

Wildenstein en Buenos Aires o el doble juego de identificaciones y silencios

Wildenstein in Buenos Aires or the double game of identifications and silences

Resumen: Valorar y preservar el patrimonio artístico proveniente de la destrucción y el saqueo como consecuencia de la Segunda Guerra en Europa es una idea que alentó numerosas subastas y ventas de obras de arte en las galerías comerciales de Buenos Aires durante los años cuarenta. No obstante, los discursos desplegados en catálogos y artículos de prensa que apelaban al papel del coleccionismo en ese dramático contexto contrastan con la ausencia de información respecto de la procedencia de las obras que, eventualmente, podían vincularse al expolio nazi. La misión de preservar la alta cultura y la sensación de heredar parte de la tradición europea no parecía dejar lugar a ningún tipo de cuestionamiento ético dentro de la alta burguesía porteña. En el marco de una plaza comercial que para mediados de siglo XX mostraba fuertes competidores con respecto a la importación de pinturas, se destacó en Buenos Aires la sucursal de la Galería Wildenstein que, entre 1939 y 1940, se instaló en la ciudad con los antecedentes de una actuación exitosa en París con sedes en Londres y Nueva York. El propósito es explorar ciertos aspectos de la trayectoria de Wildenstein durante sus primeros años de actuación en la capital argentina focalizando en las estrategias de inserción en el espacio comercial como en aquellas políticas de exhibición utilizadas para cubrir la demanda de pintura europea al mismo tiempo que contribuía a incentivar esa doble apropiación material y simbólica favorecida por la dispersión del patrimonio. Se trata de analizar el rol de la galería en ese doble juego de identificaciones y ocultamientos que articuló un sector de la cartografía artística en el contexto de la Segunda Guerra Mundial y que en parte persiste hasta el día de hoy.

Palabras clave: Mercado de arte; Buenos Aires; Segunda guerra mundial; Wildenstein

Abstract: Valuing and preserving the artistic heritage coming from the destruction and looting because of the Second World War in Europe is an idea which encouraged a wide number of auctions and sales of works of art in the commercial galleries of Buenos Aires during the forties. However, the discourse displayed in catalogues and press articles, which appealed to the role of collectionism in that dramatic context, contrasts with the absence of information regarding the origins of the works which could eventually be linked with the Nazi plundering. The mission of preserving the high culture and the feeling of inheriting part of the European tradition did not seem to leave room for any kind of ethical questioning among the Buenos Aires high bourgeoisie. In the context of a commercial marketing that by the middle of the 20th century showed strong competitors regarding the importance of paintings, the subsidiary of Wildenstein Gallery stood out in Buenos Aires. It has settled in the city between 1939 and 1940, with the reputation of a successful performance in Paris with subsidiaries in London and New York.

The purpose is to explore certain aspects of Wildenstein's development during its first years in the Argentinean capital. The focus is in the strategies of insertion in the commercial space as well as on those exhibition policies used to cover the demand of European painting at the same time as it contributed to encourage that double material and symbolic ownership, favored by the dispersion of the heritage. An attempt is made to analyze the role of the gallery

within that double game of identifications and concealments articulated by a sector of the artistic cartography in the context of World War II and which partly persists up to the present.

Keywords: Art market; Buenos Aires; Second World War; Wildenstein

Fecha de recepción: 11 de octubre de 2017

Fecha de aceptación: 22 de noviembre de 2017

Wildenstein en Buenos Aires o el doble juego de identificaciones y silencios¹

Talía Bermejo*

Valorar y preservar el patrimonio artístico proveniente de la destrucción y el saqueo como consecuencia de la Segunda Guerra en Europa es una idea que alentó numerosas subastas y ventas de obras de arte en las galerías comerciales de Buenos Aires durante los años cuarenta. No obstante, los discursos desplegados en catálogos y artículos de prensa que apelaban al papel del coleccionismo en ese dramático contexto contrastan con la ausencia de información respecto de la procedencia de las obras que, eventualmente, podían vincularse al expolio nazi. La misión de preservar la alta cultura y la sensación de heredar parte de la tradición europea no parecía dejar lugar a ningún tipo de cuestionamiento ético dentro de la alta burguesía porteña. En el marco de una plaza comercial que para mediados de siglo XX mostraba fuertes competidores con respecto a la importación de pinturas, se destacó en Buenos Aires la sucursal de la Galería Wildenstein que, entre 1939 y 1940,² se instaló en la ciudad con los antecedentes de una actuación exitosa en París con sedes en Londres y Nueva York.

El propósito es explorar ciertos aspectos de la trayectoria de Wildenstein durante sus primeros años de actuación en la capital argentina focalizando en las estrategias de inserción en el espacio comercial como en aquellas políticas de exhibición utilizadas para cubrir la demanda de pintura europea al mismo tiempo que contribuía a incentivar esa doble apropiación material y simbólica favorecida por la dispersión del patrimonio. Se trata de analizar el rol de la galería en ese doble juego de identificaciones y ocultamientos que articuló un sector de la cartografía artística en el contexto de la Segunda Guerra Mundial y que en parte persiste hasta el día de hoy.³

¹ El presente texto se enmarca en una investigación mayor cuyo objetivo es mapear el mercado del arte en Buenos Aires entre los años treinta y sesenta focalizando en los movimientos de obras importadas en relación con la circulación de producciones argentinas. Una primera versión en inglés, bajo el título “Exiled Work of Art / Kidnapped Work of Art: Works of Art Market, Collecting and Circulation during the Second World War in Buenos Aires”, fue presentada en The 34TH Congress of CIHA, Beijing 2016: Terms.

* Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas de la Argentina (CONICET) / Instituto de Investigaciones en Arte y Cultura (IIAC) - Universidad Nacional de Tres de Febrero (UNTREF), Argentina. E-mail: taliabermejo@gmail.com

² Si bien la historiografía consigna 1939 como el año de apertura de la empresa en Bs. As., hasta el momento no existen elementos suficientes que permitan confirmarlo. Es probable que ese año comenzaran las actividades y la inauguración de las salas se produjera al año siguiente, cuando apareció la primera publicación editada en la ciudad, un libro/catálogo que presenta la firma y parte de la colección. (Wildenstein, 1940) Recién en 1942, se inaugura la *Primera exposición de maestros de pintura antigua* demarcando la impronta en la pintura francesa del siglo XIX que alentaría las exhibiciones posteriores. (Wildenstein, 1942)

³ Las muestras que pueden visitarse desde noviembre de 2017 en Berna (Suiza) y Bonn (Alemania), montadas con obras saqueadas por los nazis y restituidas recientemente, contribuyen a visibilizar el tema y a sostener la vigencia de los debates ya tratados y denunciados en numerosas publicaciones desde la década de 1940. Ver los sitios oficiales de los museos respectivos en <https://www.kunstmuseumbern.ch/en/sehen/heute/688-bestandsaufnahme-gurlitt-120.html>; <http://www.bundeskunsthalle.de/en/exhibitions/gurlitt-status-report.html> Consultados en noviembre de 2017.

Para 1940, Wildenstein era una de las empresas más exitosas en el contexto del mercado de arte internacional, especialmente en Francia y en Estados Unidos. El fundador, Nathan Wildenstein (1851-1934), había estado asociado con la formación de colecciones muy prestigiosas como la del norteamericano John Pierpont Morgan desde fines del siglo XIX, una figura central en el mundo del arte y en el de las finanzas.⁴ Cuando abre la sucursal de Buenos Aires su hijo Georges Wildenstein (1892-1963) estaba a cargo de la firma y dirigía las sedes de Nueva York y Londres; era uno de los principales *marchands* de arte del momento que actuaba entre Europa y Estados Unidos con numerosos contactos entre coleccionistas, expertos, galerías y museos de ambos continentes. Cuando la casa central (establecida en París desde 1869) y la colección familiar sucumbieron bajo la ocupación alemana a partir de junio de 1940, Georges Wildenstein se trasladó a Nueva York en 1941 y desde allí continuó sus negocios en el mercado parisino. De acuerdo a las investigaciones realizadas durante los últimos años –tan polémicas como reveladoras–, el *marchand* habría sacado provecho de la red de contactos que mantenía en diferentes países, incluso en aquellos que se encontraban bajo la órbita nazi. (Feliciano, 2004: 24) (Nicholas, 2007: 51, 158 y ss.)

En el caso de Argentina, la tradición de un coleccionismo ávido de pintura antigua resultaría favorable al nuevo emprendimiento.⁵ La firma se instaló en un local de la calle Florida 914; allí se concentraban las principales galerías de la ciudad, por lo que constituía un terreno vital para el comercio artístico. Luego, a fines de la década de 1960, se trasladó a pocos metros sobre la avenida Córdoba 618. Los últimos registros de actividad que existen en Buenos Aires datan de 1990, el que fue el último año de actuación de la empresa en la ciudad. No obstante, hoy en día, el edificio de Córdoba permanece tal como funcionó hasta ese momento: no sólo puede verse un mantenimiento periódico, sino que aun ostenta el nombre de la firma sobre la fachada; las dos vidrieras que flanquean el acceso continúan exhibiendo desde hace años varios ejemplares de la *Gazette des beaux-arts* editada por Wildenstein en París.⁶

⁴ Puede verse una mirada temprana sobre esta colección en el contexto del espacio norteamericano entre fines del siglo XIX y la primera mitad del XX en el volumen de Aline Bernstein Saarinen (1958). Por otra parte, el papel de Morgan en el Museo Metropolitano de Nueva York ha sido estudiado, entre otros, por Calvin Tomkins (1989).

⁵ Para entonces, el país atravesaba los últimos años de la llamada “década infame”, un período de profunda crisis política signada por años de elecciones fraudulentas y fuerte gravitación del Ejército en la vida pública. Con el estallido de la Guerra, y en particular, el ingreso de Estados Unidos al bando aliado en 1941, obligó a extremar las posiciones profundizando las diferencias entre los defensores de la causa aliada y los partidarios de la neutralidad. No obstante, el gobierno nacional, a través de los sucesivos mandatarios se mantuvo neutral frente al conflicto. Recién, en enero de 1944, y bajo la presión de Estados Unidos, el Gral. Edelmiro J. Farrell declara la guerra a las fuerzas del Eje. (Morgenfeld, 2009: 145-172) En el plano económico, a partir de la segunda mitad de la década, se identifica un período de crecimiento, de desarrollo de la industria por sustitución de importaciones y ampliación del mercado interno. (Korol, 2001: 34-45) En este contexto, Buenos Aires se mostraba como una plaza comercial atractiva y potencialmente apta para nuevos emprendimientos. Sobre el mercado de arte en Buenos Aires, ver Bermejo (2011 y 2016).

⁶ Incluso, la firma sigue apareciendo en las guías telefónicas como “WILDENSTEIN SA COMERCIAL DE ARTE PICTORI”, nombre bajo el cual continúa recibiendo correspondencia en el local de la Av. Córdoba.

Una de las primeras y efectivas estrategias para ingresar al mercado porteño fue la publicación (en junio de 1940) de un volumen ilustrado con fotografías de la casa central en París y pinturas que todavía formaban parte de la colección Wildenstein. El texto también brindaba referencias históricas de la galería y se explayaba en la trayectoria del fundador, particularmente en sus vínculos con el citado J. P. Morgan. (Wildenstein, 1940) Siguiendo estrategias conocidas, el catálogo apelaba a recursos de impacto como la mención de clientes famosos y la exhibición de piezas provenientes de acervos privados. Asimismo, otras figuras célebres del coleccionismo internacional aparecían allí como garantía de un comercio serio y honorable que había asentado su prestigio a ambos lados del Atlántico. Con un gesto de deferencia, el texto mencionaba en primer lugar a su clientela local; en su mayoría, integrada por representantes de familias porteñas tradicionales dentro de las que destacaban coleccionistas como Juana B. de Devoto, Ricardo Green, Otto Bemberg, Antonio Santamarina y la familia Álzaga Unzué. A los argentinos, se sumaban los nombres de Lady Cunnard, Lady Chester Beaty y Winston Churchill de Londres, los magnates Henry Clay Frick y Andrew W. Mellon de EE.UU.; también figuraban los barones Maurice y Robert de Rothschild y Weil Piccard de París cuyas colecciones, pocos meses después de publicado el catálogo, serían víctimas del saqueo nazi durante la Ocupación.

De este modo, los argentinos aparecían asociados por intermedio del *marchand* con quienes, en ese contexto, representaban sus pares fuera del país y podían, así, integrarse a una suerte de comunidad internacional afianzada a través de las elecciones estéticas –en su mayoría orientadas hacia los maestros antiguos– y, en definitiva, por la misma posesión del arte. En este sentido, eran interpelados por Wildenstein cuando hacía alusión al “evidente progreso cultural y artístico” (Wildenstein, 1940: 12) de la ciudad y al esfuerzo de los argentinos por sostener ese progreso a través del coleccionismo de obras de arte. El objetivo de la nueva sucursal tenía que ver con, precisamente, satisfacer la necesidad de adquirir obras en el viejo continente cuando las fronteras se estaban cerrando a causa de la Guerra y se interrumpían los viajes de compras habituales entre los sectores de altos recursos económicos. Sumando méritos a la propuesta, Wildenstein aludía a lo que podía ser un punto débil del patriciado local: el deseo de formar parte de una cultura europea refinada y legítima.

Si bien los artistas latinoamericanos, en especial los argentinos, tuvieron cierta presencia en sus elecciones estéticas, estos coleccionistas se inclinaron decididamente hacia el arte europeo. Wildenstein buscó cubrir esa demanda con la importación de pinturas o bien activando las estrategias necesarias para ganar protagonismo en las transacciones de obras que integraban el patrimonio existente en el país desde antes de la Guerra. Esta actividad se llevaría adelante en el marco de una plaza dominada por firmas ya establecidas y de trayectoria reconocida. Es probable que uno de los casos más destacados sea el Federico C. Müller, cuya empresa, una de las más antiguas de la ciudad, activa desde los años diez, se especializaba en los *old masters* y particularmente en el grabado. También operaban con

pintura antigua –y francesa en especial– otras salas comerciales prestigiosas como el salón Witcomb (fundado en 1897), Viau (en 1927) y Nordiska Kompaniet (en 1924).⁷

El énfasis puesto por Wildenstein en la pintura europea fue clave en los primeros años de trayectoria y se concentró en cuadros franceses de los siglos XVIII y XIX. Los dispositivos textuales que se desplegaron en numerosos catálogos de exhibiciones realizadas durante los años cuarenta –visibles también en la prensa periódica– se tornan elocuentes respecto del propósito de captar eventuales compradores a partir del interés que podían suscitar los significados asociados a la adquisición de obras de arte provenientes de Europa en el contexto de la contienda mundial. La retórica dominante subrayaba la idea de que los compradores estaban haciendo algo más que llevar una buena pintura: contribuían a preservar esos tesoros de la cultura artística universal que ya no podían mantenerse en su lugar de origen integrándolos a nuevas colecciones.

Reconstruir, preservar y estimar lo que venía de la destrucción y el saqueo son ideas que sobrevuelan las palabras de publicaciones editadas durante esos años y aun durante el período de la Posguerra por Wildenstein como así también por algunos galeristas locales. Cabe citar el ejemplo de Frans Van Riel, otro de los competidores ya afianzados en el terreno local, quien a fines de 1947, subastó la colección llegada de Italia propiedad de François Russo. Se remataban cien obras maestras de los siglos XVIII y XIX de Monet, Turner, Goya, Courbet, Morelli, Manet, Chaplin, Ingres, Rousseau, Fortuny, Favretto y otros.⁸ Dos ingredientes aumentaban el peso simbólico de la venta: por un lado, el hecho de que se efectuara a través de una subasta, y por otro, que se tratara de una colección privada. En cuanto al primero, el despliegue de estrategias puesto en marcha para cada nueva venta nos habla de eventos que revestían un tinte particular en la dinámica de una galería de arte, ya que a diferencia de la comercialización regular de obras, se trata de ventas periódicas destacadas a través de catálogos especiales y publicidad extra. Además, la subasta abre posibilidades para analizar los significados que transportaba esta organización *ad hoc* desde el punto de vista del estatus y los procesos de diferenciación social operados en el contexto del mercado y el consumo artístico. Jean Baudrillard ha señalado tempranamente una serie de aspectos propios de la subasta que la distancian del intercambio comercial habitual y ayudan a comprender ese poder de activación de nuevos significados. Siguiendo sus ideas, la venta de obras en el momento

⁷ A partir de la Guerra y durante los cuarenta, el arte argentino asumiría un papel preponderante en las exposiciones y ventas de obras de arte en detrimento de la pintura internacional. En el caso de Wildenstein, recién desde 1950 puede observarse un cambio significativo respecto de la incorporación de artistas locales. Sin embargo, durante la década de 1940, se exportaron a la sucursal de Nueva York obras de Carlos de la Torre y Ramón Gómez Cornet. Resulta destacable el hecho de que aparte de las diferencias estéticas, existía una distancia considerable respecto del éxito comercial de ambos pintores en Buenos Aires, particularmente notorio en el primer caso. No obstante, la galería buscó introducir estas firmas que gozaban de amplia circulación en la plaza local, aunque esto no habría significado, *a posteriori*, una política sistemática tendiente a la exportación del arte argentino.

⁸ La venta fue realizada en asociación con una de las principales casas de subastas de la ciudad, Ungaro y Barbará, la cual operaba a través de una comisión del %10; mientras que el catálogo contó con la colaboración del reconocido ensayista y crítico de arte español Antonio Pérez Valiente de Moctezuma, activo en el campo del mercado y el coleccionismo local desde las primeras décadas del siglo XX. (Van Riel 1947)

privilegiado de la subasta se convierte, como “el póker y la fiesta”, en un acontecimiento ritual y único; es una competencia, un reto, un enfrentamiento esencialmente personal cuya función primordial es la institución de una comunidad de intercambio entre iguales. Un acto colectivo reeditado periódicamente y durante el cual un grupo de afortunados reunidos por el *marchand* vuelve a exponerse, a presentarse y a revalidar su estatus social. (Baudrillard, 1999: 121-123) Por otro lado, con respecto al segundo ingrediente, se trataba de una colección particular, de modo que las elecciones previas sostenían las elecciones actuales, acreditaban la autenticidad de las firmas, la calidad de las obras y, lo que es aún más determinante, garantizaban la vigencia y validez de ciertos criterios de gusto. Pero si todos aquellos argumentos no lograban convencer a los compradores existía la posibilidad de apelar a cuestiones materiales más concretas y cuantificables. Frente a la destrucción, el desmoronamiento de la riqueza colectiva, el comercio y la industria, el arte podía considerarse un “valor estable y eterno”. (Van Riel, 1947) Después de la Guerra, esta afirmación parecía ser una realidad, como ya lo había sido desde la Primera Guerra Mundial, cuando la pintura se convirtió en un tipo de inversión relativamente seguro.

Por su lado, Wildenstein incluyó la publicación del volumen *El mercado de arte* (Heniot 1942) como parte de las estrategias implementadas en los primeros años a fin de consolidar una posición en Buenos Aires. A cargo del representante local, Enrique L. Heniot –*marchand* argentino vinculado a la firma desde la década de 1920–,⁹ el libro buscaba instruir a nuevos coleccionistas a través de los ejemplos que habían constituido modelos paradigmáticos en el territorio. Si bien existen algunos textos que pueden tomarse como antecedentes respecto del propósito de explicar cuestiones relativas al funcionamiento del mercado y brindar consejos para la compra de obras de arte, en gran medida, la publicación tenía un carácter inédito en Argentina a comienzos de la década del cuarenta. En este sentido, es destacable el interés en promocionar la profesión del negociante de arte, como así también consolidar la idea de que la compra de pinturas constituía una inversión económica rentable y equivalente a las que podían realizarse con la adquisición de otro tipo de bienes. El objetivo del libro buscaba informar al público sobre el funcionamiento del mercado ya que éste sería un campo desconocido para muchos intelectuales, más aun en los países sudamericanos. (Heniot, 1942: 12-13) De manera similar a otros mercados, el del arte se definía aquí como un ámbito específico con reglas propias que requería de especialistas acreditados, con trayectoria y un abanico de herramientas determinadas para orientar al comprador. Sin embargo, según constataba el autor, el público no solía recurrir al negociante especializado al momento de seleccionar y adquirir una obra de arte. A diferencia de quienes buscaban invertir sus capitales en el mercado financiero y recurrían a un banquero o a un abogado, el aficionado se valdría de sus propios criterios y herramientas. Como consecuencia, este accionar incauto causaría perjuicios al momento de juzgar el valor comercial de la pieza, así como también su autenticidad y valor artístico. (Heniot, 1942: 14-15)

⁹ Años más tarde, sería reemplazado por Lupo Stein quien ocuparía el cargo de director artístico.

No obstante, a fin de señalar el camino correcto, el texto se detenía en las enormes y prestigiosas colecciones formadas en Europa y en Estados Unidos gracias al consejo de *marchands* de renombre internacional entre quienes ubicaba, naturalmente, a Wildenstein. Junto a este último, los Wertheimer, los Goldschmidt, los Seligmann, los Duveen y los Knoedler representaban la mayor autoridad en el terreno. Cada uno de los aficionados que citaba (a los que se sumaban los Demidoff, Schouvaloff, Rothschild, Otto Beit, Holford, Hamilton, Houldschinsky, Secrestat, los hermanos Goncourt, Mannheimer, Weil-Picard, David Weil, Morgan, Mellon y otros) “ha tenido su *marchand*, como tuvieron ‘su abogado’, ‘su médico’, ‘su banquero’.” (Heniot, 1942: 42-43) Es decir, constituían modelos ejemplares en cuanto a la profesionalización de la actividad coleccionista llevada a cabo mediante un asesoramiento específico.

Con respecto a los artistas, Heniot subrayaba otro asunto de especial importancia para los comparadores provenientes de un país como Argentina, periférico en el mapa global de las hegemonías culturales: los valores locales y los valores internacionales. Si bien afirmaba que Argentina contaba con artistas relevantes cuyas obras cotizaban en el mercado interno, estos no tenían cotización en el plano internacional, donde operaba Wildenstein, es decir, en los mercados de París, Londres o Nueva York. Por el contrario, las firmas que por entonces comercializaba la empresa –maestros antiguos como Botticelli, Rembrandt, Rubens o firmas más modernas como las de Corot, Monet o Daumier– alcanzaban cotizaciones muy elevadas en aquellas capitales culturales. Una vez explicada esta situación, además de considerar la importancia del valor específicamente artístico, se listaban aquellos elementos determinantes del valor comercial de una obra de arte que debían ser observados por el comprador: categoría del artista, dimensiones de la obra, estado de conservación, tema y composición, época dentro de la carrera del artista en la que se produjo la pieza, procedencia, si figuraba o no en los catálogos del artista, en exposiciones o remates y, por último, quiénes vendieron la obra “para definir el grado de garantía de autenticidad, según el renombre y la reputación del negociante”. (Heniot, 1942: 23)

De este modo, el volumen aunaba un carácter didáctico, con precisiones y ejemplos respecto del funcionamiento del comercio artístico, y un carácter publicitario que tendía a situar la empresa y su flamante sucursal porteña en el escenario del mercado global. En el marco de estos propósitos, así como se ubicaban los referentes internacionales del coleccionismo, eran señalados aquellos nombres que en el espacio local ofrecían modelos a seguir como en el caso de Francisco Llobet, Mercedes y Antonio Santamarina, entre otros. La elección no era casual, se trataba de colecciones muy notorias en Buenos Aires, conocidas y difundidas desde las primeras décadas del siglo XX y, valoradas, en particular, por las piezas debidas a los grandes maestros del siglo XVI al XIX. Ninguno de ellos había intentado comprar “pichinchas”, tal como identificaba el autor del libro los cuadros a bajo precio; por el contrario, buscaban calidad y autenticidad, en definitiva, habían comprendido que las obras maestras requerían de una inversión económica acorde a sus valores artísticos. (Heniot, 1942: 44)

Además de apelar a los propietarios más notorios de la ciudad como ejemplos distinguidos, y al mismo tiempo, sumarlos como garantes de su propio trabajo, Wildenstein promocionaba el consumo de arte europeo con la organización de exhibiciones montadas exclusivamente con piezas provenientes de acervos privados. En este sentido, el arte francés en especial –siguiendo la política de exhibiciones que caracterizó la empresa desde su establecimiento en Buenos Aires– ocupó un espacio significativo en las operaciones que buscaron promover el patrimonio. Así, en junio de 1947, a dos años de concluida la Guerra en Europa, se presentó una muestra de pintura francesa del siglo XVIII (con obras de Antoine Pesne, Jean Baptiste Pater, Jean Antoine Watteau, Jacques Lautherbourg, Louis Gabriel Moreau, Jean Baptiste Huet, Louis Philippe Crepin, Nicolas Antoine Taunay, Jean Louis Demarne, Philippe Mercier y Carle Van Loo, entre otros) y, en octubre del mismo año, se reunió la mayoría de los cuadros existentes en la ciudad debidos a Pierre-Auguste Renoir.¹⁰ (Rinaldini, 1947)

Wildenstein se imponía en la plaza porteña, en especial, en un sector específico del consumo artístico: el de los coleccionistas de altos recursos económicos, en su mayoría inclinados hacia la compra de pintura europea.¹¹ Además de la cobertura periodística de sus exposiciones –tanto en los diarios de gran tirada, por ejemplo, *La Nación*, como en magazines populares como *El Hogar*–, una publicación lujosa y muy vinculada al coleccionismo, como fue la revista *Saber Vivir*, también se constituyó en una vía estratégica para la promoción de la firma en los años cuarenta. Desde sus portadas, exhibieron reproducciones de obras de arte que integraban la colección Wildenstein, entre ellas, maestros holandeses, Willem van Aelst es un ejemplo destacado; también renombradas firmas francesas como Odilon Redon y españoles de gran circulación en Buenos Aires como Joaquín Sorolla y Bastida. Si bien no se consignan datos respecto de la locación de las piezas, es probable que formaran parte de la trastienda y, por lo tanto, que resultaran accesibles a la clientela local.

Más adelante, mientras que *Saber Vivir* continuaba ofreciendo un espacio de importancia a la firma, por otro lado, se destaca la publicación de un artículo en mayo de 1953 en la revista *Continente*, afín al gobierno de Juan Domingo Perón, el cual pone en escena las tensiones, acuerdos y pasajes que atravesaban distintos sectores del campo cultural. En efecto, no obstante el marcado interés de Wildenstein en cautivar una clientela privilegiada, este perfil, sostenido hasta el cierre de la sucursal porteña, no constituyó

¹⁰ Otra muestra notoria en el mismo sentido fue la dedicada a Constantin Guys en octubre de 1949, prologada por el escritor y crítico de arte argentino Manuel Mujica Lainez. (Mujica Lainez, 1949) En este caso, la organización estuvo a cargo de un grupo de actores relevantes en el espacio local: además de Mujica Lainez, intervino la escritora María Rosa Oliver, José Eyzaguirre, director de la revista *Saber Vivir*, el pintor Héctor Basaldúa y el museólogo Luis M. Carreras Saavedra, entre otros.

¹¹ Aun cuando las políticas de exhibición mantuvieron su eje central en el arte internacional, como mencioné antes, avanzando en los década de 1950 y a partir de los años sesenta la presencia del arte argentino en Wildenstein se vuelve más notoria en el marco de un proceso que puede registrarse en otras salas contemporáneas. Incluso, se organizaron muestras con obras de colecciones reconocidas como la de Luis Arena en 1950 a fin de promover nuevos modelos dentro del territorio.

obstáculo para que, cuando cumplía el 94° aniversario de existencia (y unos doce años de actuación en Buenos Aires), sectores oficialistas abrieran un espacio de homenaje publicitando su desempeño:

Exposiciones de tan alta dignidad artística, a la vez que reafirman la condición de la galería que las brinda, considerada con justicia la más importante del mundo, refuerzan la posición de Buenos Aires como ciudad en la que se alienta uno de los más intensos movimientos artísticos de los tiempos modernos. Porque la instalación de Wildenstein en su seno no es un hecho que pueda separarse del avance cultural de la metrópoli. Buenos Aires es escenario y mercado digno de acoger a una organización triunfante en París, en Londres y en Nueva York, y cuya acción no es posible sin la existencia de un ambiente adecuado, de una atmósfera propicia. (*Continente*, 1953: 129-130)

Se trataba de una coyuntura marcada por la apertura política y económica, cuando el gobierno peronista –condenado por la intelectualidad local por el supuesto aislamiento de la Argentina en el mapa internacional– intentaba dar muestras al mundo de que también podía ser moderno y actual en el plano de la cultura.¹² En este contexto, la publicidad de *Continente* reflejaba un verdadero intento por apropiarse del éxito de la firma; el artículo, publicado en ocasión de una muestra de grandes maestros, procuraba enfatizar todas las condiciones favorables –que ya estarían dadas gracias a la gestión peronista– para el desarrollo del arte y el mercado artístico en el contexto de un país cuyo progreso podía equipararse –según esta mirada– con las grandes capitales internacionales.

De este modo, un medio oficialista, como era la revista *Continente*, aportaba una publicidad adicional a las distintas estrategias puestas en práctica por el *marchand* a fin de insertarse con éxito en una plaza comercial competitiva. Al mismo tiempo, encontraba un público acotado pero receptivo y dispuesto a ocupar un lugar entre las grandes lides del coleccionismo internacional. Wildenstein trabajó para consolidar la idea de que Buenos Aires podía ser un sitio irresistible para amantes del arte. Primero, había que instalar esa noción en el imaginario –el libro de Heniot enseñaba el funcionamiento del mercado y mostraba modelos de coleccionismo operando en este sentido– y después buscar la forma de materializarla desde una posición protagónica. Algunos de los mecanismos de persuasión que se desplegaron durante los primeros diez años de actividad subrayaban de manera insistente las virtudes de un sector específico del público porteño y, en especial, su capacidad para valorar las obras maestras provenientes de Europa, afrontar los costos que ello requiriera en pos de salvaguardar, eventualmente, los “tesoros de la cultura universal”, aun cuando esto significara omitir todo cuestionamiento respecto de la procedencia. En los años posteriores, aun cuando las políticas de exhibición mantuvieron su eje central en el arte internacional, avanzando en los década de 1950 y a partir de los años sesenta la presencia del arte argentino

¹² Respecto de los cambios en la política cultural del peronismo, ver Giunta (2001); cf. Torre (2002: 13-77). También, la promoción de Wildenstein desde *Continente* puede leerse como coletazo del pragmatismo que caracterizó las políticas del peronismo, particularmente en torno a la “cuestión judía”. Ver Lvovich (2006).

se vuelve más notoria en el marco de un proceso que puede registrarse en otras salas contemporáneas.

No obstante, este caso significa, a diferencia de otros, una pesquisa casi detectivesca. Sin duda, los antecedentes ligados al conflicto judicial que entabló la familia Wildenstein contra Héctor Feliciano después de la publicación del famoso libro *El museo desaparecido* (cuya versión en francés fue editada en 1995); así como también las denuncias hechas en Argentina, a propósito de la supuesta existencia de obras robadas por los nazis en Buenos Aires, contribuyen a dificultar la búsqueda de información. De hecho, no sólo no están disponibles los archivos de la galería, memorias institucionales o una nómina completa de las exposiciones realizadas en Buenos Aires, sino que tampoco es posible apelar a la memoria de los viejos *marchands* de la ciudad, ya que, hasta el momento, la trayectoria de la firma se muestra cubierta por un halo de misterio que nadie pareciera dispuesto a develar.¹³ Por tanto, los materiales utilizables no pueden más que constituir un universo fragmentario sobre el que, sin embargo, es posible avanzar y analizar los mecanismos de inserción y el rol que le cupo a la galería en el marco del mercado de arte en Buenos Aires.

Mientras que el campo académico internacional el tema de la circulación de obras expoliadas por los nazis ha suscitado debates y estudios exhaustivos, en Argentina continúa siendo una deuda pendiente. Por desgracia, la política del silencio se mantuvo, aun en los últimos años del siglo XX, después que se conoció el informe realizado en 1999 por la Comisión para el Esclarecimiento de las Actividades Nazis en la Argentina (CEANA).¹⁴ Si bien es destacable la voluntad política que promovió la investigación, los resultados referidos

¹³ Cabe mencionar, no obstante, las entrevistas realizadas al coleccionista y gestor cultural Jorge Heftl, como así también al historiador del arte Ángel Miguel Navarro, quien trabajó en la galería durante los años setenta, como aportes significativos para este trabajo.

¹⁴ La CEANA se creó en 1997 por iniciativa del gobierno nacional, en ese momento a cargo de Carlos Saúl Menem, quien entonces cursaba su segundo mandato consecutivo, reelecto en 1995 (ocupó la presidencia desde el 8 de julio de 1989 al 10 de diciembre de 1999). La idea partió del canciller Guido Di Tella, quien reunió un conjunto de investigadores reconocidos en distintas disciplinas. En julio de 1997, se anunció la integración del Panel Internacional (que luego debía evaluar los resultados de las investigaciones) y de los Comités Asesor y Académico de la CEANA. Hacia fines de ese año, comenzaron a trabajar las diferentes unidades de investigación a cargo del escritor Marcos Aguinis (miembro del Panel Internacional), Ignacio Klich (Coordinador Académico) y los investigadores Fernando J. Devoto, Carlota Jackisch, Holger Meding, Diana Quattrocchi-Woisson, Mónica Quijada, Víctor Peralta, Daniel Reinhartz, Matteo Sanfilippo, Roberto A. Potash, Celso Rodríguez, Mario Rapoport, Andrés Musacchio, Ronald C. Regalsky, Adela Harispuru, Jorge Gilbert, Ángel Miguel Navarro, Luis Alberto Romero, Cristián Buchrucker, Fabián Brown, Gladys Jozami, Daniel A. Sabsay, Raúl Sosnowsky, Leonardo Senkman, Roberto Russell, Juan Gabriel Tokatlian, María Inés Barbero, Marcelo Rougier y Lord Ralf Dahrendorf (miembro del Panel Internacional de la CEANA). La creación de la comisión se anunció públicamente el 16 de noviembre de 1998, cuatro años después del atentado a la AMIA (Asociación Mutual Israelita Argentina), el peor atentado antisemita de la región después de la Segunda Guerra (18 de julio de 1994), y a seis años del atentado a la Embajada de Israel en Argentina (17 de marzo de 1992). Se trató de una investigación oficial sobre la llegada de criminales de guerra y la complicidad de los gobiernos argentinos de la época. Finalmente, las conclusiones no fueron definitivas respecto de la responsabilidad de Juan Domingo Perón en la llegada del conjunto de los criminales de guerra. En 1999, se presentó el informe final y se dieron por cerradas las investigaciones.

Disponible en <http://desclasificacion.cancilleria.gov.ar/userfiles/INFORME-FINAL-CEANA-97-99.pdf>
Ratificación de disponibilidad el 28 de octubre 2016.

a los distintos aspectos que se abarcaron en el proyecto fueron altamente polémicos.¹⁵ En cuanto al área dedicada a la posible circulación de pinturas robadas por los nazis, el minucioso informe presentado discurre sobre las obras comercializadas por las galerías Witcomb, Müller y la Casa Bullrich; también, aborda la colección del Museo Nacional de Bellas Artes. En ninguno de estos casos, de acuerdo a sus conclusiones, habrían circulado piezas provenientes del saqueo nazi. Con respecto a Wildenstein, se informa:

En nuestra investigación, la Galería Wildenstein, debido a su posición en el mercado, había surgido como un lugar de importancia para la indagación de sus archivos. Su sucursal en la Argentina, sita en esta Capital Federal, podría aun contar con los archivos completos de sus exposiciones, pese a haber finalizado sus actividades hacen ya varios años y haber cerrado al público. Habiendo solicitado permiso a los apoderados de la familia Wildenstein para explorar los archivos de la galería que se halla en lo que antaño fueran sus salones de exposición, dicha autorización fue negada categóricamente. (Navarro, 1999)

Hasta aquí, la trayectoria de Wildenstein en Buenos Aires se presenta como un relato de silencios y omisiones que, no obstante, permite comenzar a construir parte de un mapa todavía fragmentario. Este trabajo constituye un primer abordaje que ha permitido identificar y desmontar los principales dispositivos vigentes en un mercado en vías de profesionalización para así intentar echar algo de luz sobre episodios ensombrecidos y solapados por la historia. El análisis de las estrategias comerciales, en la medida que apelaban a un núcleo ya formado en el coleccionismo de arte, abre la posibilidad de avanzar en el espacio de las redes de sociabilidad y el fortalecimiento de identidades que constituyeron la matriz fundamental para su desarrollo. De modo que, aun cuando se constatan más interrogantes que respuestas en cuanto a la circulación artística producto del expolio nazi, son los intersticios de este terreno – poblado de obras cuya procedencia e itinerarios todavía resultan opacos y archivos momentáneamente cegados para la investigación– los que habilitan la continuidad de una historia cuyos capítulos más controvertidos restan por escribirse.

Bibliografía

AAVV (1995): *Europa de posguerra. Arte después del diluvio 1945-1965*. Fundación La Caixa, Barcelona.

ALFORD Kenneth D. (2012): *Hermann Göring and the Nazi art collection: the looting of Europe's art treasures and their dispersal after World War II*. McFarland & Company, Jefferson.

¹⁵ Ver Kiernan (2005).

BAUDRILLARD, Jean [1972] (1999): *Crítica de la economía política del signo*. Siglo XXI, Madrid.

BAYER Thomas M. y John R. Page (2011): *The development of the Art Market in England: Money as a muse, 1730-1900*. Pickering & Chatto, Londres.

BERMEJO, Talía (2011): El arte argentino entre pasiones privadas y *marchands d'art*. Consumo y mercado artístico en Buenos Aires, 1920-1960. En M. I. Baldassarre y S. Dolinko (eds.). *Travesías de la imagen. Historias de las artes visuales en la Argentina*, Vol. 1. Archivos del CAIA 4-Eduntref, Buenos Aires.

BERMEJO, Talía (2015): “Simón Scheimberg y Luis Seoane”, en *GOYA. Revista de Arte*, Madrid, n° 351, Fundación Lázaro Galdiano, pp. 128-151.

BISSO, Andrés (2005): *Acción Argentina. Un antifascismo nacional en tiempos de guerra mundial*. Prometeo, Buenos Aires.

CATTARUZZA, Alejandro (dir. de tomo) (2001): *Nueva historia argentina. Crisis económica, avance del estado e incertidumbre política (1930-1943)*. Tomo VII. Sudamericana, Barcelona.

FELICIANO, Héctor (2004): *El museo desaparecido: los nazis y la confiscación de obras de arte*. Emecé, Buenos Aires.

FLECK, Robert (2014): *El sistema del arte en el siglo XXI. Museos, artistas, coleccionistas, galerías*. Mardulce, Buenos Aires.

GIUNTA, Andrea (2001): *Vanguardia, internacionalismo y política. Arte argentino en los años sesenta*. Paidós, Buenos Aires.

GRAW, Isabelle [2008] (2013): *¿Cuánto vale el arte? Mercado, especulación y cultura de la modernidad*. Mardulce, Buenos Aires.

HASKELL, Francis [2000] (2002): *El museo efímero. Los maestros antiguos y el auge de las exposiciones artísticas*, Barcelona.

LVOVICH, Daniel (2006): “El golpe de estado de 1943, Perón y el problema del antisemitismo”, en Marcela García Sebastiani (ed.), *Fascismo y antifascismo. Peronismo y antiperonismo. Conflictos políticos e ideológicos en la Argentina (1930-1955)*. Iberoamericana/Vervuert Verlag, Madrid/ Frankfurt, pp. 107 – 132.

MORGENFELD, Leandro Ariel (2009): “La neutralidad argentina y el sistema interamericano: Panamá, La Habana y Río de Janeiro (1939-1942)”, *Ciclos en la Historia, la Economía y la Sociedad*, Buenos Aires, Vol. 18, pp. 145 – 172.

MOULIN Raymonde [1967] (1989): *Le Marché de la peinture en France*. Éditions de Minuit, París.

MOULIN Raymonde (2012): *El mercado de arte. Mundialización y nuevas tecnologías*. La marca editora, Buenos Aires.

NEIBURG, Federico (1998): *Los intelectuales y la invención del peronismo. Estudios de antropología social y cultural*. Alianza, Buenos Aires.

NICHOLAS, Lynn H. (2007): *El saqueo de Europa. El destino de los tesoros artísticos europeos durante el Tercer Reich y la Segunda Guerra Mundial*. Ariel, Barcelona.

SAARINEN, Aline Bernstein (1958): *The Proud Possessors: The Lives, Times, and Tastes of Some Adventurous American Art Collectors*. Random House, New York.

TOMKINS, C. (1989): *Merchants and Masterpieces: The Story of the Metropolitan Museum of Art*. Henry Holt & Co., New York.

TORRE, Juan Carlos (dir. de tomo) (2002): *Nueva historia argentina. Los años peronistas (1943-1955)*. Tomo VIII. Sudamericana, Barcelona.

VELTHUIS Olav (2005): *Talkin Prices. Symbolic Meanings of Prices on the Market for Contemporary Art*. Princeton University Press, New Jersey.

WHITE Harrison y Cynthia White [1965] (1993): *Canvases and Careers. Institutional change in the French Painting World*. The University of Chicago Press, Chicago.

WILDENSTEIN Daniel, Yves Stavridès (2006): *Marchands d'art*. Plon, Paris.

Fuentes documentales

THE INTERNATIONAL RAOUL WALLENBERG FOUNDATION (2003): “La Argentina y los Nazis: un debate necesario”. Disponible en <http://www.raoulwallenberg.net/es/articulos/argenazis-60/argentina-nazis-debate/> [Consultado en diciembre de 2015]

BUNDESKUNSTHALLE (2017): *Bestandsaufnahme Gurlitt. Der NS-Kunstraub und die Folgen*, 3. November 2017 bis 11. März 2018. Disponible en <http://www.bundeskunsthalle.de/en/exhibitions/gurlitt-status-report.html> [Consultado en noviembre de 2017]

CARREA, Lía (1948): “Inventario: Renoir en Buenos Aires”, *Ver y Estimar*, vol. I, n. 1, abril, pp. 24-28.

CLARÍN (1960): “Encuesta a los dueños de galerías de arte y libros de Buenos Aires”, *Clarín*, Buenos Aires, 28 de agosto, pp. 18-19.

CONTINENTE (1953): “Wildenstein: galería de fama mundial triunfa en Buenos Aires”, *Continente*, n. 74, Buenos Aires, mayo, pp. 129-130.

EIRIZ MAGLIONE, Eduardo (1958): “Las galerías de arte bonaerenses”, *Lyra*, a. 16, n° 171-173, Buenos Aires, segundo número extraordinario, s. p.

EL HOGAR (1953): “Una exposición excepcional: la pintura en Buenos Aires en la Galería Wildenstein”, Buenos Aires: s.n., *El Hogar*, v. 49, n. 2272, 29 de mayo.

HENIOT Enrique L. (1942): *El mercado de arte*. Buenos Aires, Wildenstein.

HENIOT Enrique L. (1943): *Grabados ingleses antiguos de sport*. Buenos Aires, Wildenstein Arte S.A.

KIERNAN, Sergio (2005): “La saga de una comisión menemista. Para qué sirve la Ceana?”. Buenos Aires, *Página 12*, 12 de junio. Disponible en <http://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-52266-2005-06-12.html> [Consultado en diciembre de 2015]

KOLLMANN, Raúl (1999): “CEANA presento su informe: llegaron 180 nazis. Perón sabía quiénes eran”. Buenos Aires, *Página 12*, 11 de diciembre, p. 15. Disponible en <http://www.pagina12.com.ar/1999/99-11/99-11-12/pag15.htm> [Consultado en diciembre de 2015]

KUNSTMUSEUM (2017): *Bestandsaufnahme Gurlitt «Entartete Kunst» – Beschlagnahmt Und Verkauft*, 2. November 2017 bis 4. März 2018. Disponible en <https://www.kunstmuseumbern.ch/en/sehen/heute/688-bestandsaufnahme-gurlitt-120.html>. [Consultado en noviembre de 2017]

MARINA AIZEN (1999): “Los crímenes del Tercer Reich: las consecuencias de la Guerra. Argentina refugió a 180 criminales nazis”. Buenos Aires, *Clarín*, 25 de septiembre. Disponible en <http://edant.clarin.com/diario/1999/09/25/i-03801d.htm> [Consultado en diciembre de 2015]

MUJICA LAINEZ, Manuel (1949): *Constantin Guys*, Buenos Aires, Wildenstein Arte S.A., octubre.

NAVARRO, Ángel Miguel (1999): “Posible circulación en la Argentina de obras de arte robadas por agentes del Tercer Reich en Europa”, *Informe de la CEANA* (Comisión Actividades Nazis en la Argentina), Buenos Aires.

RINALDINI, Julio, *Renoir* (1947): Exposición organizada con el concurso de coleccionistas argentinos. Buenos Aires, Galería Wildenstein, octubre.

SALÓN WITCOMB (1920): *Exposición de arte antiguo moderno y escuela 1830: organizada por Don Enrique L. Heniot en nombre y representación de las casas M. Knoedler y Cia., Gimpel y Wildenstein, y Ehrich Galleries de New York*. Buenos Aires, Witcomb.

VAN RIEL (1947): *Colección François Russo-de la ville sur Yllon. Obras maestras siglos XVIII-XIX*. Buenos Aires, Galería Van Riel, octubre – noviembre.

WILDENSTEIN (1940): *Wildenstein Buenos Aires*, Buenos Aires, Wildenstein.

WILDENSTEIN (1942): *Primera exposición de maestros de pintura antigua*, Buenos Aires, Wildenstein S. A., 22 de septiembre – 20 de octubre.

WILDENSTEIN (1942): *Two argentine painters: Carlos de la Torre, Ramón Gómez Cornet*, New York, Wildenstein and Co., May 15th to June 6th.

WILDENSTEIN (1945): *Obras maestras de la pintura francesa del siglo XVIII*, Buenos Aires, Wildenstein S. A., 20 julio - 20 agosto.

WILDENSTEIN (1945): *Pinturas de maestros del siglo XIX*, Buenos Aires, Wildenstein S. A., octubre – noviembre.

WILDENSTEIN (1947): *Pinturas francesas del siglo XVIII*, Buenos Aires, Galería Wildenstein, junio.

WILDENSTEIN (1948): *Pinturas francesas del siglo XVIII*, Buenos Aires, Galería Wildenstein: julio.

