

LA HERENCIA DE UN GENIO

ENRIC BONET
París

Claude Picasso, el penúltimo hijo en vida del genio cubista Pablo Picasso, falleció el jueves a los 76 años. Dos meses antes de su muerte, ya había pasado el testigo a su hermana Paloma Picasso, de 74 años, al frente de la Picasso Administration (PA). Creada en 1995, esta empresa, con sede en París, se encargó de gestionar la cuantiosísima herencia que dejó el artista de Málaga al morir en 1974. Claude llevó durante casi tres décadas las riendas de esa fundación y fue un hombre clave en convertir el legado artístico de su padre en una frenética impre-sora de billetes.

Cuando Pablo Picasso murió el 8 de abril de 1973, dejó un legado tan abundante como compleja era su situación familiar. El artista cubista no solo era un hombre mujeriego, sino también un amante «tiránico, supersticioso y egoísta», según denunció en su libro *Vivre avec Picasso* la pintora francesa Françoise Gilot, madre de dos de sus cuatro hijos: Claude y Paloma. Al fallecer, Picasso dejó un puzzle familiar lleno de resentimientos. Y eso quedó reflejado en el serial judicial que duró varios años sobre la repartición de su herencia.

Paloma heredó la vertiente artística de su padre y una de sus facetas más conocidas son sus populares diseños de joyas para Tiffany. Asidua al neoyorquino Studio 54, íntima de Karl Lagerfeld e Yves Saint Laurent y también musa de Andy Warhol, fue toda una *socialité* en la década de los 70.

Pocos artistas de-
jaron un patrimonio tan
importante como Pi-
casso. No solo fue un
genio, sino también
uno de los pintores y
escultores más proli-
ficos de su época.
Cuando pereció, dejó
una herencia de 1.885
lien-zos, 1.228 escultu-
ras, 7.089 dibujos,
30.000 grabados y
3.222 figuras de cerá-
mica, además de va-
rias mansiones en la
Costa Azul y otras re-
giones francesas. La
prensa de entonces la
valoraba en 1.154 mi-
llones de francos
(unos 100 millones de
euros). El principal

*La hija del artista, la única de sus cuatro vástagos que sigue viva,
será la nueva gestora del patrimonio familiar, que se
ha convertido en una auténtica fábrica de dinero.*

El legado Picasso pasa a Paloma

beneficiado fue el Estado fran-cés, gracias a una ley de 1968 del ministro y escritor André Mal-raux que estipulaba que las fa-milias de artistas debían pagar su impuesto de sucesiones con obras de arte. Pero también se llevaron una buena parte de ella las mujeres e hijos de Picasso.

Inventario monumental

Tras pelearse con la legislación de entonces para que lo recono-cieran como descendiente legíti-mo al ser un hijo extramatrimonial, Claude Picasso participó en la realización del inventario de la monumental obra de su padre. «Tendríamos que alquilar el

Empire State para guardar todas sus obras», aseguraba entonces este fotoperiodista que pasó buena parte de su juventud en Nueva York. Un tribunal francés lo reconoció en 1989 como el ad-ministrador de la obra y patri-monio de su progenitor. Desde 1995, llevó a cabo esta tarea a través de la Picasso Administra-tion, el único organismo que puede dar certificados de auten-ticidad de las obras del pintor cu-bista y que posee sus derechos de autor hasta 2043.

Sin el talento ni la presencia en el mundo del arte de su her-mana Paloma, Claude tuvo un rol clave en la gestión de la herencia

de su padre, así como la irrupción de la marca Picasso como una máquina de hacer dinero. Aprin-cipios de los años 2000, ese pa-trimonio ya se valoraba «en unos 10.000 millones de euros», ase-guraba Olivier Widmaier Picasso, hijo de Maya Picasso (fallecida a finales de 2022) y nieto del pintor y de Marie-Thérèse Walter. Los últimos cuadros del artista ma-lagueño subastados en Christie's valieron cantidades superiores a los 100 millones de dólares.

La PA no solo se dedica a la co-mercialización y divulgación de sus obras, sino también a otorgar certificados de autenticidad y defender los derechos del autor. Cada vez que un cuadro de Pi-casso aparece en un libro o el nombre del artista es utilizado con fines comerciales, recibe una remuneración.

Colaboración con Citroën

También lucha contra las miles de empresas que utilizan sus obras sin su consentimiento. Además, recibe una parte de los ingresos del Museo Picasso de París, a pesar de tratarse de un centro público. Sus fuentes de in-gresos son inagotables. Las ma-reantes cifras en las que se mue-ve esta fundación alimentan crí-ticas en el mundo del arte, aun-que muchos coleccionistas tam-

bién destacaron el buen hacer de Claude Pi-casso a la hora de cer-tificar la autenticidad de las obras.

Una de las decisio-nes más polémicas de la PA fue el acuerdo de colaboración con Citroën para bautizar durante 20 años una gama de sus coches con el nombre del ar-tista. Solo en 2007, esa colaboración le sirvió a la fundación familiar para ingresar unos 3 millones de euros. Cuando se anunció, el entonces director del Museo Picasso de Pa-rís, Jean Clair, criticó la conversión de «una obra única en un bien comercial». Y pronos-ticó que «en el tercer milenio a los coches los llamaremos Picasso de la misma forma que las *poubelles* (basura) se llaman así por el pre-fecto Poubelle». No ha hecho falta esperar tanto tiempo para constatar que Picasso ya no es solo un artista, sino también una gran marca. ■

**A principios de los
2000, el patrimonio
ya se valoraba
en unos 10.000
millones de euros**



Paloma Picasso, junto a un óleo de su padre, en Málaga en 2004.

Paco Rodríguez / Efe