

Comercialización de las obras de arte. Investigación sobre la cerámica

Marketing of works of art.
Research on ceramics

Jianxiong Liu/ 刘剑雄
Universidad de Granada, España
Daxiong-liu@hotmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-5483-4308>

Recibido: 26/07/2021
Revisado: 26/03/2022
Aceptado: 26/03/2022
Publicado: 01/04/2022

Sugerencias para citar este artículo:

Liu, Jianxiong / 刘剑雄 (2022). «Comercialización de las obras de arte. Investigación sobre la cerámica», *Tercio Creciente*, (extra6), (pp. 155-167), <https://dx.doi.org/10.17561/rtc.extra6.6525>

Resumen

Hoy en día, hay cada vez más personas que se dedican a la industria del arte en la sociedad. Gracias a esto constantemente surgen nuevas obras de arte y producciones. Por tantas opciones que existen, muchos clientes, creadores y productores suelen perderse fácilmente en esta deslumbrante variedad de obras de arte, especialmente los creadores de arte, quienes se encuentran en un dilema a la hora de comenzar a diseñar. Por lo tanto, cómo realizar mejor la comercialización de obras de arte se ha convertido en una cuestión importante para la mayoría de las personas que trabajan en esta área.

La cerámica es una técnica que se ha mantenido desde la antigüedad hasta la actualidad, y que da lugar a muchas producciones como distintas mercancías y obras de arte, por lo que la comercialización de obras de arte es considerada un buen objeto de estudio para el autor. Para sustentar mejor esta investigación, el autor analizará a dos ceramistas representativos de la revista internacional *Cerámica*, uno es Pablo Picasso y el otro, el ceramista contemporáneo Xavier Monsalvatje. A partir de su análisis, aprenderemos cómo crear mejores obras de arte y establecer una buena base para nuestro desarrollo comercial.

Por último, el autor también mostrará algunos de sus trabajos relacionados con este tema.

Palabras clave: comercialización de obras de arte, cerámica, Pablo Picasso, Xavier Monsalvatje, diseño.

Abstract

Today, more and more people are engaged in the art industry. Thanks to this, new works of art and productions are constantly emerging. With so many options out there, many clients, creators and producers are easily getting lost in this dazzling array of artworks, especially for art creators who find themselves in a quandary when it comes to designing. Therefore, how to best market artwork has become an important question for most of the people working in this area.

Ceramics is a technique that has been maintained from ancient times to the present day. It gives rise to many productions that span from different types of merchandise all the way to works of art. Due to this, the commercialization of works of art is considered a good object of study for the author. To better support this research, the author will analyze two ceramists from the international magazine *Cerámica*, Pablo Picasso and contemporary ceramist Xavier Monsalvatje. From the analysis, we will learn how to create better art works and establish a good foundation for business development.

At the end, the author will also show some of his works related to this topic.

Keywords: Commercialization of works of art, Ceramics, Pablo Picasso, Xavier Monsalvatje, Design.

1. Notas preliminares

En 2021, el autor leyó un artículo sobre Pablo Picasso (Vivas, 2020) en la revista internacional *Cerámica*, cuyo contenido describía a grandes rasgos las obras de cerámica de Picasso y su carrera en la creación artística relacionada con este tema. Como todos sabemos, como gran maestro mundial de arte, Picasso tiene una enorme influencia en el campo, especialmente en el arte abstracto cubista, a través del cual ha obtenido grandes logros. Sus obras tienen un estilo muy personal, a tal punto que cuando la gente habla de él, siempre piensa en sus pinturas abstractas. Cuando el autor era muy joven, en la escuela primaria aprendió sobre este maestro y su arte a partir de distintos libros y revistas. Como el autor, la mayoría de las personas saben que Picasso fue un gran pintor, pero tu faceta como ceramista rara vez es conocida. A través del artículo de Antonio Vivas (Vivas, 2020), el autor pudo acceder a una mayor comprensión de su experiencia en la cerámica.

En 2019, el autor tuvo el honor de visitar el Museo Picasso de Málaga. En la sala de exposiciones vio una gran cantidad de obras de cerámica de Picasso a lo largo de su vida. Se conoce que Picasso tuvo 25 años de experiencia en la cerámica y que ha creado más de 4.000 piezas de obras de arte en cerámica en total. Hoy en día, estas obras se consideran tesoros artísticos y se recopilan en los principales museos del mundo para que las personas de distintos países las visiten y admiren.



Figura 1. “Carnaval”, 1951 – 1953, Vallauris. 33,5 x 34,5 x 24 cm. Museo National Picasso – Paris

DOI: <https://dx.doi.org/10.17561/rte.extra6.6525>
Investigación



Figura 2. “Cabeza de mujer con rejilla”, 1948 – 1950, Vallauris. 36,5 x 25,5 x 22,5 cm. Museo Nacional Picasso.



Figura 3. Pablo Picasso, “Pájaro polícromo”, manufactura Madoura, Vallauris (Francia) 31,4 x 38,8 cm.

Las imágenes presentadas anteriormente son del Museo Nacional Picasso de París. Sus obras tienen fuertes características personales y muy contemporáneas. Entre ellas, se encuentra una gran cantidad de obras con dibujos de palomas blancas, toros, mujeres, etc. Como se muestra en las tres figuras de arriba, estas obras se diferencian de otros productos cerámicos que usamos a diario, ya que tienen caracteres contemporáneos y muy artísticos. En aquel momento, la Segunda Guerra Mundial acababa de terminar y Picasso se vio profundamente afectado por esa guerra. Por lo tanto, se cree que la gran cantidad de vez que aparece representada la paloma blanca en sus obras, como en las Figuras 1 y 3, estaría representando su anhelo de paz. La figura de las mujeres en sus obras representan su respeto y el amor hacia ella, y el toro es el símbolo de España. Estos trabajos hicieron que el autor tuviera un gran interés por la cerámica, dando origen a esta investigación.

Una cerámica completa tiene las siguientes propiedades:

- La practicidad: este aspecto se refleja en los objetos de la vida diaria, como platos, cubiertos, azulejos, baldosas cerámicas, etcétera, utilizados en la construcción de viviendas.
- El carácter artístico: lo que se muestra a este respecto es su valor artístico, que se manifiesta de forma destacada en su función ornamental. Este aspecto también se puede extender a su carácter de época.

A través de la comprensión e investigación de las obras de arte, el autor entiende que las pinturas pueden usarse como decoración y tienen valor ornamental y de colección. Todos estos atributos se pueden agregar al trabajo de la cerámica. Por ejemplo, la superficie de las cerámicas se puede utilizar como plataforma para pintar. Además, los dibujos presentes en un objeto de cerámica guardan información de las características de cada época histórica, y por eso su valor se debe a que son empleadas en las tareas de investigación, otorgándoles un gran valor académico. Al mismo tiempo, estas obras de cerámica pueden integrarse fácilmente en nuestras vidas como mercancías.

Según las dos propiedades, el autor cree que la creación de productos de cerámica puede ser utilizada como representante de la comercialización de las obras de arte en general. Se trata de un caso muy exitoso y desarrollado. Esa es también la razón por la que este técnico de cerámica ha ido acompañado el desarrollo y progreso de la civilización humana desde las etapas más primitivas hasta las más modernas. Entonces, ¿cómo se realiza la creación de un objeto de cerámica? Y ¿a qué se debe prestar atención? Estas son cuestiones muy importantes para los ceramistas.

Para responder a las preguntas recientemente formuladas, y para comprender y descubrir cuáles las piezas de cerámica que podemos ver en nuestra vida diaria, el autor realiza el siguiente resumen:

Hoy, en nuestra vida diaria, la mayoría de las obras de cerámica que reconocemos se pueden dividir en tres categorías:

- Las obras de arte
- Los suministros diarios
- Las mercancías

Aquí, el autor va a presentar a un ceramista muy interesante y cuyos trabajos admira: Xavier Monsalvatje¹ (2012, 2017, 2018, 2021).

1 Xavier Monsalvatje (Godella, Valencia, 1965). Graduado en la especialidad de cerámica artística en la Escuela de Artes Aplicadas y Oficios Artísticos de Valencia en 1988. Eligió dedicarse a la cerámica porque en esos momentos trabajaba en una fábrica de cerámicas y colaboraba con su hermano Jorge, también ceramista. Fue alumno del ceramista Enric Mestre.

Su trabajo ha sido incluido en exposiciones colectivas, y está representado en colecciones públicas y privadas de México, Finlandia, Estados Unidos, Portugal, Austria, República de Panamá, República Dominicana, Chile, Dinamarca, Suecia, Noruega, Holanda, Inglaterra, Canadá, Alemania, Francia, Japón, Taiwán, Corea, China, Malí, Argentina, Ucrania, Croacia, Namibia, Italia, Turquía y Taiwán, entre otros países. Además, compagina su el trabajo en el taller con la docencia de cursos de cerámica. (Fuente: <http://xaviermonsalvatje.com/acerca-de-2/>, fecha consultada: 17/4/2021)



Figura 4. “Our flags will be great again”²



Figura 5. “CRISIS”³

2 Fuente: página web personal de Xavier, <http://xaviermonsalvatje.com/la-ciudad-especular/>, fecha consultada: 17/4/2021.

3 Fuente: página web personal de Xavier, <http://xaviermonsalvatje.com/proyecto-covid-19/>, fecha consultada: 17/4/2021.



Figura 6. “PRESTE ATENCIÓN, MANTENGA LA DISTANCIA”⁴

La Figura 4 es una de las piezas del proyecto “La ciudad especular” de Xavier. La misma refleja el descontento causado por los políticos estadounidenses en aquel momento. Las Figuras 5 y 6 corresponden a su proyecto “Covid-19”, cuyas piezas fueron hechas en su mayoría con la técnica de bajo cubierta con pigmentos o pinturas minerales. Esta técnica utiliza diferentes pinturas para pintar sobre las piezas de cerámicas horneadas, y luego vitrificadas en horno para terminar la cocción. La mayoría de las obras de Xavier reflejan directamente el mundo actual o los acontecimientos más importantes de su vida. Algunas son muy irónicas y revelan directamente los problemas de la sociedad. Así agrega su estilo único y su marca artística a las cerámicas, haciéndolas lucir más artísticas y decorativas.

Hoy en día, la cerámica, como mercancía y pieza de necesidad diaria, se ha integrado en gran parte en la vida de las personas. Como creadores de arte, si queremos comercializar mejor nuestras propias obras, debemos centrarnos más en la parte artística, porque esta parte todavía tiene mucho margen de mejora y puede incrementar el valor de las obras.

A través de la presentación de los dos artistas, Picasso y Xavier, podemos notar que las obras de arte deben ser contemporáneas, creativas y representativas. Este valor agregado se puede devolver a la creación de la obra en sí, sumando validez a la misma como una mercancía y atrayendo la atención de los clientes. Al mismo tiempo, encontramos que las obras de arte forman parte de la vida de cada uno de nosotros, y que logran el efecto de mejorar la calidad de vida de las personas.

2. Creación personal

4 Fuente: página web personal de Xavier, <http://xaviermonsalvatje.com/proyecto-covid-19/>, fecha consultada: 17/4/2021.

Inspirándose en estos maestros, el autor también lanzó algunas producciones realizadas en cerámica. A continuación se muestran los trabajos realizados (imágenes de de la I a la X):

La clasificación según su finalidad es la siguiente:

Clase para los alimentos

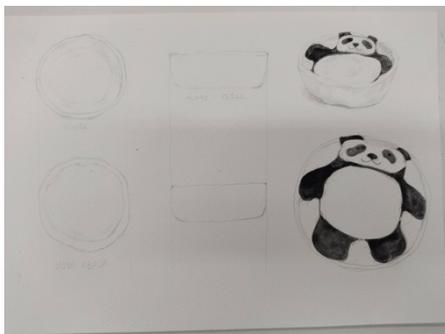


Imágenes I y II

La idea del trabajo en la imagen superior proviene de la ciudad natal del autor, Chengdu, el pueblo de oso panda. Allí, este animal es considerado uno de los símbolos más representativos de la ciudad. La técnica utilizada es pigmento sobre cubierta.

La serie de obras de la imagen inferior son utensilios de comedor, diseñados por el autor para cocinar raviolos, una comida tradicional de China. El color y el diseño son típicos de su ciudad también, y la técnica se denomina Nerikomi, que utiliza la mezcla de las pastas de temperatura baja pero con colores distintos.

Para poder comercializar estos productos en series, el autor también realizó distintos bocetos de diseños relevantes. La pieza final se ve como en la imagen de la derecha.



Imágenes III
y IV

Clase para decoración



Imágenes V, VI y VII



Imagen VIII

DOI: <https://dx.doi.org/10.17561/rte.extra6.6525>
Investigación

Las obras mostradas están relacionadas con las ciudades en las que vivió el autor. El diseño de azulejos que se observa en la esquina superior derecha muestra un patrón que se asemeja a un dragón, así como también un río, lo que representa que la sangre del chino puede continuar por una larga vida, como un río. En cada pieza fue bien calculada la distancia en el borde, de modo que pueden encajar entre ellas. Es decir, las posiciones se pueden empalmar arbitrariamente para crear diferentes imágenes en diferentes posiciones.

Además de la del panda, una de las bolas de cerámica de la imagen en la esquina superior izquierda posee el dibujo grabado de un gato. El diseño está inspirado en los representativos animales de Granada. Esta ciudad tiene una gran cantidad de gatos que viven en varios lugares y que se han convertido en una característica cultural de esta ciudad.

Por último, la tercera imagen muestra los azulejos de La Alhambra. El diseño utiliza la misma técnica que la de Xavier Monsalvatje, es decir, pigmento bajo cubierta. Estos azulejos pueden diseñarse por computadora, imprimirse y copiarse para ser producidos en series. Las obras de cerámica tridimensionales también se pueden copiar en lotes mediante un molde de escayola.

Clase de productos diarios



Imágenes IX y X

Este conjunto de obras está diseñado como soporte para tableta y portalápices. El diseño está inspirado en China, en los leones de piedra y la piedra Shigandang. Se tratan de esculturas tradicionales muy comunes en la ciudad de Chengdu, e incluso en toda China, y su función es eliminar el mal y orar por bendiciones. El autor los ha transformado en productos de un tamaño más pequeños para que puedan ser integrados en la vida de las personas pero sin perder su representatividad cultural.



Figura 7. Shigandang y la piedra de león en China⁵.

3. Conclusión

La creación de obras de arte no es un trabajo fácil, ya que se debe tener en cuenta en su practicidad, su calidad artística y su potencial para incrementar el valor comercial. A partir del análisis de los dos artistas mencionados, Picasso y Xavier, se puede aprender que la creación artística debe tener su propia singularidad, representatividad y conexión con la sociedad de cada época. Estos aspectos pueden aumentar el valor agregado de la producción en series de las obras de arte y su comercialización. Los recipientes de cerámica, con sus características de practicidad y calidad artística, demuestran que son elementos importantes e inseparables de sus creadores. Los productos artísticos no pueden separarse de nuestras vidas. Esto remarca la importancia de comprender a la sociedad, y recopilar las distintas inspiraciones de la vida, para poder transmitir las en la creación de mercancías artísticas. De esta manera, el camino de la creación puede desarrollar de una manera mucho más rica.

5 Fuente: fengshui55, <http://www.fengshui55.com/fengshuizhishi/16373/>, fecha consultada: 18/4/2021.

Referencias

- Monsalvatje, Xavier (2012). En Peligro Permanente. Ademuz, Espai d'Art. Ademuz, Valencia. España.
- Monsalvatje, Xavier (2017). Arquitectura del desaliento. Exposición a la Fundación Antonio Pérez. Museo de obra Gráfica. San Clemente. Cuenca. España.
- Monsalvatje, Xavier (2018). La Ciudad Especular. Museo de Cerámica de l'Alcora. Castellón.
- Monsalvatje, Xavier (2021). Página web personal. : <http://xaviermonsalvatje.com/acerca-de-2/>, fecha consultada: 17/4/2021
- Vivas, Antonio. (2020). Pablo Picasso. Revista internacional cerámica, N155, 15-18.