace 30 años?

Bueno, uno cree que ha tomado buenas decisiones, pero no siempre es así. A veces nos equivocamos tanto en lo que compramos como en lo que vendemos. Pero, en general, porque contamos con un staff muy talentoso y hablamos mucho de esto es que tomamos buenas decisiones. No es que alguien se levanta un día con una idea de comprar o vender. Hay discusiones y debates y, además, sabemos mucho de lo que está pasando en el mercado.

Pero, por ejemplo, cuando se decidió expandir la colección para que represente a más regiones del mundo, ¿pudo hacer una apuesta en contra del valor de mercado de la colección?

Depende de lo que entendemos por valor, que tiene muchas acepciones. Estamos preocupados del valor financiero, pero no es nuestra principal preocupación. Ese es un problema del mercado. Lo que realmente nos interesa es el valor artístico, algo que no siempre está reflejado en el mercado. Si uno coleccionaba arte de América Latina hace 30 años, era una mala decisión financiera, pero extremadamente importante desde el punto de vista artístico. Y lo coleccionamos por esto, porque pensamos que no podemos ex-