

En cierta ocasión, siendo todavía un galerista principiante, un reconocido coleccionista me preguntó qué era lo que tanto me gustaba de mi trabajo. Halagado, y sin duda esperanzado por una venta que presentía estaba a punto de cerrarse, reparé en que para esta persona el hecho de ser artista es algo importante en la vida, pero no así ser el gestor que vende su obra.

Desde entonces muchas veces me han preguntado aquello de “¿Y tú no pintas?” como si fuera una laguna en mi currículum o una vocación frustrada. Nunca me ha molestado esta actitud, que percibo más como una sobrevaloración o mitificación de la actividad artística, que como demérito de una profesión que, sin ser nada de otro mundo, me encanta.

Pocas ocupaciones mantienen un velo de romanticismo y prejuicios tan denso como las relacionadas con el mundo del arte, y la vertiente profesional de esta actividad no es ajena a ello. El imaginario colectivo asume que casi todo el dinero negro de este país lo maneja el mundo del arte –como en los buenos tiempos del sector inmobiliario–, que cuando un artista muere su cotización se dispara, y que los galeristas son unos seres despiadados que sólo piensan en su lucro personal esclavizando al artista. Desde luego, a las tres afirmaciones no les falta algo de razón, pero en un grado bastante inferior a lo que la gente piensa.

Tradicionalmente se ha obviado la parte mercantil que posibilita el mundo del arte con un silencio lleno de malentendidos, pero en las dos últimas décadas una serie de artistas han llevado su práctica hacia el cuestionamiento de esas convenciones. Damien Hirst fue más allá, situando la relación arte-mercado como parte fundamental de su propuesta artística. Después de muchos años en que el mercado perseguía al arte para poder comercializar cualquier cosa, éste ha sido puesto al frente de una propuesta artística.

Estas líneas pretenden ser una reflexión sobre el mercado del arte, no sobre el fenómeno artístico en sí mismo. Por tanto, la mayoría de juicios y valoraciones se basan más en criterios económico-mercantiles que en los estándares de calidad y valor artístico. Mi experiencia profesional proviene del sector privado del cual me siento un poco autorizado a hablar. No así del sector público-institucional, lo que no impide que lamente la ínfima parte de su presupuesto que la administración dedica a la cultura, y me escandalice de cómo éste se despilfarra en infraestructuras vacuas y manipuladas por el poder.

Entiendo la galería de arte como un espacio de mediación entre un público *comprador* y un colectivo de profesionales que producen objetos artísticos, que ejerce de punto de encuentro de muchos agentes del mundo del arte –artistas, coleccionistas y aficionados al arte, críticos, comisarios, etc. Esta labor no precisa necesariamente de un espacio físico abierto al público donde se realicen exposiciones con regularidad. La figura del marchante de arte es perfectamente asimilable al galerista convencional en cuanto que comparten estrategias y objetivos.

Un debate frecuente en ambientes artísticos es el de la actualidad y conveniencia de las galerías de arte. Se las acusa de seguir una metodología de trabajo obsoleta, más propia de un comercio de lujo tradicional que de una empresa acorde con la era de la globalización. Ciertamente, las galerías no se están adaptando bien a los nuevos tiempos. Se preocupan por los clientes, la proximidad y el corto plazo, pero no por el marketing, la imagen o las redes de intercambio internacionales. Donde deberían ver a un artista al que promocionar, ven simplemente obras que vender. Donde deberían ver

colaboración entre profesionales, ven competencia. Debemos, sin duda, evolucionar en muchos aspectos y cambiar radicalmente en otros. No obstante, debemos preguntarnos qué nos quedaría si no existieran las galerías de arte. Vivimos en un sistema capitalista, y los artistas quieren vivir de su obra. Para los noveles existen pocas fuentes posibles de ingresos. Suelen empezar por la autogestión, por vender a amigos y conocidos, y por presentarse a premios y becas de arte para subsistir y seguir trabajando. Lo ideal sería que las salas de exposiciones sirvieran para dar visibilidad a nuevos artistas, pero la realidad es que la institución pública se mueve por otros parámetros. Hay que atraer visitantes, presupuestos que justificar, etc. por lo que son mucho más atractivos los artistas que ya están dentro del circuito. La otra salida es igual de problemática: encontrar una galería que apueste por su obra, la promocióne y la ofrezca a sus clientes. En definitiva, la galería de arte es todavía la principal vía de profesionalización para el artista. Aunque anquilosada y deficiente, se basa en el libre criterio de una tercera persona que emplea su dinero y esfuerzo. Y es que, hablando de arte contemporáneo, asumir riesgos no es una cuestión menor. Aunque siempre se haya asimilado el arte a la trasgresión, lo cierto es que, como cualquier mercado, aborrece el riesgo. Paradójicamente, la contemporaneidad es académica y conservadora.

Conformamos un sector frecuentemente manipulado y olvidado por el poder, cuyo apelativo de *industria cultural* le viene realmente grande a pesar de los avances logrados desde los ingenuos años ochenta. Hasta entonces, en España se dedicaban al arte contemporáneo unos cuantos pioneros idealistas, que ya en los años veinte hicieron exclamar al Picabia exiliado en Barcelona aquello de *Car, vraiment, ici il n'y a rien...* Cuando celebramos esa gran fiesta anual del arte contemporáneo llamada ARCO, no puedo evitar la sensación de asistir a un espectáculo similar al día de Sant Jordi donde turistas y visitantes perciben una sociedad apasionada por la lectura, cuando la realidad es que pocos se plantean volver a entrar en una librería hasta el año siguiente.

Aunque existen diversas asociaciones profesionales, en la práctica no tienen ningún apoyo ni fuerza negociadora frente a las administraciones de cultura y de hacienda, que siguen recelando del sector como un posible refugio de dinero negro. En cierta ocasión, en una galería en la que trabajé hace años, tuvimos una inspección de hacienda. Cuando le pregunté al inspector porqué investigaban galerías de arte, contestó que sus objetivos para esa campaña eran "*las ventas de cuadros y de 4x4*".

La mayor parte del presupuesto del Ministerio de Cultura está destinado a mantener la infraestructura museística del país. Apenas hay becas o subvenciones para la producción artística o la participación de las galerías en ferias de arte en el extranjero. Sin embargo, a los artistas se les exige que tributen en el régimen de autónomos, y las galerías soportan los mismos impuestos que un comercio de lujo. En cambio los libros, amparados por el potente sector editorial, sí son reconocidos como objeto cultural con una fiscalidad reducida.

Del mismo modo los sectores público y privado nunca han colaborado activamente para promover el coleccionismo, que debería ser en el futuro el gran proveedor de los museos en forma de donaciones. Esta colaboración debería incorporar a un tercer grupo formado por los críticos, la prensa especializada y los comisarios de arte. Apenas existen foros de reflexión de arte contemporáneo y como consecuencia la crítica de arte, entendida como interlocutora y formadora de criterio que necesita toda sociedad, no existe. Aunque parezca insólito, a la gente *normal* le gusta el arte contemporáneo, y demanda información que le permita elaborar un criterio propio

sobre lo que es bueno y lo que es malo. Lo único que reciben, en cambio, son discursos endogámicos desde la torre de marfil de la contemporaneidad, como en la academia del siglo XVIII.

En nuestro país las galerías de arte son, con alguna excepción, pequeños comercios o microempresas, que tienen en plantilla entre uno y cinco trabajadores, cuya facturación global no supera a la de una sola empresa de tamaño medio. Hace unos años se publicó un *libro blanco del sector de las galerías de arte* que establecía que la galería más importante por volumen de facturación era...El Corte Inglés. En la práctica son empresas unipersonales que dependen exclusivamente de la figura del galerista. Su preparación, capacidad e intuición determinan hasta dónde puede llegar su empresa. En general, el nivel de preparación de los galeristas españoles es bajo. En un sector cuya actividad se divide a partes iguales entre el conocimiento empresarial y el artístico, resulta difícil encontrar a muchos que aprueben en las dos facetas.

El mercado del arte contemporáneo está globalizado desde hace años y los artistas y galerías, sean consagrados o emergentes, cuentan con redes de intercambio de información con otros mercados que multiplican las posibilidades de exponer y vender las obras en cualquier país. Ello facilita la difusión y visibilidad de la obra y la diversificación de los puntos de venta. Cuando un artista trabaja simultáneamente con varias galerías, realmente puede convertirse en un profesional que vive de su trabajo sin tener que dedicar gran parte de su tiempo y energía a *vender o promocionarse* para centrarse en producir obras de arte. Pues bien, las galerías de arte españolas no participan de estos flujos internacionales. No tienen la capacidad económica ni la preparación necesaria para hacerlo. No conozco ningún caso de artista español al que su galería haya introducido con éxito en el mercado internacional. Barceló y Juan Muñoz, dos ejemplos clásicos de artistas cotizados internacionalmente, han sido descubiertos y promocionados por marchantes o galerías extranjeras.

Sí que participamos, en cambio, del efecto contrario. Las galerías de arte con suficiente capacidad económica hacen lo posible para importar exposiciones de artistas extranjeros ya consagrados, por cuyas obras suspiran los museos nacionales y los grandes coleccionistas. Se convierten así en una especie de *concesionarios* o *distribuidores* de esa marca. Otro fenómeno frecuente en nuestro entorno son las *burbujas locales*, artistas que, por una u otra razón, se ponen de moda y disparan su cotización de un año para otro. Suelen tener una duración de uno o dos años, y nunca traspasan nuestras fronteras.

Porque en el fondo ¿qué compra un coleccionista? Evidentemente un objeto, pero con un valor añadido esencial que escapa a lo cuantificable por la mente racional y económica. Pocas veces le mueve exclusivamente la inversión. En mi opinión, la gente compra lo que le falta: una idea, una emoción, tiempo, status... Un coleccionista es una persona que adquiere arte regularmente con un criterio claramente definido, que ama y defiende las obras que tiene en su casa, y a quien tenemos que defender y proteger. En este país, sin embargo, se considera coleccionista a cualquiera que cometa la extravagancia de pagar por un producto tan extraño y problemático como una obra de arte.

Javier Núñez Gasco aborda directamente la relación arte – mercado - coleccionismo en la serie *Resting Pieces (R.I.P.)...*, aunque a su manera. Como artista es un reivindicador incansable del valor de la idea en el arte y, en la serie que nos ocupa, en el mercado del arte; Es más, donde muchos artistas se proponen involucrar al

espectador en el proceso artístico, él invita al coleccionista a ser parte del proceso de producción y comercialización de la obra. Idealismo y materialismo puros.

Resting Pieces es el resultado de una serie de proyectos artísticos que empezaron a realizarse el año 2004, y cuya finalización será, como mínimo, lejana y problemática (si no fuera problemática, no sería de Javier Núñez). El punto de partida son cuarenta y una lápidas realizadas en piedras nobles (granito, mármol y moleano, entre otras) con reminiscencias funerarias o conmemorativas. Cada una lleva una inscripción en bajorrelieve que es el germen o la idea de otra obra o conjunto de obras que desarrollan este concepto inicial. ¿En qué se traducen las obras finales? Pueden ser objetos modestos como un reloj de arena o grandes producciones que por sí solas constituyen una gran exposición. Pero cuidado, nada es del todo lo que parece. Las lápidas, plasmaciones conceptuales de una obra, incorporan, con criterio estético, materiales y elementos añadidos que guardan relación con la hipotética obra resultante.

Los conceptos desarrollados son de lo más variado, temas que interesan al artista y que podemos ver a lo largo de su trayectoria en diversos trabajos. Las lápidas *Firma de Artistas*, *A Shadow of an Artist*, o *Copyright*, entre otras, tratan sobre la autoría de la obra y sobre el valor de las ideas. Son una reivindicación de la idea como obra en sí misma, dándole la categoría y la dignidad propias de la obra final una vez terminada.

Otras lápidas abordan temas como la precariedad y las difíciles condiciones que los artistas afrontan al inicio de su carrera –*Carpeta de Artista*– la incomunicación como factor de manipulación de las personas –*Información es poder, What do you really mean?*– homenajes a otros artistas –*High Pitch*– cuestionamientos sobre la práctica artística –*Naturaleza Muerta, Técnica Mixta sobre Paisaje*– experiencias personales, e incluso obras que no se han podido realizar por falta de medios pero que merecen ver la luz. Mención aparte merece *On Sale*, una lápida que incorpora luces rojas en sus extremos que se encienden intermitentemente en caso de venta de la obra, a modo de celebración del acto del coleccionismo como elemento primordial del mercado del arte.

En suma, estas obras se enmarcan en un proceso donde el artista se involucra y se posiciona en el mercado brindando al coleccionista una entre las siguientes posibilidades/opciones: que adquiera la lápida como pieza única; que patrocine la producción de la idea; o que además, compre la obra final. Estos factores otorgan todo su carácter y contenido al proyecto, transformando al mercado en general y al coleccionista en particular en actores decisivos e imprescindibles del propio proceso artístico.

El coleccionista o receptor final de una obra de arte tiene el poder de decisión sobre una adquisición determinada; si la compra, la obra le pertenece. La suma de todas estas decisiones en su conjunto mueve este magnífico tinglado que es el mundo del arte. El coleccionista que aprecia la obra de Javier y se plantea comprarla, se enfrenta al dilema de decidir si la obra de arte se realizará o bien quedará para siempre en el limbo de las ideas. Semejante poder de decisión puede provocar vértigo. Es una putada, propia de un artista demasiado gamberro o demasiado responsable. **Javier Núñez Gasco** no pertenece ni a unos ni a otros. Como Groucho Marx, nunca pertenecería a ningún club que lo admitiera, y menos si lo forman artistas.