

La crisi i les galeries, galeries en crisi

Aquest text proposa una reflexió sobre una problemàtica que és endèmica del món de les galeries: el mot *crisi* està en boca de tothom quan es parla del sector. Però més que les sacsejades econòmiques ens interessa observar que s'hi dona un malestar, una crisi permanent, que afecta múltiples vessants.

Text > **JAUME VIDAL OLIVERAS**, crític, historiador de l'art i professor de la UAB

La crisi des de sempre sobre-
vola, com un fantasma ame-
naçant, el món de les galeries:
la paraula *crisi* està en boca
de tothom quan es parla del sector.
No cal dir que la crisi econòmica que
va esclatar el 2008 i que es va difon-
dre en tots els àmbits de la societat va
impactar en el món de l'art amb una
especial virulència. Però més que les
sacsejades econòmiques que, com un
io-io, marquen els cicles de bonança
i depressió, interessa observar que hi
ha un malestar, una crisi permanent,
amb múltiples vessants, que és endè-
mica del món de les galeries.

La galeria com a problema

Cal recordar que l'artefacte que co-
mercialitzen les galeries té un estatut
molt particular? Que és un producte
no adreçat al consum de les masses i
amb un cost alt? Tot i que hi ha diver-
sitat de mercats (mercat de cromos o
kitsch, mercat d'art emergent, mercat
de valors consolidats, etc.), i sembla
que alguns d'ells força dinàmics amb
la seva pròpia lògica, l'art, si més no el
gran art, vocacionalment, s'adreça a
un sector amb un alt poder adquisitiu,
a una elit social. Això significa que la
venda es fa amb comptagotes, sempre
escassa, sempre lenta...

Però, què ven una galeria? La respos-
ta és susceptible de tenir mil matisos,
però hi ha un aspecte que interessa
subratllar: una galeria ven fum o, si es
vol una altra expressió, ven un valor
simbòlic, intangible i immaterial com,
per exemple, prestigi, distinció, estatus
social... diguem-ne un imaginari. Però,
indiferentment que es digui *fum* o es di-

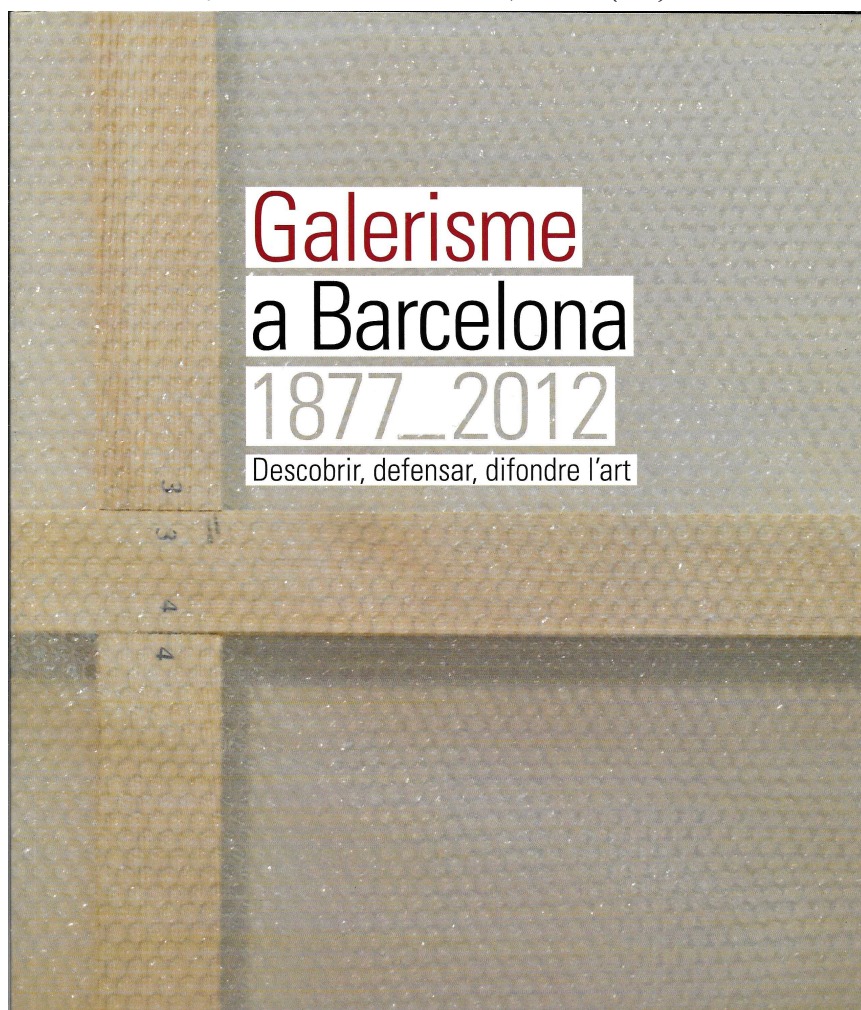
gui *valor simbòlic*, l'art té una naturalesa
molt fràgil. Per si mateix, no té un valor
objectiu, és una mena de convenció. El
que compta és una plusvàlua afegida
com una mena de perfum, susceptible
de devaluar-se, modificar-se o evolucionar
amb el pas del temps. Un objecte
de consum té un valor d'ús i un valor de
canvi; això vol dir un marc i unes regles
més o menys objectives i mesurables. El
món de les galeries és fum.

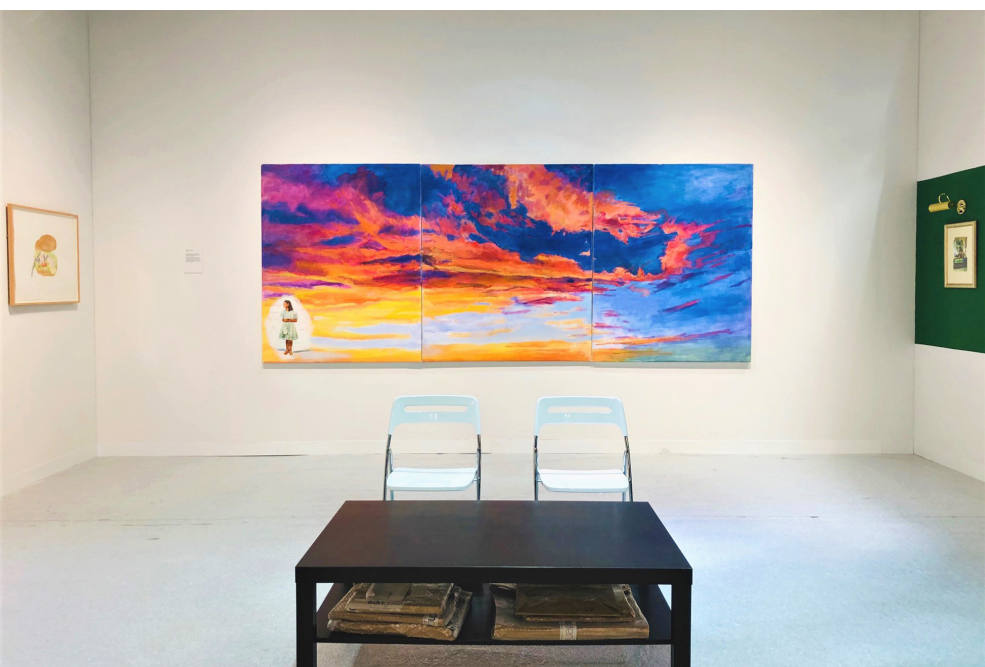
Hi ha dades molt significatives que
revelen el seu estatut problemàtic:

molt pocs artistes viuen exclusivament
de l'art; tan pocs que es poden comp-
tar amb els dits de les mans. És a dir,
l'oferta supera la demanda, no hi ha
compra, no hi ha clients, no hi ha, en
definitiva, mercat... És el mercat de la
precarietat. La internacionalització de
l'art respon (entre altres qüestions) a
la necessitat imperiosa d'ampliar les
vendes, atès que el mercat local no pot
absorbir la producció artística.

Certament hi ha períodes d'eufòria:
la postguerra, el desenvolupisme als

>> Portada del llibre de Jaume Vidal *Galerisme a Barcelona, 1877-2012* (2012).





>> Obres de Margaret Harrison als estands d'ADN Galeria, de Barcelona. A dalt, a la fira Artissima, de Torí (2018). A baix, a la fira The Armory Show, de Nova York (2019).

seixanta o vuitanta... Però són cicles relativament curts, miratges que no possibiliten consolidar processos a llarg termini.

Però el fet realment greu és que les galeries (en la seva major part, no pas totes, però) consisteixen simplement en un punt de venda. No tenen una estructura econòmica sòlida, ni desenvolupen una activitat de promoció, de valoració o de defensa de l'art i de l'artista. Són aparadors a comissió que es limiten a exhibir les obres. Obren el seu espai al públic. Però això és sufi-

cient? On és el treball de les galeries? Alguns artistes es queixen perquè entenen que la venda la fan ells mateixos amb la seva obra i els seus contactes. Poques galeries fan una tasca de gestió de carreres d'artistes. És a dir, de descoberta i aposta per nous valors, de la seva valoració i difusió.

Un model en transformació

La crisi conjuntural iniciada el 2008 coincideix amb un procés que transforma els fonaments del mercat de l'art i s'hi superposa: la globalitza-

ció. Què vol dir *globalització* en relació amb el món de l'art? Doncs que aquest es redueix a uns noms internacionals legítims a través d'unes fires i uns museus de referència. Un oligopoli estableix un cànon internacional que esdevé una mena d'esperanto, un llenguatge supranacional que facilita les transaccions. La globalització representa la liquidació del mercat local, de les singularitats i especificitats autòctones. Hi ha dades molt significatives: només un 25 % dels artistes presents a ARCO 2019 eren d'origen espanyol.

Curiosament, hi ha un dinàmic mercat global que treballa amb marques o grans noms internacionals: Picasso, Miró, etc. I això és així perquè aquestes marques són un valor de refugi: a més crisi, més es consolida aquest tipus de mercat, que esdevé una aposta segura. Les galeries espanyoles, completament marginals, es veuen desbordades i no poden competir ni introduir els seus «productes» en el mercat internacional. Més encara, el país esdevé una mena de sucursal provinciana dels circuits internacionals, receptora de saldos i restes de sèrie desestimades dels centres de decisió.

Una de les conseqüències de la globalització és la tendència a la desmaterialització de les galeries, que tanquen els establiments oberts al públic a peu de carrer per concentrar-se en la venda en línies, en fires i operacions



>> Vista parcial de l'espai exterior de la fira Swab Barcelona (2016).



>> Imatge promocional de la fira Swab Barcelona d'aquest any.

concretes amb una cartera de clients seleccionats. Les obres resten en magatzems o ports francs i les transaccions es realitzen com valors de borsa, atès que, com s'ha dit abans, es tracta de marques.

Nous hàbits

Hi ha una sèrie de pràctiques, inicialment quasi marginals, que han acabat per consolidar-se i que han introduït noves maneres d'entendre el mercat. El cas és que, en l'actualitat, les fires

d'art concentren una part molt important del volum de vendes d'una galeria. Per una banda, les grans fires signifiquen la concentració de col·leccionistes que localitzen l'oferta d'un món globalitzat en un termini breu. D'altra banda, el prestigi de la fira (les més importants, la de Basel, creada en 1970, per exemple) és una mena de garantia que facilita la venda. Val a dir, però, que l'accés a aquest tipus de plataforma és complex. Els estands són cars, però, a més, l'admissió passa per uns filtres o comissions que, com els tribunals dels salons del segle XIX, rebutgen o admeten les sol·licituds. Tot-hom qui no compleixi certs requisits o no segueixi el cànon (necessari perquè estem en un món global) simplement no pot accedir-hi.

Un altre fenomen que ha adquirit una especial rellevància són les subhastes, que les galeries viuen com una competència deslleial. Les subhastes han existit des de sempre, però des de fa relativament poc temps s'han introduït nous comportaments en un públic que, cada vegada més, visita amb



>> Estand de la Galeria Rocio Santa Cruz, de Barcelona, a la fira Arco, de Madrid (2019).

assiduïtat els webs amb preus més accessibles. *Grosso modo*, abans, les subhastes no vehiculaven art contemporani, ni artistes vius. No existia un mercat de segona mà per a l'art del present. Si s'adquiria una peça, era per a tota la vida i, en tot cas, quan es desfeia una casa, els objectes sumptuaris i artístics se subhastaven. Ara bé, les vendes milionàries (com el cas d'*Els lliris* de Van Gogh el 1987 per Christie's), airejades per la premsa, i l'especulació dels anys vuitanta han acabat per generalitzar les subhastes, que acaparen bona part de les transaccions en art contemporani. Les galeries protesten, però, de fet, si una galeria és exclusivament (com hem dit abans) un simple punt de venda, no és estrany que les cases de subhastes (també un punt de venda) intervinguin en un camp que fins ara havia estat domini exclusiu de les galeries.

El museu d'art contemporani

L'aparició d'una nova institució, el museu d'art contemporani —i amb ell, el col·leccionisme institucional (recor-

dem que el Centre Pompidou, pioner a Europa, s'inaugurà el 1977)— va significar una gran transformació en l'ecosistema del mercat de l'art, amb multitud de conseqüències: els preus pugen (és la institució o l'Estat que paga), s'afavoreixen els grans formats i instal·lacions adaptades a les dimensions de les sales dels centres (els artistes pensen en el client museu i no en el client particular), es creen circuits endogàmics entre artistes, comissaris i centres al marge del teixit cultural tradicional i local... Però de moment interessa destacar que, fins aleshores, les galeries eren els únics agents de promoció i difusió de l'art i que el museu d'art contemporani n'agafarà el protagonisme i les abocarà a un paper secundari. El museu d'art contemporani esdevé no tan sols un dinamitzador del mercat amb la seva dinàmica d'adquisicions, sinó l'aparell més potent per a la legitimació i difusió d'artistes i noves experiències. Només cal donar un cop d'ull a la premsa per constatar que les galeries han desertat pràcticament dels mitjans de comunicació. Però n'hi ha més: el museu d'art

contemporani imposa un cànon, l'esperanto que dèiem abans.

Reinventar la galeria

Les galeries són un agent dinàmic que des de finals del segle XIX no ha deixat d'evolucionar en sintonia amb les transformacions dels temps i el mercat. En aquest sentit, ara mateix s'està redefinint el que ha de ser una galeria. Hi ha aspectes i preguntes que es plantegen de manera imperiosa: la col·laboració amb els museus (coproduccions d'exposicions, comissariats, etc.), l'assaig de noves fórmules de relació i aproximació amb el públic, la recuperació de la visibilitat pública que havien tingut, la recerca d'alternatives a les fires inaccessibles (com és el cas de la fira Swab).

Moriran algun dia les galeries? En el darrer ARCO, pel que s'ha vist a la premsa, els galeristes estaven contents. Alguns deien que ho havien venut tot, símptoma d'una recuperació econòmica. Tal vegada estem entrant en un altre cicle.

Ja es veurà...