

**L'ADRESSE DEL ARTE CONTEMPORÁNEO  
EN QUARTIER 14**





**En la última década, la fondation Cartier reveló algunas de las exposiciones que más me influyeron y dejaron ideas y sensaciones que un poco, modificaron mi vida. Citaré la retrospectiva de Moebius, La pintura de David Lynch, La obra de William Eggleston, América Latina e Issey Miyake**



Allí, en el 261 del sereno Boulevard Raspail, en el Quartier 14 de París sucede día tras día -con excepción de los lunes- algo en el arte contemporáneo. Hay un edificio que no solo lo contiene sino también produce: museo y factoría. El fundador de este territorio en 1984 -34 hacia atrás - fue Dominique Alain Perrin. El deseo de Perrin fue concebir una fundación comprometida con el arte contemporáneo de manera severa y que pudiese conciliar sus diversos relatos, exposiciones, encuentros, fiestas, actos per-formaticos que pudieran hablar, primero con la actualidad de París primero, luego con el mundo a través del viaje de las muestras alrededor del planeta. Por otro lado, la Fondation decidió construir una colección permanente con una política de adquisición de obras a diferencia del Palais de Tokyo, que siempre recibe propuestas curatoriales que rotan -y sorprenden sin cesar- pero que jamás son propias, así la Fondation es también un museo, pues su obra propia es un relato de archivo que cura, más allá de las actividades que convoca. Es sorprendente que la Fondation Cartier haya logrado -en solo 34 años- suficiente poder y credibilidad para constituirse en una de las direcciones más notorias del arte parisino. Cuando anoto “sorpresa” es porque es difícil que la comunidad artística acepte y legalice la autoridad e independencia de un museo privado, cuya alma mater es una agresiva empresa comercial del mundo del lujo como la los joyeros de la Rue de la Paix 13, hoy una de las banderas del gigantesco Grupo Richemont. Sin embargo, en este caso, la noción de contemporaneidad no es extraña a las circunstancias de negocio que permitieron a Perrin re-inventar una gran tradición de la joyería francesa en creada en 1847 por Louis-Françoise Cartier y, que en 1975, parecía agonizar.

**“Dominique Perrin hizo Cartier con una Black Card que abrió la puerta de las discotecas que importaban en los 70s”**





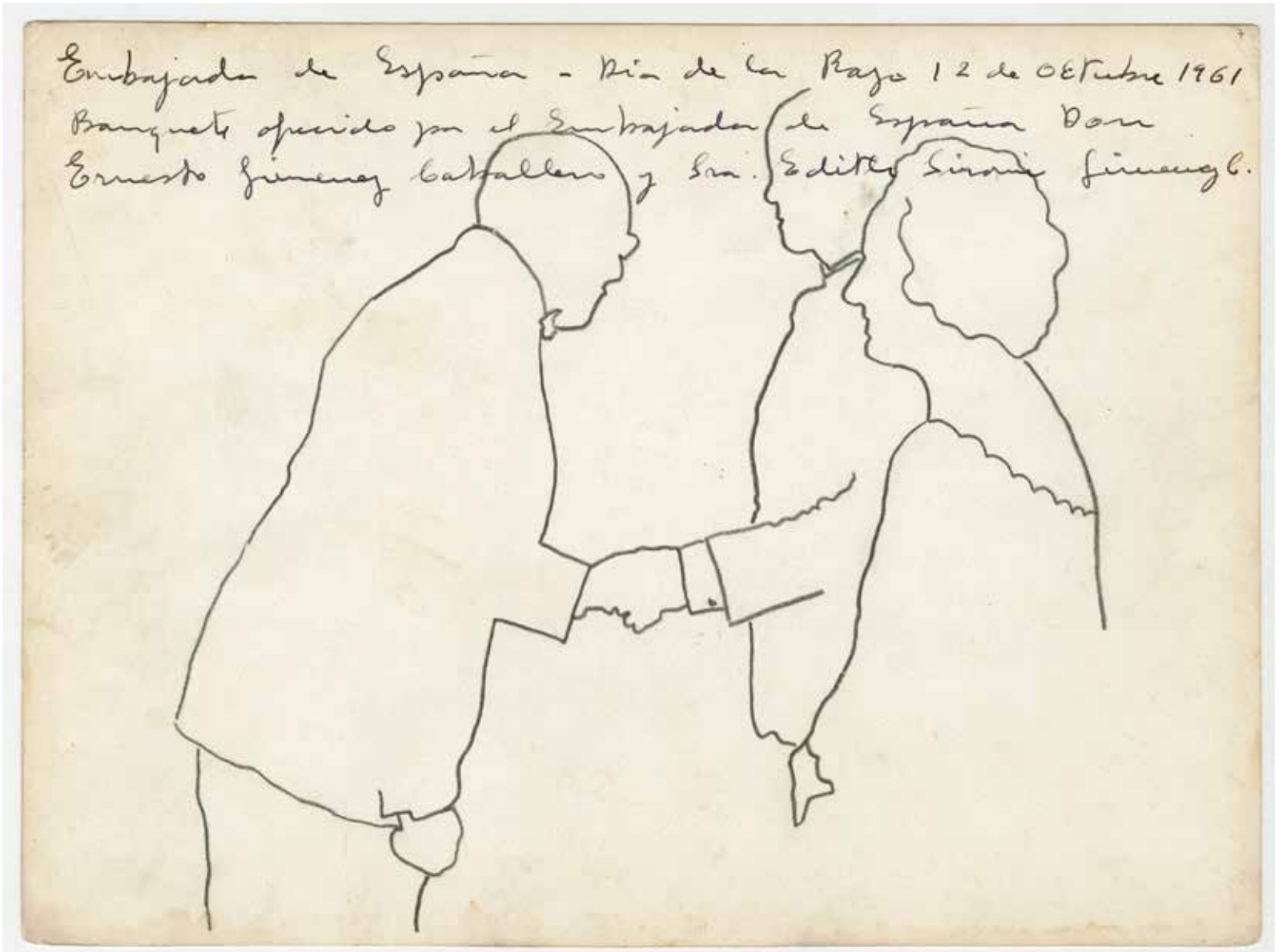
*Miguel Calderón, Untitled (Rings), 2006*

*Inkjet print, 97 x 130 cm*

*Courtesy of the artist and kurimanzutto, Mexico City*

© Miguel Calderón

*Exhibition América Latina 1960-2013, Fondation Cartier pour l'art contemporain,  
Paris, November 19, 2013 · April 6, 2014*



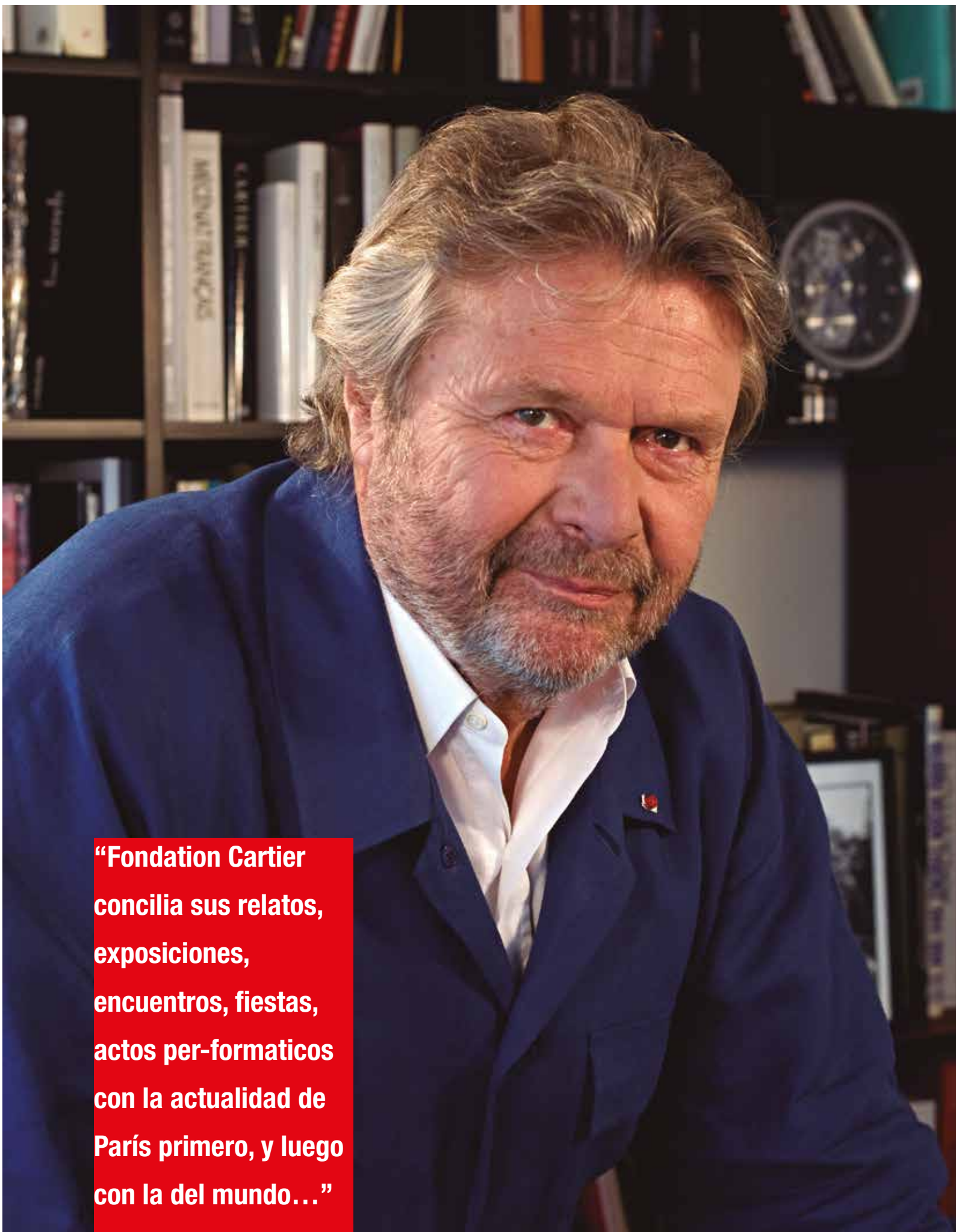
*Fredi Casco, untitled, Foto Zombie series, 2011*

*Pencil drawing on verso of a gelatin silver print, 17.5 x 23.5 cm*

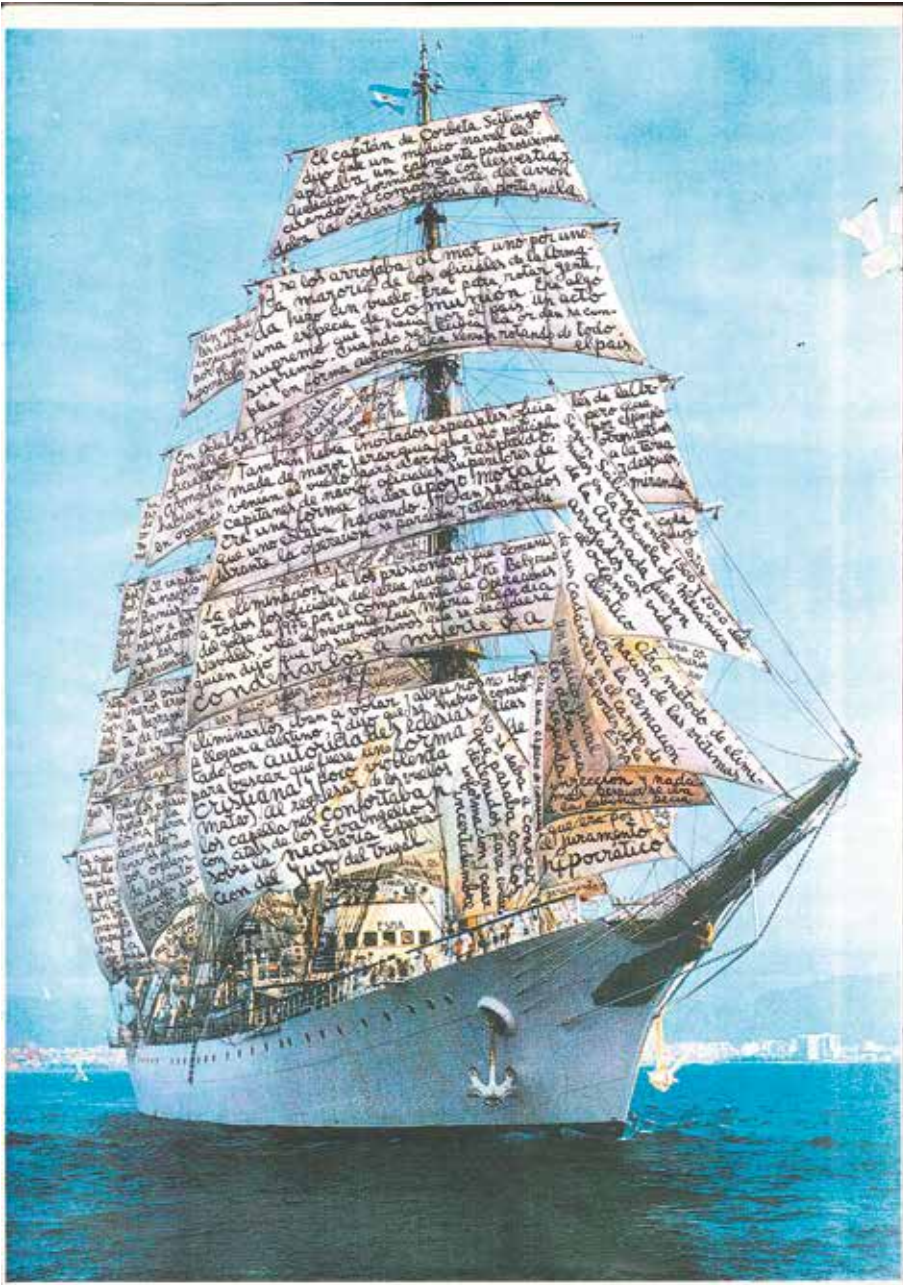
*Collection of the Fondation Cartier pour l'art contemporain, Paris*

© Fredi Casco

*Exhibition América Latina 1960-2013, Fondation Cartier pour l'art contemporain,  
 Paris, November 19, 2013 · April 6, 2014*



**“Fondation Cartier  
concilia sus relatos,  
exposiciones,  
encuentros, fiestas,  
actos per-formativos  
con la actualidad de  
París primero, y luego  
con la del mundo...”**



León Ferrari, untitled, *Nunca Más* series, 1995

Handwritten texts on photocopy, 42 x 39.5 cm

Alicia and León Ferrari collection, courtesy Fundación Augusto y León Ferrari Arte y Acervo

© León Ferrari

Exhibition América Latina 1960-2013, Fondation Cartier pour l'art contemporain, Paris, November 19, 2013 › April 6, 2014

En 1969 ingresó como ataché comercial para las ventas de los Brique-Silvermatch de la Maison. En aquellos años trabajaba junto al mitológico Robert Hocq, su mentor, quien le propuso que desarrollara una estrategia para que Cartier entrara en el presente con productos de más amplio alcance. La respuesta de Perrin se sintetiza en el pequeño Libro Rojo donde sugiere un desarrollo a partir de los Must de Cartier, más accesibles en términos económicos, que devinieron en un éxito fabuloso y determinaron el estallido de la marca en los 70's. En 1975 Perrin fue nombrado presidente de Cartier, cargo que ocupó hasta 1998. Hoy es vicepresidente del Grupo Richemont.

Si he escrito que esta aventura comercial parece dialogar con la idea 2018 del arte contemporáneo, la inscribo porque Perrin, para vender los nuevos productos de Le Must, generó un verdadero dispositivo cultural tramado entre fiestas, amigos y visibilidad en la prensa. Desde aquella imagen de Elton John con aquellos gigantescos anteojos Cartier mientras una tormenta se llevaba todo durante ese delirio en el desierto; o las adorables imágenes de Sergei Guinsburg y Jane Birkin; o las de Bowie o de Mick Jagger, las mil y una fiestas donde siempre reverberaba la palabra Cartier y a sus color.

Recuerdo a un que una tarde en la Biela de Buenos Aires un gran amigo -que en aquellos años trabajó junto a Perrin en Cartier para el área Caribe-: "Mirá Carlos, fue una aventura increíble, todo era creación y locura, Le Must se vendía sin cesar, pero no teníamos dinero para reinvertir en publicidad. Dominique hizo Cartier con una Black Card que abrió la puerta de las discotecas que importaban en los 70s".



**“una aventura comercial anterior a las redes que pareció dialogar con la idea 2018 del arte contemporáneo, un dispositivo cultural tramado entre fiestas, amigos y visibilidad en la prensa”**

*Couple under an umbrella © Ron Mueck  
Photo © Thomas Salva / Lumento pour la Fondation Cartier pour l'art contemporain, 2013*





*Paolo Gasparini (Venezuela, born 1934)*

*El habitat de les hombres..., Caracas, Bello Monte, 1968*

*© Paolo Gasparini*

*Exhibition America Latina 1960-2013, Fondation Cartier pour l'art contemporain,*



*William Eggleston, série Los Alamos, 1965-1968  
Tirage Dye Transfer, 40,5 × 50,5 cm  
Eggleston Artistic Trust, Memphis  
© Eggleston Artistic Trust, Memphis*



*William Eggleston, série Los Alamos, c. 1974*  
*Tirage jet d'encre, 56 × 73,5 cm*  
*Eggleston Artistic Trust, Memphis*  
*© Eggleston Artistic Trust, Memphis*