

Entrevista. El desarrollador inmobiliario y comprador de arte Jorge Pérez –presente en el Foro de Inversión– confirma que la cultura también puede ser factor de crecimiento económico y urbanístico.

Un coleccionista en el mini Davos

FERNANDO DE LA ORDEN



Jorge Pérez. Los museos hoy no pueden mantenerse sin grandes contribuciones del sector privado, sostiene el filántropo.

EZEQUIEL VIEITEZ

La cultura puede contribuir al crecimiento económico y desarrollo de las ciudades?

–Te doy dos ejemplos muy claros. El Museo Guggenheim Bilbao. Nadie iba a Bilbao antes, una ciudad fea, industrial... Hoy, después de Madrid y Barcelona, quizá sea el tercer punto de turismo en España. Ese museo creó un mundo artístico a su alrededor. En Miami ocurrió con la feria Art Basel. Desde su llegada (hace 14 años), se abrieron museos y galerías. Cambió el perfil de la ciudad. En Miami ya no sólo tenemos playa y sol, se abrieron museos de ciencia, se programan conciertos de ópera, y todo eso generó un turismo más rico.

Quien define de este modo el escenario es Jorge Pérez (66), el desarrollador inmobiliario más próspero de Miami, estuvo en Buenos Aires para participar en el “mini Davos”, el foro económico al que convocó el Gobierno. Según la revista *Forbes*, uno de los 500 hombres más ricos del mundo. Según la revista *Time*, el hispano más influyente de EE.UU. Nació en Argentina, vivió en Colombia y se instaló en EE.UU. hace décadas. Desde los 20 años, colecciona arte, en especial latinoamericano. Ahora, su empresa, The Related Group, construye dos torres residenciales de 30 pisos y un hotel 5 estrellas de 60 suites en Puerto Madero, utilizando la marca SLS LUX. Invertirá 250 millones de dólares. Mientras ese proyecto recién comienza –tiene un plazo de 24 meses–, Pérez ya piensa en Bariloche. En el Sur quiere desarrollar 120 departamentos y

un hotel de 60 cuartos, invirtiendo más de 100 millones de dólares. Experto y experimentado, prefiere las economías “competitivas”, dice que el proteccionismo genera que construir un edificio en el país salga hasta dos veces más caro que en otros lugares. Los emprendimientos de su grupo empresario ofrecen un valor agregado: el arte. Además del diseño de vanguardia, están vestidos con esculturas y pinturas de artistas reconocidos.

–**Se acaba de anunciar que la feria Art Basel pondrá en marcha un programa cultural en la Ciudad a partir del año que viene. ¿Iniciativas como esas contribuyen al desarrollo económico?**

–Es importantísimo. Lo que está diciendo la feria más reconocida del mundo es que Buenos Aires es importante en el mundo del arte.

Carlos Rosso, director de la división de condominios del grupo empresario, que también dialoga con *N*, sostiene que hoy cultura, negocios y desarrollo van de la mano. “Hace unos años, Miami era la antítesis de la cultura. Sin embargo, el museo que estaba planeado para recibir 200 mil personas por año, en 2015 recibió casi 500 mil”. Se refiere al Perez Art Museum Miami (PAMM). En 2011, Pérez donó 40 millones de dólares –parte en efectivo, parte en obras de su colección– para la finalización del nuevo Museo de Arte de Miami, una institución pública. Con ese combustible, logró colocar su apellido en el nombre del museo, en un impactante edificio proyectado por los arquitectos suizos Herzog y De Meuron. El cambio de nombre no estuvo exento de polémicas y debates, pero prosperó. Y la nueva sede contribuyó a crear una iden-

BASICO

JORGE PEREZ

DESARROLLADOR INMOBILIARIO Y FILANTRÓPO. BUENOS AIRES, 1949

Hijo de padres cubanos, criado en Colombia y radicado en Miami. Figura entre los 500 hombres más ricos del mundo, según *Forbes*. Es conocido como el “Donald Trump del Trópico”. Luego de donar cerca de 40 millones de dólares en obras, el Museo de Miami fue rebautizado como PAMM (Perez Art Museum Miami). Es el primer edificio público de EE.UU. en llevar el nombre de un latino.

idad sexy para Miami. Amplía Rosso: “La gente tiene hambre de cultura. Si la hacés accesible, consume más cultura”. Y en la visión empresaria, el consumo genera ganancias y puestos de trabajo.

–**Pérez, ¿Buenos Aires es la capital cultural de América Latina?**

–Sí y no. En México hay muchos museos y más importantes. Lo que el gobierno de México se gasta en promoción cultural es mucho más grande. Aquí hay muchas posibilidades, que deberían explotarse más. Claro que está el Teatro Colón, la belleza del Centro Cultural Kirchner; además, el argentino tiene una tradición en el cine, en el teatro. Tú puedes tener una enorme vida cultural, pero si el mundo no lo sabe, solamente queda en la cabeza de los por-

teños. La Argentina nunca promovió el turismo cultural como lo hace México u otros países. Aquí hay un sinnúmero de grandes artistas. Pero falta promover el arte argentino de una manera más agresiva. Cuando tú vas a las subastas de Sotheby’s, Christie’s, Phillips, el arte argentino casi pasa de largo, te compras un Polesello por cinco mil dólares.

Aunque el emprendimiento en Puerto Madero de The Related Group está dirigido a los sectores de altos ingresos, la compañía hará su aporte a los vecinos. El proyecto en el Dique 1 contará con una plaza de 500 metros cuadrados que se donará a la Ciudad. Allí, en principio, se colocarán tres esculturas de artistas argentinos, que saldrán de un concurso. La inscripción está abierta hasta octubre. Desde la empresa lo califican como “el mayor premio privado de esculturas que alguna vez se otorgó en la Argentina”. Los elegidos se anunciarán el año que viene en arteBA y el ganador recibirá el Premio Julio Le Parc. En total, darán 160 mil dólares a los tres artistas. En el grupo de desarrolladores dicen que habrá otras sorpresas. Se piensa, por ejemplo, en una instalación impactante de la artista visual Graciela Sacco para el complejo.

–**¿Cómo potenciar el perfil artístico de Buenos Aires?**

–El sector privado tiene que involucrarse más. Los museos hoy no pueden mantenerse sin grandes contribuciones del sector privado. Las leyes de mecenazgo son muy importantes. Si el Estado te deja que esa inversión la deduzcas de los impuestos que pagas, entonces el Gobierno es tu socio. Tenemos que hacer más de eso, para impulsar esa inversión en obras públicas. Otro punto es crear más becas e invitar aquí a curadores y directores de museos del mundo.

En la colección de Pérez hay obras de artistas argentinos como Huffmann, Matías Duville, el colectivo Mondongo y Agustina Woodgate. Admirador del arte latinoamericano, también posee trabajos de Botero, Orozco y Gurvich. Según le dice a *N*, en el PAAM impulsó, años atrás, una exposición de Guillermo Kuitca –“Hoy probablemente sea el artista argentino mejor cotizado en el mundo”, lo define–. En noviembre, el PAAM presentará una gran muestra de Julio Le Parc, con obras de la colección privada de Pérez. Además, durante Art Basel, un artista argentino, Fabián Burgos, pintará el que prometen será el mural más grande de Miami.

–**¿Por qué invertir aquí, ahora?**

–Nací en la Argentina y me siento muy argentino. Además, en las últimas décadas, a la Argentina se la consideraba casi un paria para la inversión extranjera, porque no había reglas claras, no había transparencia, era una economía antiinversión internacional, muy proteccionista. Estuvo reunido con Néstor Kirchner, cuando era presidente, para invertir en la ciudad deportiva de Boca. Pero los permisos nunca se otorgaron, hasta que abandoné el proyecto. Cuando vimos que Macri tenía posibilidades, nos decidimos a invertir. Creo en los cambios y en la transparencia que él puede implementar.