

# El mercat de l'art té lleis pròpies

**P**reguntat Salvador Dalí sobre quina era la diferència entre el quadre *Las Meninas*, de Velázquez, i una bona reproducció en color d'aquest, el geni empordanès va respondre: "Tan sols una: mil milions de dòlars."

Gairebé alhora, Picasso celebrava el seu aniversari. Garrepa llegendari, va convidar una pila d'amics al millor restaurant de París. A l'hora de pagar, abonà el compte de 30.000 francs en deu xecs de 3.000 francs cadascun. Un amic li preguntà per l'extravagància d'estendre deu xecs en lloc d'un de sol. Aleshores, Picasso li donà la millor lliçó d'art de la seva vida: "Només la meua signatura val més de 3.000 francs, però menys de 30.000. Així, m'asseguro que, en lloc d'anar al banc a cobrar els xecs, se'ls vendran i encara hi guanyaran diners!"

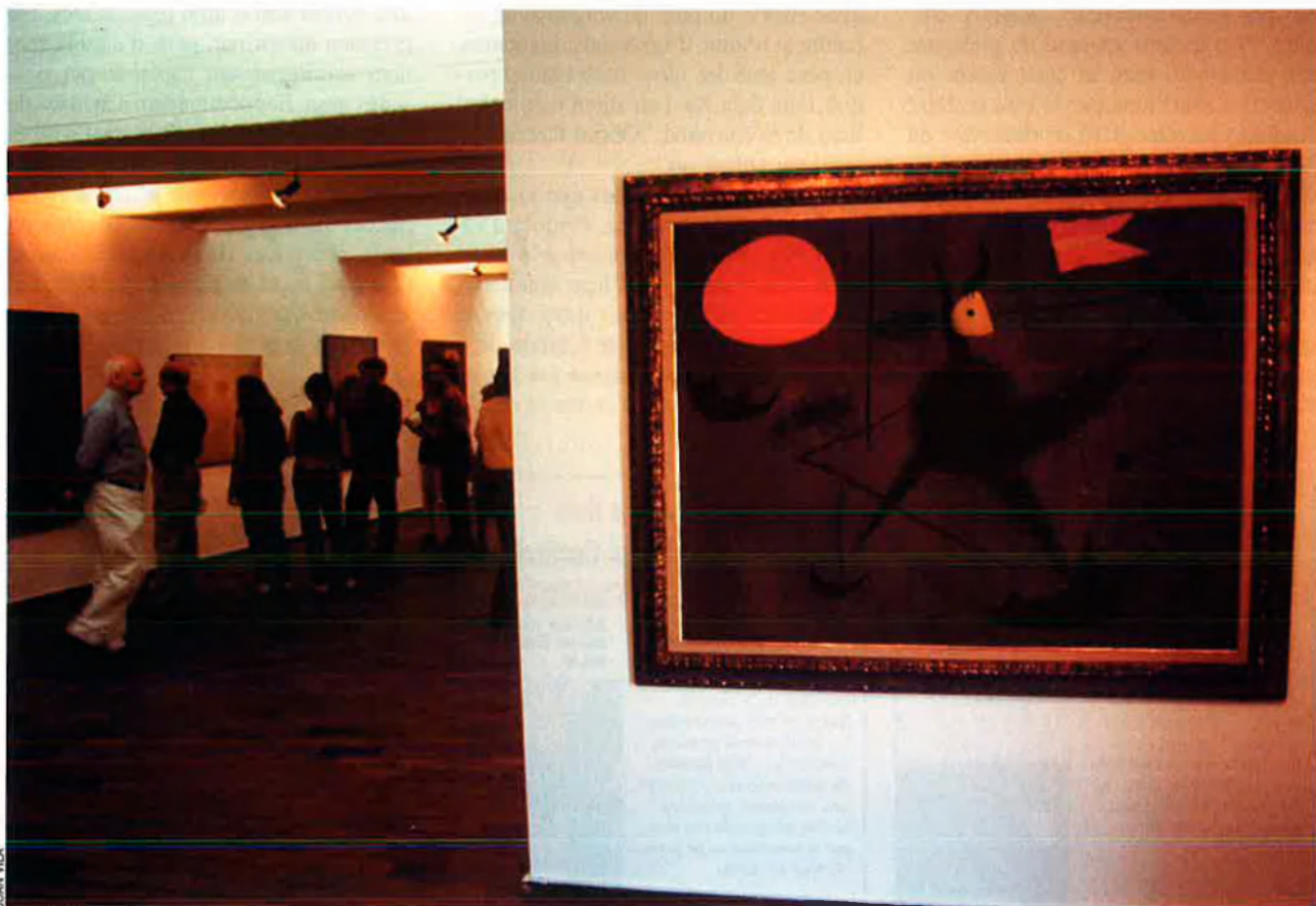
Allò que anomenem "art" canvia amb el temps, i si en l'actualitat encara estem

El mercat de l'art és una de les principals indústries mundials. La diferència és que es tracta d'un negoci on el preu és determinat pel valor afegit del concepte d'artístic, i la noció d'utilitat brilla per la seva absència.

influïts per la cultura humanística del renaixement –i el concepte modern d'estat nació com a marc cultural–, la fi-

losofia de Hegel –i la reformulació del concepte d'història–, el romanticisme –la noció de geni independent, individualista i associal–, i el conceptualisme apropiacionista inspirat en l'obra de Marcel Duchamp, però no efectiu fins a mitjan anys seixanta, el mercat no deixa de reinventar la tradició segons necessitats inconfessables.

Un ràpid panorama del mercat de l'art actual seria el següent: la demanda és representada pels col·leccionistes particulars, les fundacions –de corporacions com entitats financeres, o d'individus, com col·leccionistes i artistes– i els museus públics. La producció es troba en mans dels artistes –la darrera baula de l'entrellat–, però aquests necessiten els mitjancers per fer arribar el seu producte. Els mitjancers són els galeristes –que solen cobrar una comissió d'un 50%– i les subhastes –on el particular pot ven-



JOAN VILA

Fundació Miró.

dre i comprar amb una comissió d'un 20%—. Hi ha també els mitjancers intel·lectuals, sacerdots de l'art, com els crítics, historiadors, comissaris d'exposicions, conservadors, gabinets de premsa, restauradors i autoritats emissores de certificats d'autenticitat. I el revers de la moneda: espoliadors, lladres i falsificadors.

I també hi ha altres sectors paral·lels, que nodreixen el món de l'art, com són les escoles de belles arts, les de gestió cultural i historiadors de l'art, així com la indústria editorial: suplementes de premsa, fascicles, revistes d'art, i editorials. Per cert, aquestes darreres pateixen la competència deslleial de les institucions que editen catàlegs d'exposicions, sense necessitat de cap tipus de xarxa de distribució, ni d'estructura editorial, ni tan sols beneficis...

I, per últim, les grans celebracions de l'art, que són les exposicions —permanents o temporals— i les diverses fires que, des dels mercats de diumenge amb motiu d'alguna festa major, fins a Art Basel —la fira més important del món—, passant per la subvencionada Arco, campen alegrement pel món.

Tornem als clients: els col·leccionistes cada vegada estan més arraconats, perquè ja fa uns vint anys la figura del comissari ha orientat la creativitat artística vers disciplines que només es poden permetre hostatjar institucions: registres de happenings, instal·lacions, videoart... Obres, sovint, creades amb materials efímers, hereves d'un moviment conceptual purista que, als anys setanta, considerava vendre's al mercat una traïció.

De totes maneres, tampoc no hi ha hagut a casa nostra una gran tradició col·leccionista d'art. Tot canvia, però, amb la irrupció de la indústria cultural: nascuda arran del nomenament del primer ministre de Cultura de la història, l'esquerrà André Malraux, pel dretà general De Gaulle (1959-1969), l'estat torna a intervenir activament en els afers culturals. Aquí, amb la democràcia, les autonomies estrenen departaments de Cultura, i el país es museïtza amb la incorporació d'una altra novetat dels anys seixanta: l'edifici estrella. Un edifici emblemàtic, de formes particulars, enlluernador independentment de la seva funció, i un acròstic gairebé impronunciable: MNAC, MACBA, MUVIM, IVAM, MUSAC, etc.

JORNADA JOAN SARDÀ

# Innovació, empresa i creixement

23 de novembre  
de 2005

De 9 a 13 hores

Sala d'Actes  
de Caixa Sabadell  
Plaça Catalunya, 9, 6è pis.  
Barcelona

Amb **Jaume Sodupe**, conseller delegat d'Iberdrola a Catalunya;  
**Tomàs Casanovas**, president de NTR Global;  
i **Ferran Lemus**, conseller delegat de Highgrowht S.A.

Cal inscriure-s'hi: 937 259 522



PIERRE GIL

Institut Valencià d'Art Modern.

Un exemple de la frivolitat institucional: l'ampliació del Reina Sofía (MNCARS) a cura de Jean Nouvel. La impressió és de gasolinera gegant. Tanta coberta per guanyar una misèria d'espai. I el fet que les parets exteriors siguin de vidre, un despropòsit, ja que o no s'hi pot penjar obra, o bé cal muntar cada vegada un fals mur que tapi la vista. Consulto el meu "gola profunda" a les cavernes del MNCARS, i em xerra: "No te lo vas a creer, pero es rigurosamente auténtico. Todo empezó con las 'Noches en el Museo Lázaro Galdiano'. La Thyssen quiso imitarlas, pero con más glamour: Mar Flores, la baronesa, etc. Entonces, en el Reina, se propusieron superar la propuesta, pero se toparon con un problema: la cafetería no estaba a la altura de las circunstancias —jo ho confirmo—. Así que se ha iniciado la ampliación, primando el espacio de cafetería, que será estupendo."

Amb la fórmula de donació a canvi d'impostos, aquest museu concentra el bo i millor de l'art contemporani. Totes les grans corporacions compren obra, la donen a l'estat, i aquest la diposita en el 70% dels casos al Reina Sofía. La corporació fa propaganda de la seva bondat, i tots contents.

Madrid, a més, és un cas ben especial: quantes galeries hi havia l'any 1960? Tres o quatre. No més. Ara, prop d'un centenar. També s'organitza la fira Arco, on hi ha la consigna de tancar oficialment les compres dels museus de l'estat realitzades al llarg de tot l'any en

aquell moment, i així inflar les xifres. La meua "gola profunda", castissa, m'insisteix: "*Tener una galería de arte en Madrid es un gran negocio. Para tener una ferretería hay que comprar muebles y estanterías, y tener clavos de todas las medidas. Para una galería, con vender un par de obras al año, ya está. Solo necesitas un local con paredes blancas. La obra la pone el artista, y los contactos, el marido de la galerista, normalmente un alto ejecutivo de una corporación*".

Un bon exemple. El nou MUSAC de Lleó, "museu del present", adquirirà obres per valor d'1,5 milions d'euros a l'any, fins al 2012. Es tracta que, quan el present sigui pretèrit, s'hagi construït un museu de l'art del canvi de mil·lenni (1992-2012). Lleó, que des del segle XV no estava connectat amb l'art del moment, ni acull cap galeria d'art, ni ha expressat cap interès especial per l'art contemporani, de sobte es troba amb deu milions d'euros per invertir en obra.

L'exposició dels fons porta per títol "Emergències", i mostra més desgràcies que les que s'han vist en deu anys en els pitjors dispensaris del Bronx: prostitutes borratxes, indigents, depravats sexuals, immigrants il·legals, territoris assolats per la guerra, tràfic d'armes, etc. És possible un art contemporani sense dolor, humiliació, sadisme, mutilació ni putrefacció?

Si més no és interessant la paradoxa d'un art que juga amb els límits de la transgressió, complaent amb una deter-

minada estètica de l'Holocaust, incansable conjugador de les poètiques del kitsch, políticament significat a favor de derribar murs, promoure la multicultura i fins i tot la insubmissió social, però sostingut per les grans fortunes que, encara que indirectament, venen els maons que sostenen aquests murs, subcontracten nacions senceres i augmenten les distàncies entre rics i pobres. Abans, l'estat o l'Església encarregaven un art que sostenia els seus ideals; després del romanticisme, continua sent el mateix, però a l'inrevés.

Un dels darrers escàndols —o accidents historiogràfics— dins el món dels museus ha estat l'adquisició de *No em diguin que no ho he dit* (1974), obra del belga Marcel Broodthaers (1924 – 1976). L'obra consisteix en un lloro —viu— dins una gàbia flanquejada per dues palmeres i un magnetòfon que repeteix continuament la sentència del títol, i va poder ser contemplada, al 1992, al Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía de Madrid. Qui sap si a causa dels fastos olímpics, o els problemes de l'Expo de Sevilla, el cas és que cap polític d'aquí pensà a incorporar la peça dins la col·lecció permanent d'aquest baluard de la modernitat ibèrica.

Deu anys més tard, en canvi, l'excel·lent —encara que menys visitat— Musée d'Art Moderne de la Ville de París, l'ha comprada per 210.000 euros. La seva directora, Suzanne Pagé, ha hagut de donar comptes de l'adquisició, ja que, com el museu, depèn de l'Ajuntament, hi ha una normativa que estipula que qualsevol incorporació superior als 75.000 euros ha de ser sotmesa al criteri dels regidors.

Aquests, en la seva majoria escèptics i una mica ignorants en les darreres tendències artístiques, acordaren en una acalorada reunió preguntar els anys de vida d'un lloro, per saber com amortitzar la inversió, i el cost del seu manteniment: pipes, aigua, possibles danys psicològics a causa d'un elevat nombre de visites...

Aviat el cas transcendí a l'opinió pública, i Brigitte Bardot, sempre atenta a la causa animal, protestà que es condemnava una au a cadena perpètua. Diverses associacions de defensa d'animals s'adheriren a les opinions de la Bardot.

Al final, s'imposà la solució salomònica: un oceller especialitzat garantiria les condicions d'exhibició adequades: aigua, menjar i sorra renovats a diari, una temperatura constant de 20 °C i la gàbia emplaçada a una distància prudencial respecte al públic. A més, el lloro serà renovat periòdicament per evitar-li seqüeles psicològiques. Qui evitarà, però, les seqüeles psicològiques als contribuents?

Un altre cas és el de les fundacions. Avui dia, gairebé tots els artistes amb una mica de nom i més de seixanta-cinc anys –l'edat de la jubilació– tenen museu o fundació propis. Tan sols a Catalunya –i per ordre cronològic–, tenim els exemples de Picasso, Dalí, Miró, Tàpies, Guinovart, Cuixart, Arranz-Bravo, etc. I ara que els col·leccionistes són considerats una variant d'*animalis artisticus*, creuen arribada l'hora de la jubilació daurada Rafael Tous, Vilacasa, Clos, Gòdia, Fran Daurel, Palau... Total, que si Lewis Carroll tornés a escriure la seva obra mestra, la titularia *Alicia en el país de les fundacions*.

En certa manera, paguem de la nostra butxaca un servei que infrutilitzem, si ens basem en les xifres de visitants a les fundacions. Diríem que hem subcontractat una sèrie d'illots governats per dèspotes il·lustrats, vigilats per guàrdies de seguretat i parlotejadors del silenci, tan sols perquè no titllem els nostres governants d'incults. La pregunta del milió seria: hi ha, des d'un punt de vista de mercat, massa fundacions i centres artístics? Haurien de tenir el suport incondicional d'institucions públiques? A quins interessos serveixen?

Posem l'exemple –ni el millor ni el pitjor– de la Fundació Tàpies, que ara compleix quinze anys. L'any passat, va rebre 340.000 euros de la Generalitat, 330.000 de l'Ajuntament de Barcelona, i 168.000 del Ministeri de Cultura. El mateix Tàpies hi afegí –no sabem si en metàl·lic o en obra– 300.000 euros més. D'altra banda, la Fundació acollí uns 75.000 visitants. Si cadascun pagà 4,20 euros –que és el que costa l'entrada–, això ens dona 315.000 euros. La suma d'aportacions és de 1.138.000 euros... O sigui que la institució –privada– és deficitària. Una entre tantes.

**Ricard Mas**

## Dos quan s'aneguen



Sebastià Alzamora

### L'èxit del Saló del Llibre

La primera edició del Saló del Llibre de Barcelona és mereixedora d'una doble celebració: per la iniciativa en si mateixa i per l'èxit indubtable que va obtenir, tant de repercussió com de públic assistent. I ja té mèrit, atesa la pluja que va caure a bots i barrals damunt Barcelona aquell cap de setmana però que no va impedir que el Pavelló 1 de la Fira s'omplís tanmateix de gom a gom: tant per assistir als múltiples actes de la programació com per comprar llibres, fins a gairebé assolir els setanta mil assistents que els editors i els llibreters s'havien fixat com a xifra màgica.

Com que es tracta d'un model fins ara inèdit a Catalunya i a tot Espanya (que no ens diguin que ens fa por escriure'n el nom), val la pena insistir en l'especificitat del Saló com a certamen adreçat al públic en general. A diferència del Liber (exclusiu per a professionals del sector), de la Setmana del Llibre en Català (que se centra en el llibre de fons en llengua catalana), o de la seva antecessora (la Fira del Llibre que se celebrava al passeig de Gràcia, d'acord amb el model de la Feria del Libro de Madrid), el Saló del Llibre de Barcelona es planteja com un esdeveniment de naturalesa mixta, que conjuga el vessant professional d'ambició internacional amb la voluntat essencial d'interessar el gran públic, que hi té ocasió de lliurar-se a l'oci i d'adquirir títols tant de fons com de novetat, seguint l'esquema dels salons de París, Torí o Montreal. No hi ha cap dubte, en qualsevol cas, que el Saló reafirma el paper de Barcelona com a capital editorial no només de Catalunya sinó de tot l'estat espanyol (d'Espanya, perdó; és que de seguida se'ns escapa el natural excoient i xenòfob).



SALÓ DEL LLIBRE DE BARCELONA

Naturalment, la celebració dels salons suara esmentats constitueix un esdeveniment informatiu de primer nivell als mitjans francesos, italians i, pel que fa a Montreal, quebequesos però també canadencs. Aquí, com sempre, la repercussió mediàtica dins l'àmbit espanyol ha estat gairebé nul·la –però si el Saló s'hagués celebrat a Madrid, la cosa hauria estat gairebé tan sonada com la parimenta de Leticia–, mentre que, i això és el millor, alguns dels diaris catalans de referència feien tot el que sabien per disminuir-ne la importància i l'impacte: titulars destacant que els primers dies només hi acudien escolars, un tractament gràfic i informatiu de segona, etc. Ho consignem perquè s'ha produït per enèsima vegada, i es repetirà moltes més: no només estem castigats a perpetuïtat a la fila del darrere, sinó que nosaltres mateixos fem uns esforços per no sortir-ne que foten fàstic.