

Barroc

Durant els segles XVII i XVIII comença a sorgir un impuls artístic per representar oficis comuns de l'època. Al mateix temps, alguns monarques desperten el seu interès per la possessió d'obres d'art. L'augment del prestigi social cap als artistes es fa rellevant a partir del Renaixement italià moment en el que els pintors de la cort gaudiran de la confiança per part dels reis, qui els encarregaran obres. "L'arxiduc Leopold Guillem d'Habsburg a la seva galeria de Brussel·les" és una obra representativa de l'època.



L'arxiduc
Leopold Guillem
d'Habsburg a la
seua galeria
de pintures de
Brussel·les.
David Teniers
1647
Oli sobre coure
Museu Nacional
del Prado,
Madrid, Espanya

Font: 1001 obras de arte

David Teniers¹⁸ pintà un dels oficis més importants i en alça de l'època, la pintura, amb l'obra "L'arxiduc Leopold Guillem d'Habsburg a la seva galeria de Brussel·les".

L'autor, David Teniers, era el pintor de cambra de l'Arxiduc Leopold Guillem d'Habsburg, el qual regalà el quadre a Felip IV, el col·leccionista més important dels Habsburg.

¹⁷ Afirmació realitzada per Antonio Arrieta del Banc Central Europeu.

¹⁸ David Teniers (1610- 1690) pintor flamenc que col·laborà amb l'Arxiduc Leopold Guillem en les seves adquisicions i en la creació de la seva col·lecció d'art, actuant com a conservador de la mateixa.

Art contemporani

segle XIX

“*Exposició pública d'un quadre*” és una obra de Ferrer Miró¹⁹ on es representa a un grup de persones, pertanyents a la burgesia, que observen l'aparador d'una botiga on es venen reproduccions de pintures.

La pintura va ser produïda durant el període de creixement econòmic que va sorgir a Barcelona, anomenat la Febre d'Or. Un moment en el que el pintor, sota demanda, representà els costums de la nova burgesia.



Font: Ramos P.M. *El comercio en el arte*. En: Lunweg. Primera ed., 2012

Exposició públic d'un quadre

Joan Ferrer i Miró 1888

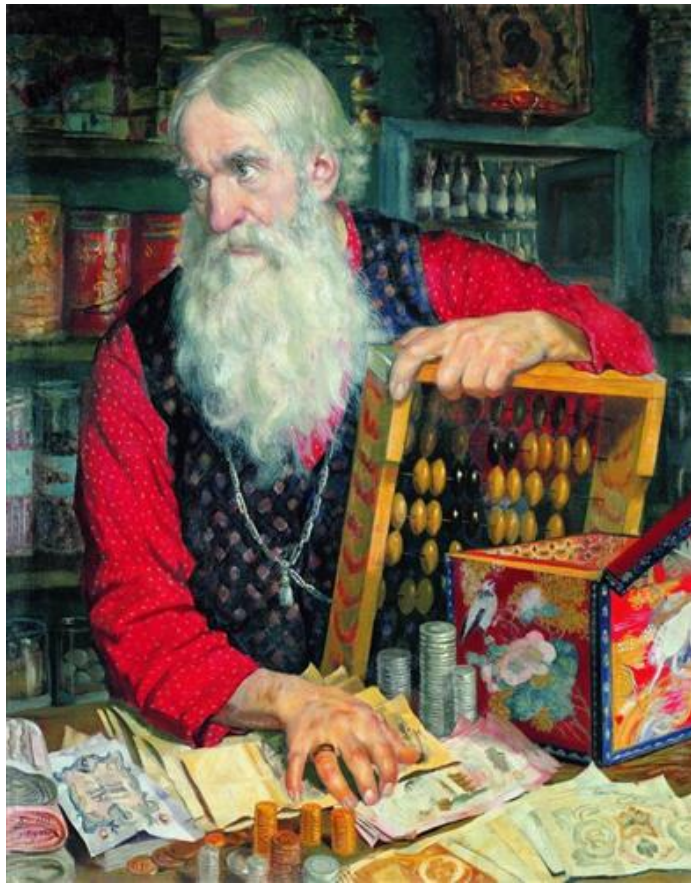
Oli sobre llenç

Museu Nacional d'Art de Catalunya,

¹⁹ Ferrer Miró va ser un dels introductors del realisme anecdòtic.

Segle XX

El pintor rus Boris Kustódiev creà “*El comerciant*”, s’observa a un home mirant a la llunyania envoltat de diners (bitllets i monedes) mentre s’aferra a un àbac, una eina necessària pels seus càlculs, tal i com ho són els diners per l’intercanvi mercantil.



El comerciant

Boris Kustodiev
1918
Oli

The I. Brodsky Museum, St
Petersburg, Rússia

Font: Ramos P.M. *El comercio en el arte*. En: Lunwerg. Primera ed., 2012

Segle XXI

Diana Ong plasma el món capitalista a través de la seva obra creada digitalment i representa als inversors reunits en grup analitzant a la humanitat com si fos un món o espècie diferent.



Font: Ramos P.M. *El comercio en el arte*. En: Lunweg. Primera ed., 2012

La borsa de Nova York

Diana Ong

2000

Infografia

4. Punts de vista sobre la relació entre l'economia i l'art

A l'hora de parlar de la relació entre economia i art trobem punts de vista diferents. Hi ha persones dins el món de l'art i de l'economia, cadascuna enteses en el seu camp, que creuen que aquests dos conceptes no han d'anar junts. En alguns cercles de la cultura i les arts no està ben vist que es parli de diners en relació amb l'art, perquè sembla que es malmeti el concepte d'art o que el converteixi en una simple mercaderia. Dins l'àmbit econòmic, també succeeix aquest distanciament de l'art per part d'alguns dels seus components. Es creu que aplicant conceptes, criteris i normes econòmiques, formaria part del mercat com els altres productes. Però els criteris econòmics no s'apliquen de manera estricta en el mercat de l'art. L'assignació dels preus és molt subjectiva, la qual cosa fa que no sigui un producte ni un mercat estrictament com els altres i que no rebi la mateixa consideració per part dels economistes.

Aquests punts de vista generalitzats contrasten amb les opinions i comentaris recollits en les entrevistes realitzades a l'artista Perico Pastor, al director de CaixaForum Barcelona, Valentí Ferràs i a Teresa Camps professora d'Art Contemporani de la Universitat Autònoma de Barcelona, experta en Joaquim Mir.

El pintor i dibuixant Perico Pastor²⁰ pensa que “Hi ha massa tendència a voler separar l'art d'altres activitats econòmiques, com si parlar de diners i art fos embrutar el concepte d'art.”

“L'economia i l'art tenen una relació clara, hi ha moltes persones, empresaris, col·leccionistes, gent que té possibilitats econòmiques i que els agrada invertir en art perquè busquen allò que té un component de bellesa. Però la inversió en art també pot ser una inversió interessant, en la que si tens bons assessors pots aconseguir uns grans beneficis”, tal i com comenta Valentí Ferràs²¹ director de CaixaForum Barcelona durant la seva entrevista.

²⁰ Perico Pastor és un pintor, il·lustrador i dibuixant català que ha publicat il·lustracions en revistes tant importants com Harper's Magazine, Vogue i a diaris d'àmbit nacional i internacional com La Vanguardia o The New York Times. Adreçar-se a l'*Annexe*, per llegir l'entrevista completa.

²¹ Valentí Ferràs director de CaixaForum Barcelona. Adreçar-se a l'*Annexe*, per llegir l'entrevista completa.

La professora d'Art Contemporani, Teresa Camps explica que: “primer l'artista ha de viure i segon l'obra s'ha de produir. Si no hi ha obra no hi ha venda, la producció comporta despeses inicials, l'obra surt del taller i entra en circulació pública i cultural, [...] i a partir d'aquí pot ser un objecte de compra”.

4.1 Com es determina el preu d'una obra d'art

El preu²² d'una obra d'art és molt difícil de determinar, normalment, els preus els marquen els autors de les obres. L'aportació dels experts és molt important en el procés per determinar el preu, però el que fan els experts no és posar-li preu a l'obra sinó determinar el valor de la mateixa, la seva autenticitat.

Un altre punt a tenir en compte és que el mercat de l'art no segueix un sistema de preus estàndard, com podria ser-ho el de la tecnologia i cadascuna de les obres té un valor econòmic propi.

Criteris per determinar el preu d'una obra d'art

- **L'autor de l'obra**, és una de les principals premisses amb les que es marca el preu, el fet de saber si és un autor famós, les influències rebudes i la seva aportació al món de l'art és la base per posar-li un preu determinat a una obra.
- Un dels fets més importants en qualsevol mercat, i en la valoració dels seus productes, és la relació entre la **oferta** i la **demanda** d'aquest bé en qüestió. La oferta d'un producte, en aquest cas una obra d'art única i genuïna que és molt demandada equival a la pujada del seu preu.
- Les **dimensions** poden ser un condicionant del preu. Les obres grans, que són més cares, normalment són adquirides pels museus. Els col·leccionistes prefereixen obres de mides normals perquè acostumen a penjar-les a les parets de casa seva.

²² *Annex 3*: Informació extreta de l'entrevista amb Teresa Camps, professora d'Art Contemporani de la Universitat Autònoma de Barcelona i experta en el pintor Joaquim Mir.

- **Localització:** Galeries o cases de subhastes importants en les que s'ha pogut veure en el seu catàleg una obra i l'exposició en col·leccions privades o públiques (museus importants), augmenta el valor. Quan una obra és coneguda a nivell internacional el valor de l'obra també augmenta.

- **Antiguitat:** El moment històric en el que es va crear aquesta obra, a les persones que va pertànyer, si es trobava en palaus o llocs emblemàtics, o si pertany a un aspecte important de la història.

- **L'estat** en el que es troba l'obra. Si està ben conservada segons el pas del temps, i el procés de restauració és un fet important per recuperar l'aspecte de l'obra. Aquest procés pot ser molt costós i la pèrdua de la originalitat pròpia de l'obra pot provocar la disminució del preu.

- **L'autenticitat:** Les obres d'art necessiten ser certificades o autenticades per l'autor mateix o per un expert, qui no marca el preu, assigna el valor de l'obra, però això influirà en el preu. Quan una obra no és autèntica, el seu preu es desploma totalment.

- **Unitat o col·lecció:** Aquest és un factor que pot jugar a favor o en contra. Les obres que estan creades com a col·lecció per l'autor poden perjudicar o afavorir el preu. Quan parlem d'una col·lecció, normalment els motius o firmes de les obres són similars i pretenen formar una unitat. Les col·leccions són lots difícils de vendre, degut a la similitud de les obres o la quantitat en conjunt, però si interessen poden ser més valorades totes conjuntament que individualment.

- **El comprador:** A qui pertany o va pertànyer l'obra també augmenta el seu valor. Si un comprador d'art experimentat adquireix una obra d'un artista novell, aquest inversor pot aconseguir donar renom a l'artista i a les seves obres provocant així l'augment dels preus.

- La **repercussió mundial** de l'obra: la capacitat de sorprendre al públic i la sensibilitat que transmet l'obra.

- La **revalorització** d'una obra es pot produir degut a la mort de l'autor, això implicaria que ja no podria produir més obra i per tant les seves obres serien limitades i més valuoses.

El preu final de l'obra està constituït pel cúmul de tots aquests criteris. Un cop investigats tots aquests factors, els experts en art són capaços de valorar l'obra, però el preu el marca el mercat i tot allò que el demandant està disposat a pagar. Durant la revenda al mercat secundari d'obres d'art, s'obté un major preu per l'obra.

5. El mercat de l'art

Al mercat de l'art és on s'enllacen l'economia i l'art, constituït per diversos agents i institucions dedicats a l'explotació comercial de l'art. Dins aquest mercat es fixen els preus de les obres i es regeix per la llei de l'oferta i la demanda.

5.1. El funcionament del mercat de l'art

El mercat de l'art està constituït per dos parts: el mercat primari on les obres surten al mercat directament de la mà de l'autor i el mercat secundari on l'obra que es ven ja ha estat venuda anteriorment, són exemples de revenda les subhastes i els marxants.

El mercat de l'art és un mercat en el que la venda de productes és molt baixa en comparació amb altres, però tot i així es poden moure grans sumes de diners.

Les pràctiques que es segueixen dins el mercat de l'art no són les mateixes que la resta de mercats. En el mercat de l'art no hi ha normes sobre les pràctiques monopolistes, dominar el mercat de l'art no és il·legal. Molts grans propietaris d'obres d'art que en altres mercats se'ls acusaria de monopolistes, sostenen que no és possible influir en els preus, perquè hi ha una gran quantitat d'obres d'un mateix artista.

Les cases de subhastes durant un període contribuïren en l'ascens dels preus, Sotheby's²³ feia préstecs als seus comprador per pujar els preus de les obres.

²³ Una de les principals cases de subhastes fundada al Regne Unit durant 1744.

Les pràctiques especulatives de Sotheby's van preocupar al mercat de valors, i que aquest intermediari passés a assegurar un determinat preu per l'obra al venedor tant si es venia com si no. Aquest fet consistiria en jutjar el valor de l'obra d'art automàticament, segons el gestor de fons de risc Jim Chanos²⁴.

El mercat de l'art ha anat evolucionant i amb l'aparició d'internet s'ha convertit en un mercat global, on es pot comprar una obra d'art des de qualsevol lloc del món. Aquest fet permet una ampla venda i accessibilitat a les obres per part dels interessats en obtenir-les. Sobretot les cases de subhastes més importants del món, com Christie's²⁵ o Sotheby's, s'introdueixen en la internacionalitat de venda, tal i com ho fan les galeries i els mateixos artistes.

Londres, Nova York i Hong Kong s'adaptaren ràpidament a la globalització, desplaçant a ciutats com París de les primeres posicions en el mercat.

Àsia i Amèrica llatina s'interessen per les obres de nous artistes ara més que mai.

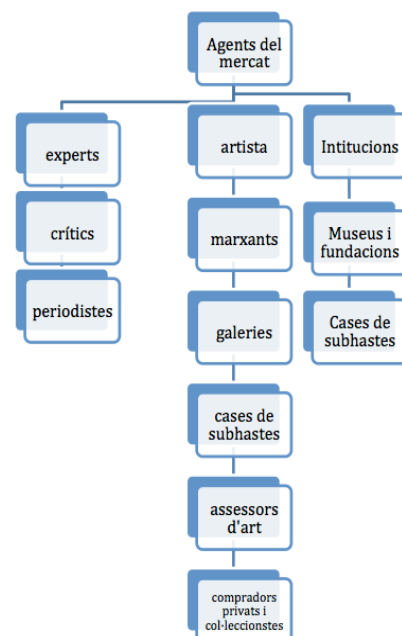
5. 2. Agents del mercat

Al mercat de l'art trobem compradors (col·leccionistes, inversors...) i venedors (galeries, cases de subhastes...) com en qualsevol mercat.

Els diversos agents que intervenen en el mercat de l'art tenen unes característiques determinades:

L'**artista** és un dels agents primordials i essencials que participa en el mercat de l'art i sense ell no existiria.

“Els artistes no s'impliquen gaire en el mercat, perquè la funció més important, com a artista, és el fet de produir la seva obra i concentrar-se en ella. Aquells artistes que han de vendre per ells mateixos les obres han d'invertir temps intentant



²⁴ Gestor de fons de risc americà inversor de la casa de subhastes Sotheby's.

²⁵ Casa de subhastes fundada a Londres per James Christie l'any 1766.

fer les transaccions. Per aquest motiu, els que tenen més sortida en el mercat disposen d'una sèrie de persones que els gestionen les seves vendes, que són els galeristes o marxants²⁶.

El **marxant** és un entès en art que es dedica a la compra-venda de les obres d'art i pot tenir una galeria. Fa d'enllaç entre el col·leccionista i l'artista o entre particulars que volen el seu assessorament. Adquireix les obres per encàrrec depenent els gustos dels seus clients.

Els **galeristes** són una de les peces principals per a la venda de l'art, perquè normalment són els que venen les obres dels artistes de la galeria. El galerista és l'intermediari principal entre artista i comprador, que pot ser una institució, un col·leccionista... .

Les **cases de subhastes** tenen com a objectiu vendre el que es subhasta com més aviat millor. Hi ha cases de subhastes localitzades a tot el món, les subhastes més importants són les de Christie's, Sotheby's i Phillips²⁷ on s'han venut les obres més cares.

Els **assessors d'art** o *art advisors*, són persones amb amplis coneixements d'art i del mercat, que treballen per a un col·leccionista. Assessoren al col·leccionista en els diferents àmbits que comporta la creació d'una col·lecció i intervé tant en la gestió com en la col·lecció per ella mateixa.

Compradors privats aquest grup està compost per aficionats, amants de l'art i col·leccionistes majoritàriament. Els **col·leccionistes** són aquelles persones que compren obres d'art per crear la seva pròpia col·lecció i solen estar ajudats pels assessors artístics. Normalment, tenen debilitat per algun període artístic determinat, un autor o un estil en particular. El seu objectiu principal no és invertir en art, sinó disposar d'una sèrie de peces úniques o que poca gent al món en pot gaudir.

²⁶ *Annexe3*. Informació extreta de l'entrevista amb Teresa Camps, professora d'Art Contemporani de la Universitat Autònoma de Barcelona i experta en el pintor Joaquim Mir.

²⁷ Casa de subhastes fundada a Londres al 1796 per Harry Phillips, amb seu central a Nova York.

Valentí Ferràs²⁸ opina que: “Cada cop més el món del col·leccionisme és més necessari. Els col·leccionistes són els que fan aquelles col·leccions que després es porten al circuit de les exposicions. Nosaltres ens podem nodrir de les relacions amb els museus, però els museus tampoc arriben a tot i que hi hagi col·leccionistes és molt saludable. Moltes vegades els col·leccionistes no es plantegen si els serà rentable aquesta compra, perquè ells compren per tenir i després arriba un moment en que ells o els hereus de la col·lecció els agrada que la gent la pugui gaudir”.

Els Museus i les fundacions són llocs on es presenten al públic les obres d'art que han comprat o tenen cedides. Aquestes institucions, realitzen un servei per a la societat permetent ensenyar les seves obres als visitant.

Cases de subhastes²⁹ tenen com a objectiu vendre els objectes que posen a subhasta, el més ràpid possible per la major quantitat de diners.

Les cases de subhastes tenen una gran presència dins el mercat de l'art. Una subhasta consisteix en vendre un producte al postor que liciti més alt, que ofereixi més diners lluitant amb els altres licitadors, per emportar-se el producte. Sotheby's i Christie's són les dues cases de subhastes més importants amb gran experiència venent obres d'art de gama alta.



Esquema₁: Procediment de venda d'una casa de subhastes.

²⁸ Valentí Ferràs director de CaixaForum Barcelona. Adreçar-se a l'Annexe₂ per llegir l'entrevista completa.

²⁹ Adreçar-se a l'Annexe₁: Experiència d'una subhasta.

5. 2. 1. Els museus

Els museus són institucions dedicades a l'adquisició, conservació, estudi i exposició d'objectes de valor relacionats amb la ciència i l'art pel desenvolupament dels coneixements humans.

Els museus s'han anat transformant degut als canvis polítics i a la globalització econòmica. "Antigament els museus eren espais gairebé privats on només experts i entesos en la matèria observaven i contemplaven unes obres conegudes"³⁰. L'objectiu principal d'un museu és el d'exposar les obres i fer-les arribar al públic, però també, avui dia és un gran atractiu pel turisme cultural.

Els museus tenen diferents criteris a l'hora de presentar les seves obres, es divideixen en:

- **Museus informatius:** Presenten dades d'interès sobre la col·lecció, les obres que s'exposen a la sala i sobre l'autor que les ha creat. En aquest cas s'ofereix més informació de la merament visual, com la composició o materials amb els que estan fetes les obres. A les parets de la sala també s'exposen anècdotes donant informació sobre l'obra sense necessitat d'un guia.

- **Museus contemplatius:** Només es troben les obres exposades en les sales, amb la menor informació possible. Són museus que permeten al visitant guiar-se pels seus coneixements o la sensibilitat artística de la bellesa de la que ell disposa. No s'expressa un valor més enllà de la contemplació de l'obra.

- **Museus educatius i didàctics:** S'utilitzen sistemes per transmetre la informació més enllà de les paraules. Pretenen ensenyar amb l'ús d'objectes, sons, altres recursos que serveixen de referència dins l'aprenentatge dels éssers humans.

Els museus siguin de l'especialitat que siguin són un bé cultural del qual tots podem gaudir-ne.

³⁰ *Annex 3*: Informació extreta de l'entrevista amb Teresa Camps, professora d'Art Contemporani de la Universitat Autònoma de Barcelona i experta en el pintor Joaquim Mir.

Obtenció de les obres dels museus

La manera com aconsegueixen els museus les obres que exposen i entren dins les seves col·leccions o exposicions és molt diversa, tant pot ser una obra comprada, cedida o prestada, donada, deixada en herència...

Segons informació extreta del museu d'Orsay³¹, el mode d'adquisició de l'obra forma part de la història d'aquesta, juntament amb tots els documents que parlen d'ella.

La donació és un dels sistemes d'adquisició d'obres més comú i consisteix en la recepció d'un objecte per transmissió gratuïta. Degut a la generositat dels donants les donacions són un fet molt important pel creixement de les col·leccions i els fons dels museus.

Préstec d'obres es realitzen quan s'ha creat un vincle de confiança entre institucions.

“... Fas acords i agafes **prestigi** i quan tens recursos econòmics per poder anar programant exposicions et dones a conèixer. [...] per generar **confiança** pels préstecs, perquè les obres te les han de deixar. Per aquest motiu, és possible que obres tant importants arribin al CaixaForum.” comenta Valentí Ferràs³².

Finançament d'un museu

El finançament dels museus prové de quatre fonts principals que són els ingressos per entrada, les donacions, el mecenatge³³, i les subvencions públiques.

No existeixen pautes comunes en les fonts de finançament dels museus, poden ser diferents depenent del país. Als EUA, els ingressos derivats del mecenatge personal o empresarial són extraordinàriament més importants que a Europa, on les subvencions públiques tenen molt més pes. Els ingressos per taquilla varien considerablement entre museus, així com els corresponents a serveis. A tot arreu, els museus no obtenen beneficis i salden el seu compte corrent gràcies a les aportacions externes públiques o privades.

³¹ Museu situat a París, França dedicat a les arts plàstiques del segle XIX.

³² Valentí Ferràs director de CaixaForum Barcelona. Adreçar-se a l'*Annexe2* per llegir l'entrevista completa.

³³ Mecenatge: protecció o ajuda econòmica que exerceix un **mecenes**. Mecenes: Persona o fundació rica i poderosa que protegeix als artistes i adquireix i promou les obres.

Antoni Vila Casas³⁴, empresari i mecenes, ha creat una fundació on els artistes contemporanis puguin estar representats en els seus espais, utilitzant els recursos propis, sense subvenció pública.

Les subvencions consisteixen en entregar una quantitat de diners per part de l'Administració a una institució, particular... . No hi ha cap obligació de tornar els diners perquè es realitzaran activitats considerades d'interès públic.

Els museus reben subvencions per part del govern central d'un país o estat, correspon a un tant per cent dels diners que estan destinats a cultura, aquestes xifres canvien anualment.

L'impacte econòmic dels museus a la societat

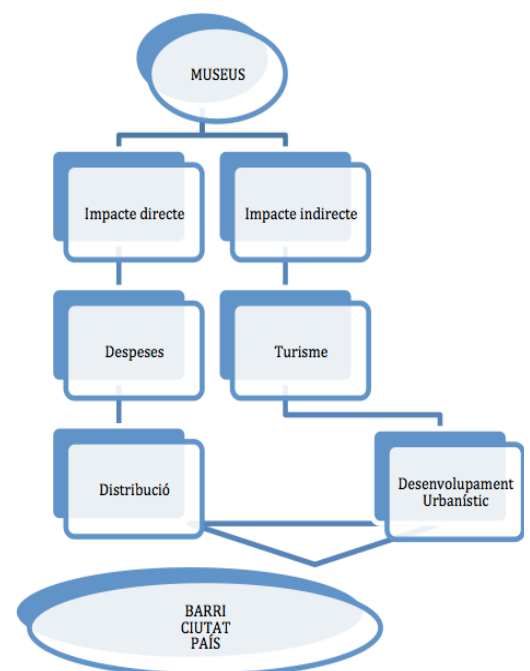
L'estudi d'un impacte econòmic en aquests moments no tracta només de l'economia aportant recursos econòmics per fomentar la cultura, sinó també la contribució de la cultura a l'activitat econòmica d'una zona.

L'impacte econòmic dels museus a la ciutat o a la societat, pot ser directe o indirecte (turisme i desenvolupament urbanístic).

Impacte econòmic directe dels museus

Un estudi realitzat per l'Associació d'Artistes visuals de Catalunya, a set museus d'art contemporani de l'Estat espanyol, mostra la suma de 73,3 milions d'euros per despeses ordinàries realitzada, entre els set museus.

Els museus que componen l'estudi són el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, Guggenheim, Museo Picasso-Málaga, Museu d'Art Contemporani de Barcelona, Fundación César Manríquez, Instituto Valenciano de Arte Moderno, Artium, Museo Patio Herreriano i el Museo de Arte Abstracto Español.



³⁴ Antoni Vila Casas és un empresari català que ha destacat com a mecenes i creà la Fundació Vila Cases (1986) de la que és el president, ha rehabilitat cinc edificis, on ha situat els seus museus.

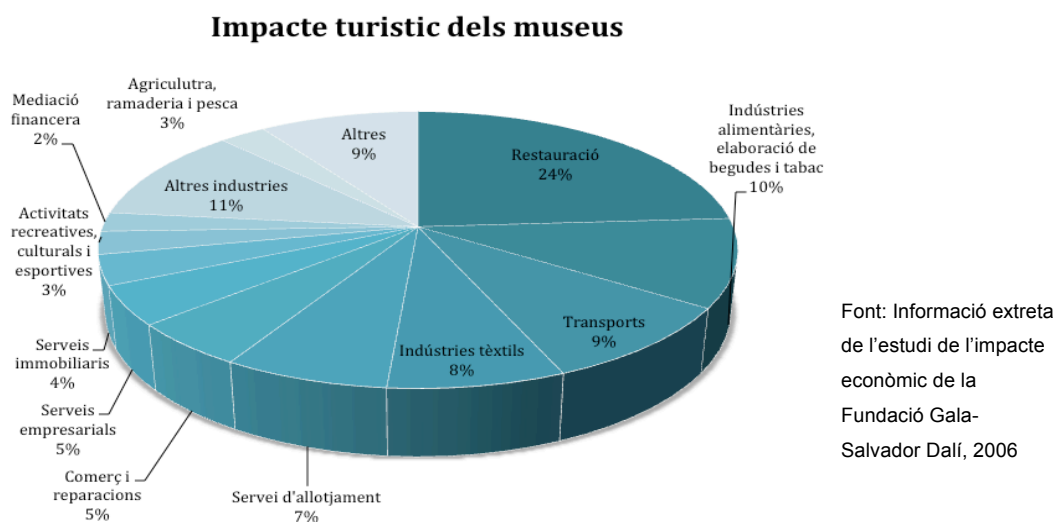
“Els museus creen llocs de treball i realitzen una aportació considerable al Producte Nacional Brut”, tal i com comenta el director de CaixaForum Barcelona, Valentí Ferràs en la seva entrevista.³⁵

Les despeses són el conjunt d'exercicis ordinaris, com la compra de béns i serveis (professionals, seguretat, transport, impresos...), manutenció, ampliació de les infraestructures (construcció) i altres despeses internes del museu.

Els ingressos provenen tant dels visitants que rep la institució, com a través de subvencions públiques o privades i donacions. Els museus reben un ingrés a través de la seva activitat directa de taquilla (compra d'entrades per part del visitants), activitats diverses del centre i altres ingressos d'activitat directa. Els ingressos d'activitat directa, no són els mateixos en tots els museus però es classifiquen en serveis (cafeteria, botiga de regals...), patrocini, lloguer d'espais del centre i altres.

Impacte turístic dels museus

Un dels tipus de turisme que existeix és el turisme cultural, si es té una bona oferta museística i cultural, generarà un impacte favorable per a la ciutat i pel país, repercutint d'aquesta manera en molts altres serveis que ofereix la ciutat, i aportant-li més riquesa.



Els turistes estrangers i nacionals també fan altres despeses, tals com l'allotjament dins o fora de la ciutat.

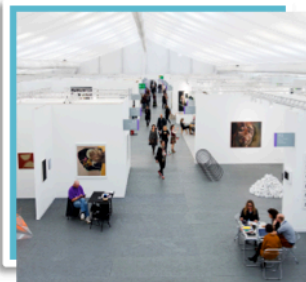
³⁵ Valentí Ferràs director de CaixaForum Barcelona. Adreçar-se a l'Annex 2 per llegir l'entrevista completa.

Impacte urbanístic

La creació de museus pot representar una millora del desenvolupament urbanístic, degut a la possible rehabilitació d'espais degradats, normalment a través de la inversió pública. Quan un museu es situa en una zona determinada de la ciutat, aquesta zona millora, perquè la ciutat inverteix en renovar els espais propers. Les empreses i serveis es localitzen a prop dels museus amb l'esperança de captar clients, i els edificis de més a la vora es revaloritzen, amb la possibilitat d'arribar gairebé a valorar-se pel doble del seu preu anterior.

5. 3. Les fires d'art

Les fires d'art són uns esdeveniments on es poden exposar obres d'art, s'aconsegueixen contactes o es compra. Les fires estan organitzades per empreses privades i intenten donar a conèixer les galeries i els artistes que les integren. Les fires i biennals d'art estan en continu creixement, les més importants són:



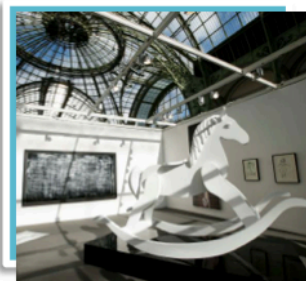
• Frieze London



• La biennial de Venècia



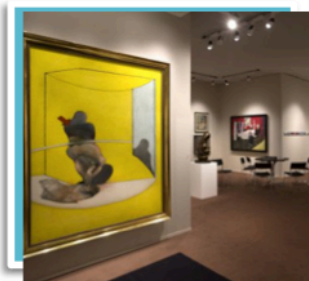
• ARCO (Madrid)



• FIAC (Paris)



• Art Basel Miami



• TEFAF (Maastricht)

5. 4 . Oferta i Demanda

El mercat de l'art es regeix per la llei de l'oferta i la demanda. L'art vist des d'una perspectiva econòmica objectiva ens presenta els pilars essencials de l'economia, Bruno Frey³⁶ expressa aquests conceptes en el seu llibre *La economia del arte*.

La corba de la demanda en el món artístic és un fet difícil de definir, perquè la demanda de l'art és molt subjectiva, i ens hauríem de referir a obres d'art concretes, com les pintures. Ja que la definició d'art és molt subjectiva, la demanda d'aquests béns no és proporcional ni constant envers a tot tipus d'obres.

Com més escàs és un bé, normalment resulta més valuós i d'aquesta manera, més car. Un fet similar és el que succeeix en el mercat de les obres d'art. Si parlem de l'obra d'un artista mort, les seves obres es revaloren després de la seva mort, pel fet que els quadres de l'artista són únics i irrepetibles. El mercat de l'art és exemple d'escassetat, d'aquesta manera esdevé un excés de demanda que mai podrà ser coberta, perquè l'artista no podrà incrementar la seva producció per poder proveir els seus compradors i així aconseguir el preu d'equilibri.

Les peces artístiques són úniques i cadascuna d'elles és demanda de manera diferent dins el mercat. Del que podem estar segurs és que les persones consumidores no estan disposades a adquirir una obra d'un artista menys talentós o desconegut a un preu baix si poden permetre's la compra d'una gran obra.

La demanda de l'art es regeix per una sèrie de criteris: en el cas de certs productes coneguts la demanda és major simplement pel fet de **posseir** l'obra única que tothom vol. També pot ser que les persones més properes puguin reconèixer que es disposa d'una gran obra, important i de valor, atorgant al posseïdor **prestigi social**. Les **modes i els gustos** també canvien i a part de disposar d'obres exclusives, hi ha amants de l'art que prefereixen obres mai vistes creades per artistes desconeguts o altres amb els que es senten més

³⁶ Bruno Frey: economista suís i professor d'economia de la Universitat Zeppelin University Friedrichshafen a Alemanya.

identificats. La demanda de l'obra d'un artista determinat pot ser deguda a dues raons. La primera és el **gust per l'art**, i si a un comprador li agrada una obra independentment del renom de l'autor, la compra. La segona raó i la de major pes en el món de l'art per comprar a un nou artista és la d'**invertir** en ell.

Des del punt de vista de l'oferta, dins el món de l'art, el venedor que disposa d'una gran obra és propietari d'un objecte únic del que ningú més pot disposar, i així atorgar-li el preu que creu convenient. A més a més té un factor important a tenir en compte, l'art no és només el que costen els materials, el local..., sinó hi ha una sèrie de requisits que augmenten el seu preu, com ja s'ha comentat anteriorment.

Una obra pot ser oferta a un ampli nombre de persones interessades, avui dia, i no només a les persones que hi poden anar físicament, la venda online a subhastes juga un paper important.

5. 5. L'art com a inversió

L'art com a inversió és un concepte innovador que ha aparegut en la societat actual i ha fet cobrar un nou sentit a l'art. Utilitzat per molts com a una nova moneda de canvi o caixa d'estalvis, que en poc temps serà venuda i substituïda per una altre. La compra d'obres d'art resulta una inversió quan el comprador després pot vendre l'obra i obtenir-ne un benefici.

Actualment invertir en art pot servir per diversificar els ingressos, hi ha àmbits en els quals es pot obtenir una gran rendibilitat, però en d'altres no. La inversió en art, com cap altre, no és un valor segur, i depèn d'una sèrie de factors.

El primer que s'ha de tenir clar a l'hora d'invertir, tant sigui en art com en qualsevol altre productes, projecte, empresa... és saber quant es vol invertir i en què concretament. Dins el mercat de l'art hi ha moltes opcions per a la inversió, i també un risc considerable, depenent de l'obra o l'autor en el que es vol invertir.

L'afany d'invertir en art ha augmentat durant els últims anys degut a la baixada del mercat borsari. L'auge del mercat de l'art ha fet créixer l'interès, sobretot de les grans fortunes i altres inversors, perquè volen que algunes obres formin part del seu patrimoni, ja que actualment és més segur invertir en una obra d'art consagrada que invertir en accions.

“Per molt que la repercussió de la inversió de l’obra sigui financera, qui inverteix en art gairebé sempre ho fa per passió” opina Maria Pimentel, directora d’Artifex³⁷.

“L’art serveix com a fons d’inversió³⁸, sembla que l’art només decora les parets i omple espais d’enormes sales de grans empreses, però si en algun moment l’empresa fa fallida, vendre les obres que es tenen en propietat, són una possibilitat de supervivència”.

5. 6. Mercat de l’art actual

El mercat de l’art ha estat una peça important dins l’economia mundial dels últims anys.

Dades recollides al 2014 per l’Informe anual de la *Fundació Europea de Belles Arts* (TEFAT)³⁹, indiquen que 47,4 milers de milions de dòlars es van gastar en el comerç de l’art al 2013. Actualment, aquest important sector econòmic ocupa 2,5 milions de llocs treball arreu del món en aproximadament 308.000 negocis. El mercat de l’art internacional està liderat actualment per Estats Units, en segon lloc es situa Xina com a potent rival del primer, degut al seu ràpid desenvolupament dins el mercat.

Al 2013 hi havia 32 milions de multimilionaris al món, dels quals el 42% d’aquests es trobaven als Estats Units. Aproximadament hi ha 600.000 multimilionaris compradors d’obres de preus entre 5.000 - 500.000 de dòlars, dins el mercat de l’art i el col·leccionisme.

L’art participa de formes diferents en el mercat a tot el món: segons la regió o país, s’inverteix més en ell, consta de més promotors, amants i impulsors. Al mercat de l’art li afecta la crisi econòmica com a tots els altres sectors, però de manera diferent segons les seves característiques.

La crisi té una importància relativa en el món de l’art, depenent de l’obra, la seva importància, qualitat i sobretot demanda. A les grans obres no els influeix gaire la crisi i fins i tot són més buscades i demanades pels col·leccionistes. En

³⁷ Empresa dedicada a l’elaboració i producció d’exposicions d’art al món.

³⁸ Adreçar-se a l’*Annex 3*: Informació extreta de l’entrevista amb Teresa Camps, professora d’Art Contemporani de la Universitat Autònoma de Barcelona i experta en el pintor Joaquim Mir.

³⁹ Fundació artística i fira d’art.

canvi aquelles obres que tenen un valor mitjà, interessants, però sense tant prestigi, poden estar més afectades. Per tant, les estimacions s'han d'ajustar acord amb el mercat, perquè es puguin vendre.

Tal i com explica Guillaume Cerutti⁴⁰ en una entrevista a *Euronews*, el mercat de l'art conté altres sectors que pateixen la crisi; i els compradors han disminuït i això repercuteix en la situació econòmica mundial.

El mercat de l'art no és únicament adquirible per a grans elits, multimilionaris, obres de menys valor, com gravats o litografies de grans artistes es poden vendre per pocs centenars de dòlars o euros i són més accessibles.

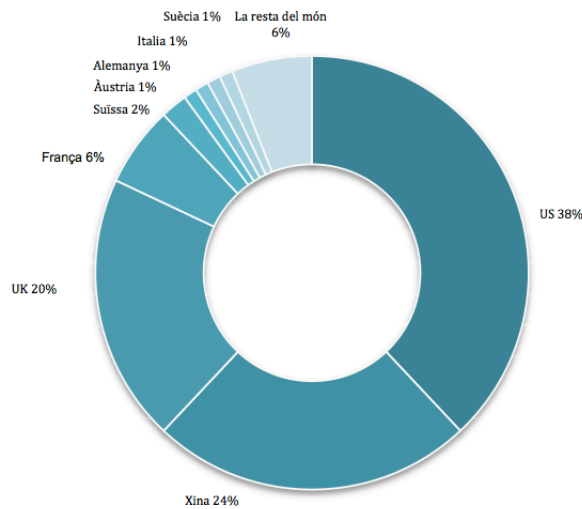
Art més venut actualment

L'art del segle XX ocupa la major part del mercat actualment, l'impressionisme, l'art modern i l'art de la postguerra són els que assoleixen els preus més elevats. Altres tipus d'art com l'africà i el d'Oceania s'han desenvolupat ràpidament i han anat assolint importància. Anteriorment, aquest mercat estava reservat a clients occidentals, nord-americans i europeus. En els últims anys els compradors asiàtics, principalment de Xina, s'han introduït en aquest mercat i han anat adquirint les obres que formen part de la seva història imperial, fet que ha provocat que el mercat de l'art asiàtic s'hagi desenvolupat espectacularment.

El perfil dels compradors està canviant, fa una dècada el perfil típic del col·leccionista d'art era un occidental europeu o nord-americà. Actualment s'interessen molt per aquest mercat compradors de Rússia, Xina o Amèrica Llatina i amb l'art de la fotografia apareixen clients més joves.

⁴⁰ Guillaume Cerutti: Director executiu de Sotheby's a França i Director General Adjunt, Europa Sotheby's.

Mercat de l'Art segons el valor al 2013



Font: *The global art Market*, TETAF.

Durant el 2013 van estar involucrats directament en el negoci de l'art uns 308.500 negocis, que es classificaven tant en gama alta, com comercial o decoratiu i antiguitats. Els negocis i contribucions directes poden ser cases de subhastes, galeries d'art, comerciants, plataformes online i altres agents. En relació a les vendes al món, les que són privades constitueixen el 53% al 2013 i les públiques, un 47%, varien segons els països.

Els països que ocupen els primers llocs del mercat al 2013: Estats Units i Xina

Els **Estats Units** posseeix la capital d'art mundial, Nova York, on es concentra un 95% del valor del mercat Nord-Americà, obtenint més del 40% dels ingressos generats anualment al món.

Les compres als Estats Units són més ràpides que a d'altres països, per tant és un atractiu per molts col·leccionistes i altres compradors, fer-ho en aquest país. La importació i l'exportació és fàcil en comparació amb els països d'Europa i és un factor de pes en el cas de la compra d'art. L'impuls del mercat de l'art a Estats Units al 2013 va ser degut a l'augment sobre les vendes d'art contemporani principalment, que es produïren als Estats Units en la seva majoria. Estats Units va ser al 2013 el centre de compra-venda de l'art al món, amb una creixuda de vendes del 25%. Aquest país va tancar l'any 2013 amb

un total de 18 mil milions d'euros, superant d'aquesta manera, en milers de milions de vendes al seu competidor asiàtic, Xina.

El **mercat xinès** ha experimentat un lleu creixement, d'un 2%, degut a la cautela amb que s'ha comprat durant el 2013.

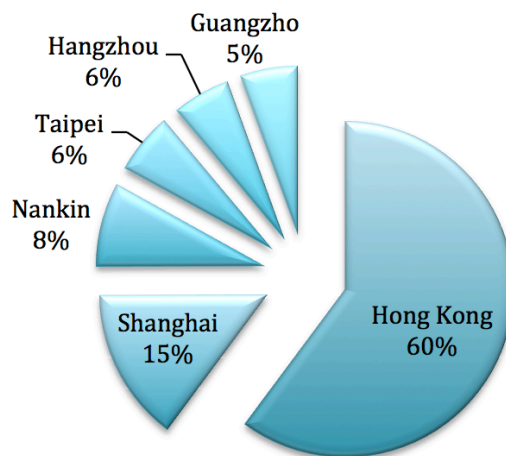


Xina ha estat el país on s'ha desenvolupat més el mercat de l'art en l'última dècada. La seva aparició dins l'escena global de l'art a mitjans de segle, ha fet canviar els esquemes de l'art internacional. El més important és que Xina ha desbancat a grans competidors com eren França o Estats Units, però aquest fet succeí fins a 2012, perquè al 2013 Estats Units es tornà a col·locar al capdavant del mercat. A Xina hi havia un ampli mercat d'art que era decoratiu principalment, però degut al gran desenvolupament del mercat d'art contemporani, s'ha posicionat com el segon país on hi ha més transaccions d'art durant el 2013. A finals de 2012 Xina era el país que representava el 41% del mercat mundial de l'art, posicionant-se al primer lloc del mercat durant aquell any.

El mercat de l'art a Xina estava bastant restringit; fins fa poc, les cases de subhastes internacionals estaven prohibides a la Xina. Es van aplicar una sèrie de restriccions per a l'exportació i el transport de les obres d'art; aquestes mesures proteccionistes impedièren l'exportació d'obra que dataven de 1949 o abans. Després d'aquest alliberament de les cases de subhastes en el mercat de l'art asiàtic, les dues cases de subhastes més importants, Christie's i Sotheby's han començat a invertir en aquest país.

Les vendes a subhasta s'iniciaren a Xina a partir dels anys 90, un cop es legalitzà el mercat privat de l'art per part del govern comunista a Hong Kong es crearen més de 100 cases de subhasta.

Ingressos de subhasta a Xina



Font: Artprice.com

Els ingressos d'obres d'art venudes en subhasta a Xina durant 2013 es van realitzar majoritàriament a Hong Kong, arribant a assolir 97.215.616€ d'ingressos. Shanghai també té una gran presència dins el mercat de l'art mundial tot i que es situï en segon lloc rere Hong Kong en ingressos de subhasta. Després del gran desenvolupament del mercat de l'art Xinès, Zeng Fanzhi, és un dels artistes més venuts i importants en l'actualitat.

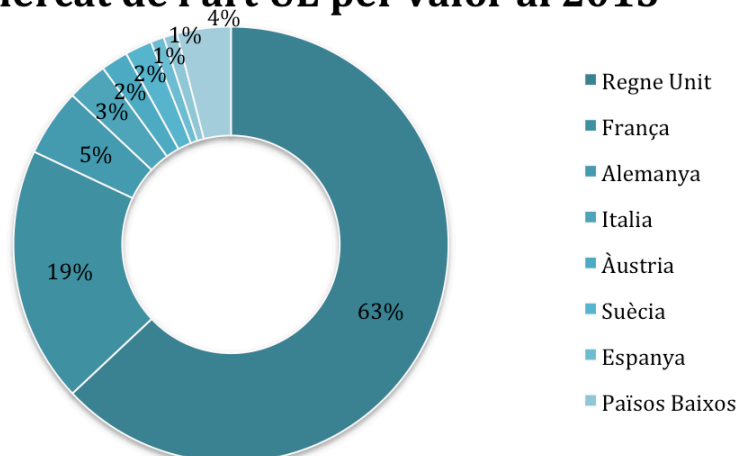
L'art espanyol i el mercat

El **mercat de l'art a Espanya** no té un volum gaire gran, és un mercat petit comparativament amb Alemanya, o Regne Unit i s'equipara a d'altres similars com Itàlia, on la majoria de vendes es realitzen amb lots de menys de 50.000€. A Espanya li va acabar afectant la crisi econòmica dins el mercat de l'art degut a que els col·leccionistes espanyols no confiaren en l'art com a inversió ni en la diversificació de capitals.

El mercat de l'art ha experimentat un creixement progressiu des de que començà la crisi al 2008, un augment del 3% de les vendes al 2013, fins a 336 milions d'euros. Aquest mercat a Espanya encara és petit, perquè la demanda interior és poca i les restriccions comercials aplicades en són constants. Per això els preus de les obres es mantenen baixos i les obres més valorades són venudes a l'estranger. Un dels problemes principals d'aquest mercat a Espanya és la concepció de l'art. A diferència d'Espanya, "als Estats Units creuen en la

inversió des d'un punt de vista especulatiu, però també des d'un punt de vista més generós. Consideren que invertir en infraestructures artístiques és una inversió a llarg termini, i que si una ciutat té museus, és bo per la ciutat. Pensen que ja ho trobaràs, que segons com s'entengui, donar és invertir.” comenta Perico Pastor.⁴¹

El mercat de l'art UE per valor al 2013



Font: *The global art Market*, TETAF.

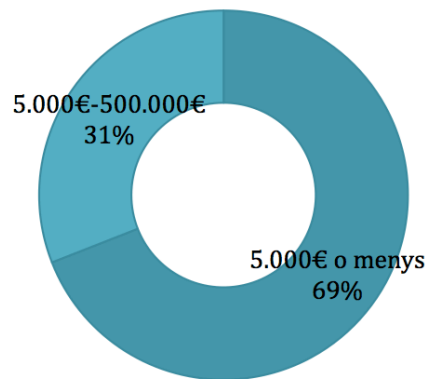
Dins la Unió Europea, Espanya ocupa el sisè lloc del mercat, rere RU, França, Alemanya, Itàlia i Àustria. L'increment que ha experimentat el mercat d'un 68% durant els últims deu anys està per sota de l'augment global d'un 155%. Espanya constitueix l'1% aproximadament del mercat de l'art europeu pel seu valor, l'any 2013.

A Espanya, els perfils de compradors d'art són majoritàriament homes (58%) molt seguits de les dones en un (42%), i els marges d'edat es troben entre els 35 i els 54 anys al 2012. La majoria dels compradors tenen una titulació universitària i el 24% compren art com a inversió. Actualment els col·leccionistes o inversors, compren pintures realistes, paisatges i en darrer lloc obres d'estil abstracte. Al 2012, el 90% de les compres en art es realitzen per un import inferior a 1.500 euros, el 24% per invertir i el 55% per decorar.

Un altre factor que condiciona el desenvolupament de l'art a l'Estat espanyol, és degut als estímuls tant reduïts que atorga el govern a l'art, normalment aquests incentius econòmics s'atorguen a institucions estatals.

⁴¹ Adreçar-se a l'Annexe, per llegir l'entrevista completa a l'artista Perico Pastor.

Preu de les obres venudes al mercat de l'art 2013



Font: *The global art Market*, TETAF.

Artistes espanyols i la seva venda a l'estranger

El mercat de l'art espanyol té una gran varietat d'artistes que són sobretot contemporanis, actuals, i no tenen gaire sortida ni ressò en el mercat de l'art global. La dificultat d'entrar en el propi mercat espanyol és gran, a més la seva expansió i venda estrangera és difícil, els artistes de renom són els únics capaços de vendre a les grans cases de subhastes.

“L'impuls de nous artistes i la seva difusió és complicada; es necessitarien més galeries que poguessin dinamitzar als bons artistes cap a les esferes internacionals, tal i com succeeix en altres països com els Estats Units, on l'art i la seva difusió presenta un concepte més potent que a Espanya”⁴².

⁴² Comentari realitzat per Teresa Camps

6. L'art contemporani i el seu paper en el mercat de l'art

L'art contemporani, avui dia, és un dels estils artístics més importants degut a la seva creixent presència i valor dins el mercat de l'art.

Es denomina art contemporani, amb criteris extensos, a aquell art produït a finals del segle XVIII, per altres expert s'entén com art contemporani el desenvolupat a partir de la Segona Guerra Mundial (1945). D'art contemporani en són exemples autors com Andy Warhol, Paul Cézanne, Jeff Koons o Damien Hirst.

L'ascens de l'art contemporani va començar fa uns 25 anys aproximadament, degut als autors que el componen i les qualitats de les obres, aquest estil ha experimentat un enorme creixement dins l'economia.

L'art contemporani ha tingut un gran impacte en la societat actual això constata amb l'augment de visites a galeries i museus d'art contemporani. També s'ha comercialitzat d'una manera més intensa que altres estils, degut al fet que l'art contemporani és el que els inversors cerquen, el més nou, el que està de moda i més es busca, dóna estatus i posició social.

Els oligarques internacionals tenen un gran interès per l'art i sobretot per ser els propietaris de les obres més importants, aquesta obsessió per aconseguir-les fa que lluitin entre ells. El constant augment dels preus i que aquest mercat no vagi en declivi al mateix ritme que els altres, és degut a que el controlen les grans fortunes mundials, persones que estan disposades a pagar qualsevol preu per allò que volen. Fortunes russes, àrabs, georgianes, americanes... lluiten entre elles, especulen amb les obres d'art i fan que pugin els preus fins apropiar-se d'elles. També realitzen una sèrie d'estratègies per revaloritzar les seves col·leccions i aquestes pràctiques són fets usuals. Es pot donar el cas que grans col·leccionistes d'un determinat artista es posin d'acord per fer elevar els preus de les seves obres a subhasta. D'aquest mode tornen el prestigi a l'autor del que tenen tantes obres, i d'aquesta manera revaloritzen les seves col·leccions. Aquestes pràctiques també són realitzades per marxants o representats que liciten a subhasta per artistes als que representen. Les estratègies dels marxants d'art juguen un paper important en la pujada de preus de determinats artistes.

Entre 2006 i 2007, va ser una època de compres multimilionàries pel mercat de l'art. Cada compra que es produïa durant l'any, era un nou rècord de venda.

“Nº 5” (1948), Jackson Pollock

Nº 5 és una obra del pintor Jackson Pollock que va vendre per 159,4 milions de dòlars l'any 2006. L'obra de Pollock es va vendre a la famosa galeria d'art Sotheby's, i el comprador era anònim.



Font: Pollock Krasner House & Study Center

Durant el 2008 la crisi econòmica va trastocar el món, però al mercat de l'art contemporani no li afectava. Mentre la resta de mercats patien una greu crisi, el mercat de l'art sobretot de gama alta vivia en una bombolla especulativa que trigaria encara en explotar.

El mercat seguia creixent, però només estava reservat a les grans fortunes tal i com explicava Ben Lewis en el seu documental *The bubble of contemporary art*.



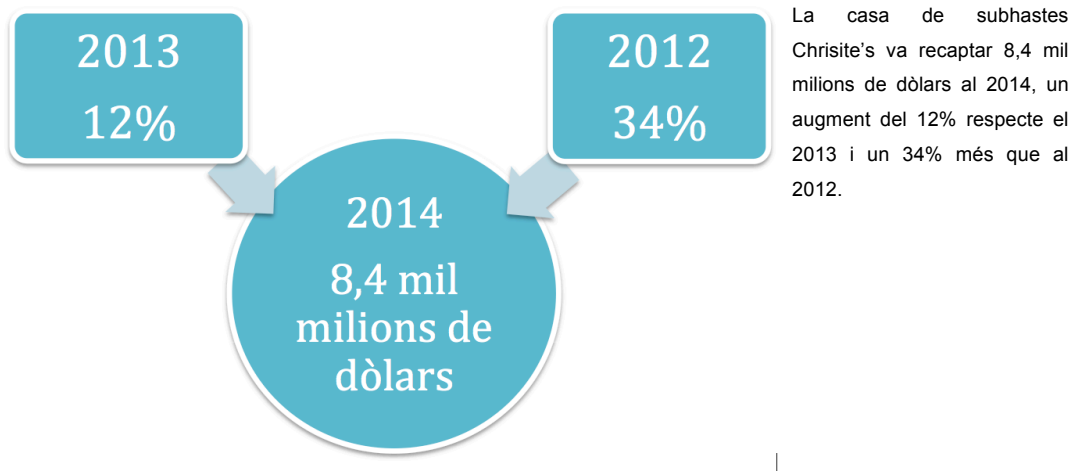
Fases d'una bombolla especulativa:

El final d'aquella gran etapa de preus astronòmics va arribar després de la esperada subhasta de Damien Hirst⁴³ a finals de 2008, la qual encara donava moltes esperances per la bonança del mercat de l'art. Llavors va patir una forta davallada fins arribar el 2009 que a l'explotà la bombolla del mercat de l'art.

Però aquest estat de malestar no duraria gaire, al contrari que la crisi econòmica i financera que vivien la majoria dels mercats del món.

⁴³ Damien Hirst: Artista contemporani britànic

Les ganes de compra del mercat de l'art van tornat amb força, després que cap a 2009 aquest mercat especulatiu sense gaires normes o limitacions hagués fet explotar la bombolla especulativa en la que vivia. Després del fatídic moment que va patir el mercat de l'art contemporani, aquest s'ha recuperat molt ràpidament. Al 2010 el mercat de l'art global va experimentar una forta recuperació, presentant resultats desiguals entre països.



L'obra més cara que s'ha venut mai és ***“Els jugadors de cartes” (1892-93) de Paul Cézanne.***



L'obra va ser adquirida per una família real catàr, l'any 2011 per 254 milions de dòlars, amb la intenció de convertir Qatar en una de les capitals culturals del món.

“El crit” (1895), d’Edvard Munch

Una de les obres més famoses del món, ***“El crit”*** d’Edvard Munch, sortia a subhasta per Sotheby’s l’any 2012.

Aquest quadre és una de les quatre versions que existeixen de l’obra, i la va comprar la família real cataní. El crit es va vendre a la seu de Sotheby’s a Nova York, per 119,9 milions de dòlars, superant per 30 milions de dòlars el preu de sortida.



Font: www.sothebys.com

“Tres estudis de Lucian Freud” (1969), Francis Bacon

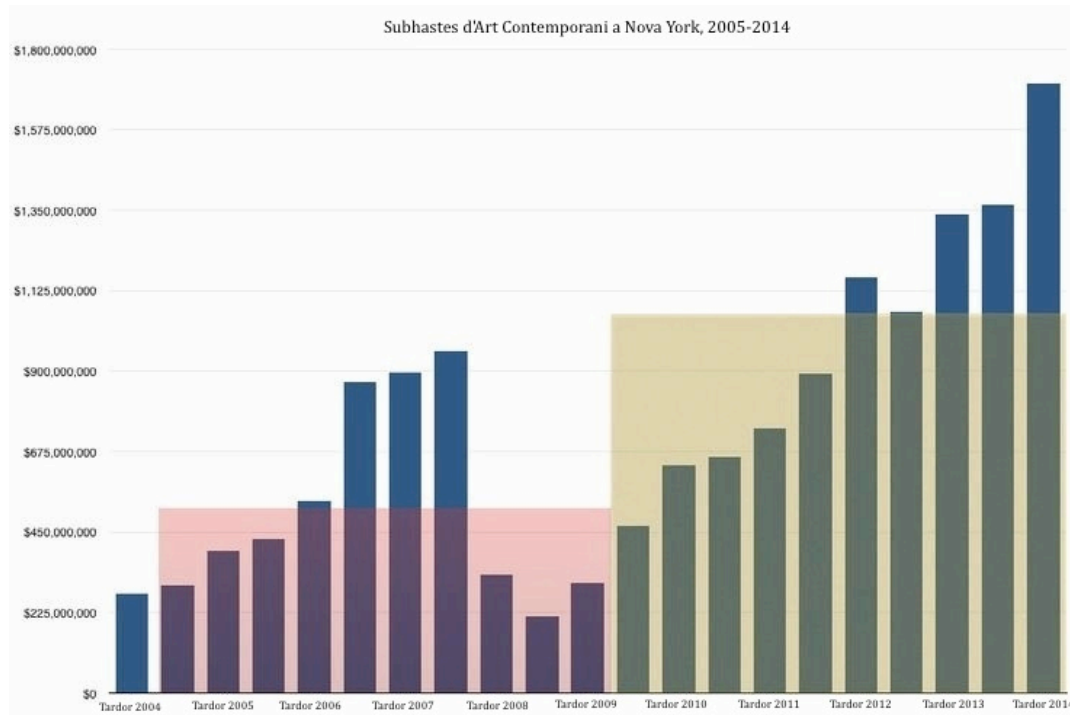


Font: www.christies.com

Aquesta és una obra de Francis Bacon, un dels artistes més importants de l’art contemporani actual. Al 2013, Christie’s vengué el quadre per 146,5 milions de dòlars. El tríptic va ser comprat per Elaine Pascal Wynn, l’ex-dona del magnat de casinos Stevie Wynn. Es va vendre per 42,5 milions més del que va ser venut per primer cop.

Les obres més cares de 2014 tot i constar de xifres milionàries, no han batut rècords de compra. L’obra més cara de 2014 ha estat ***“Chariot” d’Alberto Giacometti*** per 100,9 milions de dòlars i també s’ha tornat a vendre un altre tríptic de Francis Bacon, ***“Tres estudis per a retrat de Jon Edwards”*** per 80,8 milions de dòlars.

Les obres més cares del món s'han venut a subhasta per Christie's o Sotheby's i la majoria són d'artistes contemporanis.



Font: www.artmarketmonitor.com

La tardor de 2014 la venda d'art contemporani a Nova York va arribar a un total de 1,703,991,563 dòlars.

Al 2014 la casa de subhastes Christie's va batre rècords de venda, 852,9 milions de dòlars per una sessió amb 75 lots, publica *Artnews.com*.

El valor de les obres de postguerra i d'art contemporani han augmentat un 11% envers al 2012. Els records de venda han estat per artistes com Francis Bacon, Roy Lichensein i Andy Warhol són alguns dels autors que es situen en els primers llocs d'aquest mercat.

7. El mercat negre de l'art

El mercat negre de les obres d'art està constituït tant per obres falsificades com robades.

Segons Thomas Hoving, historiador i ex-director del *The Metropolitan Museum of Art* a Nova York el 40% de les obres d'art que componen el mercat són falsificacions. Aquest fet és degut a que demostrar que un quadre és fals a vegades és tant difícil com demostrar que és vertader.

- Anualment desapareixen aproximadament 50 mil obres de valor artístic i patrimonial en el planeta segons l'associació per la investigació de l'art.
- Segons l'FBI el mercat negre de l'art mou entre 4 i 6 mil milions de dòlars mundialment a l'any.
- El 10% dels diners empleats en les obres d'art són gastats en obres falses⁴⁴.

Des dels inicis del barroc s'han realitzat infinitat de falsificacions de grans i famoses obres.

“L'obra d'art ha estat sempre fonamentalment susceptible de reproducció. El que els homes havien fet, podia ser imitat pels homes. Els alumnes han fet còpies com a exercici artístic, els mestres les fan per difondre les obres, i finalment copien també tercers ansiosos de guanys.” diu Walter Benjamin⁴⁵.

Però hi ha dos tipus de falsificacions. Es a dir, existeixen les falsificacions per a vendre en el mercat negre que es fan passar per vertaderes i d'altres que es venen amb consciència de la seva falsedat, i és una còpia.

Es realitzen reproduccions exactes de les obres del patrimoni històric perquè la majoria necessiten una sèrie de requisits de conservació especials, tals com foscor, humitat, etc. Algunes de les obres que formen part del patrimoni cultural no poden ser exposades al públic, d'aquesta manera les obres reproduïdes sí que poden ser gaudides. Les reproduccions permeten visualitzar parts de les obres que han pogut desaparèixer amb el temps i mantenir les vertaderes

⁴⁴ La galeria Knoedler de Nova York tanca les seves portes, després de 165 anys en actiu, degut a la venda d'obres d'art falses entregades per prestigiosos marxants d'art.

Aquest és un bon exemple de les conseqüències que té una falsificació en el món de l'art i la pèrdua de prestigi i clients que això pot suposar.

⁴⁵ Walter Benjamin filòsof i crític literari alemany, fragment de *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*.

segures. L'interès i el motiu principal pel qual es realitzen aquestes reproduccions és la de conservació de l'art nacional.

Les reproduccions són imperceptibles per a un visitant general i el bé cultural no pateix cap mal. S'intenta reproduir el més exacte possible a l'original inclús amb reproduccions exactes del marc que té el quadre. En molts casos, una còpia no pot diferenciar-se de l'original sense un anàlisi científic acurat. Al mercat negre de l'art poden arribar aquestes obres copiades que han estat robades, perquè normalment les persones que realitzen les obres no són les mateixes que les venen.

Quan es falsifica una obra es pretén tenir cura de tots els detalls tant dels materials com de la falsificació de tots els documents que verifiquin la seva autenticitat. Alguns dels millors falsificadors no només falsifiquen l'obra en si mateixa i les certificacions, sinó també la seva història. Tot allò que marquen escrits, publicacions sobre l'obra i l'artista, fins aconseguir crear una història amb bons fonaments, però falsa, perquè recolzi la falsificació i es faci passar per vertadera.

7. 1 Com saber si una obra d'art és autèntica

L'autenticitat d'una obra d'art no és fàcil d'observar, però el fet que les obres siguin úniques, i cadascun dels pintors tingui una manera determinada de fer les seves pinzellades, pigment, l'ús de materials determinats o fins i tot en quin lloc estaven creant l'obra pot influir a l'hora d'autenticar una obra d'art.

Tot i que l'obra sigui única, els artistes tenen patrons, motius o qualsevol característica que conscient o inconscientment els identifica.

La prova més fidel de l'autenticitat d'una obra és amb la valoració de l'autor, el qual se suposa que no s'equivocarà perquè l'ha creat ell. És la persona amb major autoria per verificar l'obra.

Els **experts** que tenen un gran coneixement de l'artista i les seves obres també són aptes per autenticar-les. Normalment aquests experts són grans estudiosos sobre el tema o fins i tot persones properes a l'autor com fills, pares, parelles... Es poden convertir en experts reconeguts que s'encarregaran

d'autenticar les seves obres i també poden ser les persones més capaces per realitzar el procés d'autenticació.

Aquestes persones expressen els seus coneixements a la persona que demana els seus serveis, basant-se en:

- La història de l'obra, és important tant per a la valoració com per a l'autenticació, perquè si l'autor no pot autenticar l'obra, els experts han de recolzar els seus propis arguments d'autoria amb altres proves. Aquest concepte, d'història de l'obra, s'entén com a tot allò que hi ha rere d'ella, la història que li atorga una autenticitat o credibilitat a l'obra, segons la informació que es té de l'autor.
- A part de l'autoria demostrada per experts, en les obres també es pot determinar amb la participació de l'obra en exposicions o galeries de pes.
 - L'obra inclosa en catàlegs o testimonis escrits de l'artista (explicacions...)
 - Recorre a llibres o documents
- Una obra que ha estat cedida a un museu o exposició abans de ser venuda, també serveix per a certificar-la, perquè aquest fet li atorga autenticitat.
- La firma resulta un valor afegit a l'obra, atorga més seguretat i confiança al comprador tot i no ser màxima fe d'autoria.
- L'avanç de la ciència ha permès ajudar en el món de l'art, es pot descobrir si una obra és vertader o falsa, degut a les tècniques utilitzades actualment es poden determinar si els materials de les obres concorden a l'època en la que es van fer. Sempre i quan es tractin de fets específics de l'obra, és possible trobar irregularitats i diferències entre obres. En alguns casos la visió humana d'un expert és més important que.

La importància de si una obra és autèntica o no és un fet molt importants, perquè això pot provocar que el preu passi de milions a només uns centenars degut a la bona còpia o fins i tot pot no valer res.

8. Conclusions

Un cop realitzat el treball podem recuperar la hipòtesi plantejada a l'inici i amb la informació que s'ha recopilat he pogut comprovar la relació que existeix entre l'art i l'economia.

Es podria dir que l'art és quelcom que ens fa humans, un d'aquests recursos que l'economia estudia per satisfer les necessitats humanes, i és capaç de transmetre'ns sensacions, emocions, fer-nos imaginar i adquirir una perspectiva diferent de l'entorn. Així mateix l'artista plasma el que passa en la societat en la que viu i ens ensenya fets diferents de la història. Les sensacions afloren quan vivim un d'aquests trets amb la percepció d'allò que sentia una altre persona, les emocions que traspassen el llenç o l'escultura, van més enllà del simple fet del valor de les coses. Una de les parts principals del valor d'una obra podria ser el valor que li vols donar a allò que et fa sentir. Perquè tota la bellesa que l'art pot proporcionar i el que proporciona va més enllà del prestigi de l'autor i de l'obra.

L'obra d'art es comença a relacionar amb l'economia des del moment que es crea i l'artista necessita dels recursos materials i econòmics per crear-la. Un cop una obra d'art s'acaba se li dóna un valor i se li assigna un preu. Tot això fa que l'obra entri en el mercat de l'art, el qual es regeix per la llei de l'oferta i la demanda, però amb la peculiaritat de ser una peça única.

També hem de dir que per l'economia no és senzill determinar el funcionament del mercat de l'art, degut a que les pràctiques que es segueixen no són les mateixes que en els altres mercats. Per una obra d'art es pot pagar el que el comprador estigui disposat a pagar i els preus poden arribar a ser astronòmics.

S'ha de reconèixer que els diners són molt importants per un agent com els museus, que a través d'ells es fomenta la cultura i fan que aquesta arribi a la societat. Però els museus també poden aportar riquesa al país a través del turisme i amb la creació de llocs de treball, fent que l'economia i l'art es complementin.

Podem dir que l'economia està present en gairebé tots els àmbits en els que es mou l'art, però no tots els agents s'acosten a l'art de la mateixa manera. La importància dels col·leccionistes, dels museus, dels compradors, dels

marxants, de les fires, del comerç... , s'ha de tenir en compte, perquè no només tenen un paper en l'economia sinó també en el fet que una obra es conservi o es restauri, fent així que perduri i que la puguem gaudir.

Un cop vista la relació entre l'economia i l'art, el treball també m'ha fet adonar-me de la relació que tenen les coses. Sempre que mirava una obra d'art, només la contemplava, la gaudia o m'emocionava. Aquest treball m'ha fet canviar com veure l'art a partir d'ara, perquè em serà impossible que no em vinguin a la ment tot el que hi ha darrere, les galeristes, els mecenes, museus, l'autenticitat, el preu, tot això i més em vindran a la ment. Vincularé sense cap dubte l'economia amb l'art, però sense oblidar-me de l'artista que és des d'on parteix tot.

<< L'artista amb la seva obra aporta la llum inicial>>, Eulalia Bosch, *"El plaer de mirar"*.

9. Agraïments

Agraeixo l'ajuda rebuda per part del meu tutor de treball de recerca que m'ha guiat en tot moment. També ha estat molt important i enriquidora l'aportació de les entrevistes realitzades al Director de CaixaForum Barcelona, Valentí Ferràs; a Teresa Camps, professora d'art Contemporani de la Universitat Autònoma de Barcelona i experta de Joaquim Mir; a l'artista Perico Pastor, i a Susanna Portell i a Carme Masià per tota la seva generositat i ajuda.

10. Bibliografia

- BENJAMIN, Walter. *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*, 1936.
- MARÉS, Federico. *El mundo fascinante del coleccionista y de las antigüedades: memorias de la vida de un coleccionista*. Barcelona, 1977.
- THE UNIVERSITY OF CHICAGO PRESS, *The economics of art museums*. Chicago [etc.]: edited and with an introduction by Martin Feldstein, 1991.
- BOSCH, Eulàlia. *El plaer de mirar: el museu del visitant*. Barcelona: Actar, 1998
- II JORNADA SOBRE INICIATIVAS PRIVADAS Y SECTORES PÚBLICOS EN LA GESTIÓN DE LA CULTURA. *Valor, precio y coste de la cultura*. director: Roberto Gómez de la Iglesia. Vitoria-Gasteiz: Xabide, 1999.
- BERGER, John. *Modos de Ver*, edició Gustavo Gil, 2000.
- FREY, Bruno. *La Economía del arte*; edició a càrrec de Pedro Schwartz, 2000.
- SHINER, Larry *The Invention of Art: A Cultural History*; publicat per Univ. of Chicago Press, 2001.
- GREFFE, Xavier. *Arts and artists from an economic perspective*. Paris: UNESCO: Economia, 2002.
- FLUVIÀ, Modest, CARRERAS, Miquel, RIGALL, Ricard Rigall. *Estudi de l'impacte econòmic de la Fundació Gala-Salvador Dalí: resum executiu*. Girona: Fundació Gala-Salvador Dalí: 2006.
- GOMBRICH, E.H. *Història de l'art*. New York [etc.]: Phaidon, 2008.
- ANDONIADIS, Andrew. *Museum retailing: a handbook of strategies for success: selected articles*. Edingurgh: MuseumsEtc, 2010.
- KATZ, James, LEBAR, Wayne, LYNCH, Ellen. *Creativity and Technology: social media, mobiles and museums*. Edinburgh: MuseumsEtc, 2010.
- RAMOS, P.M. *El comercio en el arte*: Lunwerg. Primera ed, 2012.
- FINDLAY, Michael. *El Valor del arte: dinero, poder, belleza*. Barcelona: Fundació Gala-Salvador Dalí, 2013
- PEÑUELAS, Lluís. *Autoría, autenticación y falsificación de las obras de arte: análisis artístico y jurídico*. Figueres: Fundació Gala-Salvador Dalí; Barcelona: Polígrafa, DL 2013.
- REVIRIEGO, Carmen. *El Laberinto del arte: el mercado del arte, su funcionamiento, sus reglas y principales figuras*. Barcelona: Paidós, 2014.

FILMOGRAFIA

- LEWIS, B. *The Great Contemporary Art Bubble*. BBC Documentary.

WEBGRAFIA

MÉNDEZ, F. “¿Cómo funciona una casa de subastas?”. *Revista Forbes.es*.
<<http://www.forbes.es/actualizacion/2471/como-funciona-una-casa-de-subastas>>

BLANKFELD, K. “The Underground Art Economy”. *Revista Forbes.com*
<<http://www.forbes.com/sites/kerenblankfeld/2011/06/21/the-underground-art-economy/>>

BARTON, S. *Fine Art Can Be A Fine Investment*.
<<http://www.investopedia.com/articles/pf/08/fine-art.asp>>

ARTNEWS. *Chinese Art Market Rebounds to \$8.5 Billion in 2013*.
<<http://news.artnet.com/market/chinese-art-market-rebounds-to-85-billion-in-2013-83531>>

MCANDREW, C Dr. Arts Economics. *El mercado espanyol del arte en 2014*.
<<http://fundacionarteymecenazgo.org/wp-content/uploads/2014/11/El-mercado-espa--ol-del-en-2014-Arte-y-Mecenazgo-CIare-McAndrew.pdf>>

EL PAÍS. *Arte falso por 80 millones de dolares*.
<<http://blogs.elpais.com/con-arte-y-sonante/2013/10/arte-falso-por-80-millones-de-dolares.html>>

FRACZEK, J. *El arte de la falsificación*.
<<http://www.dw.de/el-arte-de-la-falsificación/a-16885980>>

ADAM, Georgina. *Is art a good investment?*. BBC.com
<<http://www.bbc.com/culture/story/20131104-is-art-a-good-investment>>

ARTPRICE. *El mercado de arte contemporáneo 2014. El informe anual artprice*.
<<http://imgpublic.artprice.com/pdf/artprice-contemporary-2013-2014-es.pdf>>

TEFAF MAASTRICHT. *The Global Art Market*.
<http://www.touhofclass.com.br/_main/exposicoes/tefaf/TEFAF%20Art%20Market%20Report%202014.pdf>

SOTHEBY'S. *Auctions*.
<<http://www.sothebys.com/es/auctions.html>>

SAATCHIART. *Paintings for sale*.
<<http://www.saatchiart.com>>

MUSEO DEL PRADO. *Galería online*.
<<https://www.museodelprado.es/coleccion/galeria-on-line/galeria-on-line/obra/el-cambista-y-su-mujer/>>

MUSEU NACIONAL D'ART DE CATALUNYA. *Catàleg de la Biblioteca*
<http://pleiades.cbuc.cat/search~S3*cat>

OBRA SOCIAL “LA CAIXA”
<http://obrasocial.lacaixa.es/nuestroscentros/caixaforumbarcelona/caixaforumbarcelona_es.html>

Fotografia de la portada: Autora; Irene Diez realitzada en el Museu d'art Nacional de Catalunya, 2014.

Annexe₁: Experiència d'una Subhasta

Experiència realitzada el 13 de novembre de 2014

Casa de subhastes: Lamas Bolaños

Motiu de la subhasta: Subhasta de quadres

Anar a una subhasta és una experiència diferent que no entrava dins els meus plans, dins la meua vida diària d'estudiant. Però amb motiu d'aquest treball vaig anar-hi només com a mera espectadora, i així poder presenciar en directe l'ambient i el seu desenvolupament.

El primer que vaig fer va ser buscar per internet subhastes d'antiguitats i obres d'art, mirar el seu catàleg online per veure què era el que es subhastaria.

Coincidint amb alguns dies que vaig poder-me combinar entre setmana, vaig poder acudir a una subhasta realitzada a Barcelona, a la casa de subhastes Lamas Bolaño⁴⁶.

Vaig anar-hi el segon dia, perquè la subhasta es dividia en dos dies, en el primer es subhastaven joies i en el segon les pintures.

La casa de subhastes edita un catàleg amb totes les obres que es subhasten i on apareix la informació, característica de les obres, fotografia, mida, autor, any, el preu de sortida...

Allà m'assabento que la gent que està interessada en l'adquisició d'alguna obra, dies abans visita l'exposició per veure-les en directe i comprovar el seu estat, bellesa, forma...

Ens trobem en una sala no gaire ample, amb vitrines a ambdós costats, plenes dels articles que es subhastaven, quadres penjats per tota la sala i els podies observar de prop.

L'ambient a la sala era de molta concentració pel que s'estava subhastant, prenent notes als catàlegs, i els compradors tenien un cartell amb un número que aixecaven en el moment de la licitació.

⁴⁶ Casa de subhastes Lamas Bolaño, Carrer del Rosselló, 229, Barcelona

La sala estava ben plena i agafar seient era feina difícil, molts quadres van ser venuts majoritàriament a l'ordre, pocs es venien a sala.

Hi havia diversos tipus de compradors, personal de la sala que estava pendent dels clients que licitaven a través del telèfon, els que ja havien licitat prèviament, abans de la subhasta (a l'ordre) i altres que licitaven en aquell moment a la sala. Intentaven lluitar entre ells per emportar-se la peça preuada, quan no hi havia més licitacions, el subhastador amb un cop de massa es tancava la licitació i se l'assignava al màxim licitador.

L'inici passà ràpid, amb quadres d'autors poc coneguts i no gaire importants, els compradors que hi havia a la sala no n'estaven gaire interessaven per aquests. Tot es posà més interessant quan vam arribar al punt de la subhasta on apareixien quadres d'artistes com Miro, Dalí, Tàpies... .Pintors que tothom volia comprar, les licitacions pujaven i pujaven i pels grans pintors era pels que es lluitava més.

Ha esta una experiència diferent que m'ha resultat molt interessant perquè em vaig poder introduir en un món en el que moltes persones viuen i treballen diàriament. Aprenent així i observant el funcionament de les subhastes, on es ven i es compra l'art.

Annexe₂: Entrevista

VALENTÍ FERRÀS

Director de CaixaForum Barcelona

Per quina raó una Obra Social té un centre cultural?

Depenent dels objectius que tingui aquesta fundació... . Les fundacions neixen amb un objectiu, en el nostre cas, Obra social “La Caixa” neix amb uns estatuts de l’any 1804 els quals deien que naixien *“amb la voluntat de retornar a la societat una part del negoci que generava “La Caixa” i aquesta part es tornaria analitzant la realitat de cada moment, en allò que es pogués complementar de coses que ja existissin”*.

“La Caixa” havia tingut moltes biblioteques als pobles quan les diputacions van començar a fer xarxes de biblioteques, en aquell moment “La Caixa” va anar tancat les seves. En el cas del CaixaForum, que és un centre cultural que té unes sales d’exposicions, dóna un reforç per part de la seva implicació a l’accés a la cultura, amb exposicions temporals, activitats per a les escoles... . Hi ha oferta, però en fa falta més, i per aquest motiu es va crear.

En quins criteris es basen per a la tria de les obres que s’exposen a les sales d’exposició?

S’analitza cada població on estan situats cadascun dels set CaixaForum de l’Estat espanyol, per esbrinar allò que manca, analitzar l’entorn i saber el que podem aportar.

Les exposicions que fem al nostre CaixaForum (Barcelona) poden servir per portar-se a altres CaixaForum, i és una manera d’administrar millor els diners.

Quins mecanismes té CaixaForum per poder portar obres tant importants com Goya, Delacroix... .

Aquesta institució comença a programar exposicions a principis dels 80, quan ja hi havia un centre cultural que funcionava de manera similar a aquest, al Palau Macaya. Era de menors dimensions i on només hi havia una sola exposició, quan s'havia de desmuntar ens quedàvem sense. Aquesta tradició fa que poc a poc et va coneixent tothom, fas acords i agafes **prestigi** i quan tens recursos econòmics per poder anar programant et dones a conèixer.

A més a més des de mitjans dels 80 es va anar fent una col·lecció d'art contemporani, mil obres d'art contemporani, que les deixem a altres institucions.

Tot això fa que hi hagi relacions suficients, per generar **confiança** pels préstecs, perquè les obres te les han de deixar. Per aquest motiu, és possible que obres tant importants arribin al CaixaForum.

Perquè es va començar a cobrar entrada als visitants que no són clients de “La Caixa”?

Als anys vuitanta fèiem paga al Palau Macaya, un preu simbòlic. Les exposicions es van deixar de cobra quan es va fer el CaixaForum, les activitats es seguien pagant a dos o quatre euros, però les exposicions ara només tenen l'entrada gratuïta tots els clients de “La Caixa”, en l'àmbit català i de la província de Barcelona són molts. Va ser un exercici de dir a la societat, que la gent percebi que s'està realitzant un servei i s'ha de col·laborar una mica. A més a més, l'Obra Social té cinc-cents milions de pressupost, dues terceres parts van destinats a programes socials, una tercera part va a ciència, medi ambient, beques, ajudes a la investigació i a la part de cultura. Aquesta última part, correspon a la dels centres culturals com CosmoCaixa i CaixaForum, i si ingressen una mica aquests centres, els altres diners es podran dirigir-se als altres programes de l'Obra Social. Es vol fer saber al client de “La Caixa”, que ell ho fa possible amb la seva confiança genera unes possibilitats de benefici i part d'aquest benefici va destinat als cinc-cents milions de l'Obra Social.

Han augmentat o disminuït les visites al CaixaForum des de que es cobra entrada?

Es manté estable el nombre de visitants entre 750-850 mil visitants cada any que va en funció de quines exposicions hem tingut. Aquestes xifres fan referència a persones físiques que entren al centre, però per exposició, que hi pot haver dues o tres, els números també són estables. Hi ha unes dotze exposicions l'any aproximadament i passen per elles un o un milió i mig de persones. El nombre d'activitats ha augmentat molt durant els últims quatre anys, fem dues mil tres-centes activitats (tallers per nens, conferències, etc) per aquestes activitats hi passen unes quatre-centes mil persones, de les quals dos-centes són entre tres i divuit anys que venen amb l'escola o els pares. La meitat de l'esforç de les activitats va cap a l'etapa educativa, i aquest és el compromís que tenim. També deixem les nostres instal·lacions a entitats i institucions que vulguin venir a fer les seves activitats al nostre centre.

Quina repercussió econòmica té el CaixaForum per a la ciutat?

És un centre que programa moltes activitats amb poca gent de l'Obra Social, unes dotze persones al centre. Al voltant dels projectes i activitats hi ha moltes empreses i freelance que treballen amb nosaltres. L'Obra Social factura, cinc-cents milions d'euros de pressupost que es gasten en forma de programes que arriben a la gent i als que participen en els projectes, unes cinc-centes persones aproximadament.

Quines són les fonts de finançament del CaixaForum?

Les fonts de finançament són la dotació que fa l'Obra Social als centres perquè puguin realitzar les activitats i complementar amb els ingressos. Aquests diners ens els van assignant, nosaltres tenim un pressupost que l'anem fent cada any i a partir d'aquí el gestionem. El pressupost va canviant amb els anys però es manté estable la programació d'activitats, apostant en tot el que puguem pel segment educatiu, i ajustar al màxim el pressupost.

Em podria explicar la relació que té l'economia i l'art des del seu punt de vista?

L'economia i l'art tenen una relació clara, hi ha moltes persones, empresaris, gent que té possibilitats econòmiques. Hi ha col·leccionistes, als que els agrada invertir en art o en allò que té un component de bellesa. La inversió en art pot ser una inversió interessant perquè si tens bons assessors pots aconseguir un gran benefici.

Cada cop més el món del col·leccionisme és més necessari. Els col·leccionistes són els que fan aquelles col·leccions que després es porten al circuit de les exposicions. Nosaltres ens podem nodrir de les relacions amb els museus, però els museus tampoc arriben a tot i que hi hagi col·leccionistes és molt saludable. Moltes vegades els col·leccionistes no es plantegen si els serà rentable aquesta compra, perquè ells compren per tenir i després arriba un moment en que ells o els hereus d'aquella col·lecció els agrada que la gent la pugui gaudir.

Des del punt de vista d'una ciutat que té una bona oferta cultural significa una possibilitat econòmica del sector turístic. És un atractiu, una manera d'estar al món i fer més atractiva la ciutat, el turisme vindrà com més atractiva sigui la oferta.

Quins són els nous projectes que té plantejats el CaixaForum?

Plantejats d'una forma clara, és ser útils pel segment educatiu, hem crescut de 22.000 places a 70.000 en 5 anys. És un gran servei el que tenim i volem continuar, també ser complementaris en l'oferta i ser molt versàtils. Ser capaços de portar el que realment a la ciutat creiem que li pot interessar i mantenir l'índex d'activitats que fem.

Creiem en la capacitat transformadora que té l'accés a la cultura, com més joves són millor, i ser complementaris en l'etapa educativa.

Visita la seva web: <http://obrasocial.lacaixa.es>

Annexe₃: Entrevista

TERESA CAMPS

**Professora d'Art Contemporani de la Universitat Autònoma de Barcelona i
experta en el pintor Joaquim Mir**

Quina relació entén que hi ha entre economia i art?

De la relació entre l'art i la economia, primer l'artista ha de viure i segon l'obra s'ha de produir. Si no hi ha obra no hi ha venda, la producció comporta despeses inicials, l'obra surt del taller i entra en circulació pública i cultural, museus, fundacions... i a partir d'aquí pot ser un objecte de compra.

Com es valora una obra d'art?

La valoració d'una obra d'art per exemple, d'un Picasso, no és igual si aquesta és una gran obra o una pintura feta per a un cartell.

Els experts realitzen la certificació d'una obra, és a dir determinen si l'obra és autèntica o no. Quan un expert fa una autenticació, l'expert coneix en quin punt de la vida de l'artista ha produït la seva millor obra. També importa la mida, l'originalitat, la importància de l'obra en el conjunt de tota l'obra. És important saber si és un Picasso, però també és important l'època en la que es va produir, quin paper juga, si és un apunt un dibuix preparatori, si hi ha deu còpies o si és una obra molt gran...

Com es determina el preu d'una obra?

S'ha de distingir entre valor i preu. Els experts no marquen preus, sinó que marquen el valor de l'obra.

El preu que té una obra d'art, és un dels problemes més importants que hi ha dins el mercat de l'art, perquè ningú sap quin preu té una obra. Els preus fluctuen molt depenent de l'època. Una obra estudiada puja molt més de valor que una obra que no ho està.

L'obra d'un artista, val allò que algú està disposat a pagar per ella. L'artista pot posar un preu a la seva obra, però els preus varien molt segons el tipus d'obra. Quan es ven una obra d'art en antiquaris o subhastes, s'atribueixen uns valors, el valor real és aquell que es paga, no aquell que es té. Pot tenir un preu marca, però si ningú el paga, no té aquest valor i aquesta és una gran contradicció, per això fluctua molt el preu.

Com es ven una obra d'art?

En termes d'obra parlem quan està acabada i ha agafat un punt excel·lent. Una obra a mitges no val gaire tot i que sigui d'un artista famós. 36.000 obres de Picasso hi ha molta diferència entre una bona pintura de Picasso, que una bona obra, un quatre val milions llavors.

Quin paper té el col·leccionista dins el mercat de l'art?

En relació al col·leccionisme, la figura del col·leccionista és molt important. El col·leccionista assegura un tipus de preu, si vols una cosa has de lluitar per ella, perquè ningú se l'emporti. Aquí és quan comencen a fluctuar els preus i se l'emporta qui s'ho pot permetre. El col·leccionista influeix en la valoració d'una obra per l'interès que desperta el tenir una obra que no te ningú. Fins ara la discreció era molt important i una forma de procedir usual dins el mercat de l'art.

Quins són els aspectes legals de l'art?

També hi ha un altre aspecte que és l'aspecte legal, que va començar fa pocs anys, l'autoria i els drets d'autor. Si que hi ha una mena d'associació que editen llibres sobre l'autoria, però l'autoria no només de la pintura sinó també de la música, la literatura... Els drets d'autor són un factor més marginal però és un factor econòmic.

Perquè serveix una fundació?

Una fundació és una eina de prestigi i de propaganda, que també és un recurs legal per no pagar tants impostos. Les institucions privades paguen per muntar les exposicions, i no reben subvencions de l'Estat.

Les fundacions reben subvencions d'iniciatives, que poden ser particulars d'artistes per fer un projecte, col·lectives de grups o associacions per tirar endavant un projecte cultural...

Com venen les seves obres els artistes?

Les fires o les exposicions bianuals són on es posen a la venda les obres, però això només ho fan els artistes famosos o privilegiats que tenen marxant, els quals són pocs.

Com funcionen els agents del mercat de l'art?

Com més hagi estat introduïda l'obra d'un artista en catàlegs, poden haver estat observades pels agents del mercat, que són les persones que intervenen en el mercat per donar valor a les obres.

Els experts, els crítics, els periodistes, són els principals agents del mercat, entre d'altres.

El crític te coneixement d'artistes contemporanis perquè els ha vist més de prop. El crític pot donar informació nova, judicis de valors sobre coses actuals que poden servir a l'artista per a corregir una mica o per estar segur que fa bé.

El periodista influeix en el món de l'art quan fa una notícia, l'aparició d'un artista o una obra els mitjans de comunicació, premsa, televisió... també determinar la cotització de l'artista i la seva obra.

Com es comporten els artistes dins el mercat de l'art?

Els artistes poden rebre premis oficials que els serveixen com a estímuls per seguir produint, però ells treballen millor fora d'aquest món. És a dir, prefereixen que algú mogui les obres per ell dins el mercat. Si té algú que li du

la infraestructura, ell només s'ha de preocupar per l'obra.

Com funciona el mercat de les falsificacions?

Les falsificacions no són quantitats d'obres, té com a objectiu augmentar la producció, augmentant la oferta i llavors abastar la demanda. El mercat funciona amb la peça única, el mercat de l'art es regeix per l'oferta i la demanda, si hi ha demanda d'un pintor es produeixen més còpies d'obres d'aquell autor.

Quin és el paper principal de les inversions en el mercat de l'art?

L'objectiu de la inversió és mobilitzar el mercat, les grans fundacions, els particulars i els bancs inverteixen en art. Aquests últims han anat fent col·leccions importants per aconseguir prestigi i també les utilitzen com a fons d'inversió.

Annexe₄: Entrevista

PERICO PASTOR

Artista

Perquè es vas iniciar en el món de l'art? Com va ser?

No em vaig iniciar, jo des de que recordo dibuixo, es a dir, des que tinc allò que se'n diu ús de raó, dibuixo. Dibueixava molt de petit, era un dels meus jocs preferits, però era un joc i únicament. Inclús d'adolescent volia que quedés com un joc, no tenia cap intenció de res més, em preguntaven tu vols ser artista? I jo deia no. M'agrada molt dibuixar, però hi ha moltes coses que m'agraden.

[Hi ha un moment de silenci i concentració, mentre ell dibuixa per a la Vanguardia, intento passar una altra pregunta, em talla i segueix contestant.]

Dibuixo de tota la vida, de sempre, però va arribar un moment que em vaig adonar que si realment ho volia fer i em volia dedicar en serio, doncs m'hi havia de dedicar professionalment, també. En aquell moment vaig decidir que ho faria i des d'aleshores no he parat.

Aquell moment de decisió esdevé als vint anys, després d'entrar a dues carreres i veure que allò no anava per allà, doncs vaig pensar al igual no es aquest el camí.

Quina va ser la rebuda de la seva obra a Pequín?

Acabo de fer una exposició a Pequín, és veritat, i la rebuda ha estat molt bona. Potser perquè tinc aquesta manera de treballar que és una mica oriental i els ha fet gràcia, però el cas és que ha sigut una molt bona experiència i n'estic molt content. I em faria molta il·lusió que això tingués continuació.

Quina és la seva principal motivació i inspiració a l'hora de crear la seva obra?

La principal motivació, em diverteix. La inspiració, a vegades hi ha encàrrecs com aquest (pel suplement de la Vanguardia), però la inspiració la posa el paper. La meva confiança amb l'ofici, fa que jo penso que et poses davant d'un paper i surten coses, no és una cosa transcendental que hagis de portar tu a sobre.

La cosa que m'inspira més és la gent, no m'avorreixo mai de mirar la gent. Sortir al carrer i veure a la gent, és una cosa que m'entusiasma i no m'avorreix mai, estar assegut en una terrassa i veure passar la gent, no me'n cansaria.

Què el va donar a conèixer?

És molt difícil assenyalar una cosa que t'hagi donat a conèixer. Jo crec que és un cúmul de coses i que poc a poc la gent et va coneixent, però mai no ets prou conegut ni massa conegut. Em coneixen molt a Barcelona, em coneixen bastant a Catalunya, em coneixen molt a Madrid, però a la Xina, tot just comencen. No és una cosa sola.

Com valora l'art?

Crec que és una cosa universal i indispensable, potser no entesa com s'entén que és la cosa que fan els artistes, però, es un dels millors mitjans de compartir coses que hi ha. També és d'aquestes coses que no m'avorreixen mai, ni de mirar-lo ni de fer-lo. Em sembla que està sobre valorat, com una cosa exquisida i sublim. També ho és, però hauria de considerar-se una activitat molt més habitual, del que es considera.

Quin preu li posa a les seves obres? Quins mitjans de venda fas servir?

El que costa és la primera vegada, perquè no en tens idea, després vas mirant els preus de les coses, l'obra dels altres, el que valen i et comences a fer una idea de quin podria ser el teu preu. Després, un cop has decidit un preu i has

venut obra per aquest preu, el cas és mantenir-lo.

Si fas una exposició amb uns preus determinats, i no vens res, a part que pugui haver crisi, potser has de revisar els preus i anar amb cura. Si fas una exposició amb un preu determinat i ho vens tot, vol dir que vas bé. No vol dir tampoc que hakis de pujar els preus immediatament, això es una gran temptació, que s'ha d'evitar. Perquè a pujar els preus, sempre hi ets a temps, però a baixar-los, és una cosa que s'ha d'evitar curosament.

Els mitjans de venda poden ser, el principal, les galeries, després amb la meua feina d'il·lustrador, el diari o els llibres que he fet. I en general confiar en que la gent s'interessa pel que fas i que inclús en època de crisi, poden comprar. Això no es exclusiu dels artistes, sinó de qualsevol persona que sigui freelance, no descansar mai, espavilar i buscar-se la vida.

Prefereixes la transacció a través de galeries a vendre personalment?

No m'importa, a mi m'agrada que ho venguin les galeries, però a vegades a la gent li fa il·lusió que els hi venguis tu i fa gràcia que la gent vingui a l'estudi i et compri.

Hi ha massa tendència ha voler separar l'art d'altres activitats econòmiques, com si parlar de diners i art fos embrutar el concepte d'art. A mi això no em passa, a mi m'agrada vendre quadres, i estic molt content de guanyar-me la vida venent els quadres. No em sembla la part bruta de l'art, em sembla una part perfectament honrada, decent i estic molt content de vendre els quadres. Un dels problemes del món de l'art és que hi ha molta gent que està dins aquest món i vol considerar l'art com si fos una cosa que no té a veure amb l'economia. I els objectes que fabriquem els artistes tenen a veure amb l'economia, com altres objectes econòmics.

Totes les coses que es venen estan dins del mercat i jo haig de dir molt enfàticament, que m'agrada molt que l'art estigui dins del mercat.

Com creu que està el mercat de l'art a Espanya?

Raquític i ridícul. És una cosa que va més allà del mercat de l'art és el mercat de l'art i el mercat de la cultura.

Primer, perquè aquesta actitud de voler separar el mercat de l'art dels altres mercats, crec que és equivocada. I això fa que hi hagi una situació ambigua i hipòcrita, sembla que com l'art es una cosa tan exquisida, no es pot parlar del mercat de l'art. No hi ha regles i a les hores això dóna peu a molt més abusos que si es consideres el món de l'art d'una manera més higiènica, com un món on unes coses es compren i es venen. Hi ha moltes coses a part de l'art, pot ser un *hobby*, però el que és apassionant de l'art és tenir-lo com a ofici. Si ho fas professionalment, allò que fas és com el teu autoretrat, i et realitzes, et retrates.

Les seves obres van dirigides a algun públic determinat?

Les obres no van dirigides a ningú. Aquesta és una de les característiques que no és que em faci únic, però és important. Jo puc acceptar un encàrrec, personal o industrial, aleshores té uns condicionants. Aquest té unes característiques que t'apuntes i segons això, et ve una imatge o una altre. Però, el que fa el nucli de la meva activitat, el que fa de mi un artista, la raó per la qual vaig decidir que valia la pena dedicar-me a això, no com a *hobby*, sinó com a ofici, és el diàleg que jo tinc amb els meus papers. Això és l'essencial i el que manté tota la resta, és el que em manté a mi viu i permet que les meves imatges tinguin una certa frescor, si això s'acaba, acaba tot.

Aquest nucli no va dirigit, això no vol dir que si tens un nucli sòlid i penso que el meu és sòlid, en alguns moments concrets i això no és prostituir-se, sinó que és fer una part de la teva activitat. És que et diguin, has de fer la portada de la Vanguardia, saps quines característiques tens i no pots posar una imatge eròtica, per exemple. Cosa que en la resta de la meva producció no hi ha límits. Si estic fent un conte de nens penso de quina edat a quina edat tenen; això forma part dels condicionants de l'obra, com és part del condicionant de l'obra triar telar, paper, aquarel·la o acrílic. No és més que això, els artistes no

treballem en un buit exquisit, toquem matèria i aquesta ens inspira, és el diàleg amb aquesta matèria, sigui la que sigui, la gramàtica i el lèxic, una composició musical, l'escultura, el ferro, el fang... El diàleg amb això, és el que fa de tu un professional.

L'artista és una persona... com el definiria?

L'art es l'ofici de compartir. De manera esquemàtica i imperfecta, és l'ofici de compartir una mirada, però l'art no és només mirada, és tacte, memòria, moltes coses. Aquesta de la que parlo no és només una mirada òptica, és una mirada, vital, sensorial, intel·lectual. Una manera de veure, d'entendre, de sentir el món. Traient-li qualsevol aspiració metafísica o totalitària. És una manera de vendre, d'entendre el món, i quan la gent es dona per al·ludida, d'aquesta manera d'entendre el món és quan els agrada el que fas. Diuen, això m'agrada, jo no hi entenc, però m'agrada molt.

Creu que les seves obres perduraran durant el temps, com altres pintors?

No de totes, però confio que de moltes sí, confio en que sí. Això, la veritat jo no ho puc dir, només puc dir que espero que sí, però no ho puc assegurar.

No s'ha d'entendre una obra d'art com un producte acabat, una obra d'art és una obra gairebé màgica. Poses en circulació un objecte, que necessita de l'atenció d'algú per funcionar, i quan algú li presta aquella atenció ja està. Una obra d'art de les que se'n diuen clàssiques és una llàntia que no deixa de funcionar mai. Una més efímera, pot donar una flama molt intensa un temps i després aquesta llum s'apaga.

I això pot passar durant la teva vida, agafar una imatge, un llibre que en un moment de la teva vida t'ha emocionat i t'ho mires al cap dels anys i dius, no entenc, realment, que hi veia en això i al revés. Crec que la cultura és una gran conversa, a través del temps i de l'espai. És com si estiguessis en una tertúlia i cada intervenció, que fas i el que dius s'uneix, és com una resposta a coses que has vist, has sentit, que has escoltat, has tocat, has viscut... I és allò que se'n diu la teva contribució, però des del punt de vista de contribuir en una conversa.

Com veu el mercat de l'art estranger? Estats Units per exemple.

Els Estats Units, on l'economia és molt important, l'ensenyen a les escoles i la cuiden, tant a nivell nacional com personal, el concepte d'inversió és molt important. Als Estats Units creuen que l'art és una inversió, no únicament com a especulació, una activitat perfectament legítima.

Als Estats Units creuen que és una inversió des d'un punt de vista especulatiu, però també des d'un punt de vista més important. Creuen que invertir en infraestructures artístiques és una inversió a llarg termini, i que si una ciutat té museus, és bo per la ciutat, d'una manera generosa. Pensen que ja ho trobaràs, és una inversió que fas, és una cosa que segons com ho entenguis, donar es invertir.

Ven les seves obres a nivell internacional? On tenen més sortida?

Venc a nivell internacional, sí, però poc. Sóc un artista merament local, d'una ciutat prou important com és Barcelona que pot mantenir a una artista, però tinc un mercat internacional modest. Espero que després de l'expedició a Xina això millori. Tinc clients a Estats Units, Anglaterra... gent que em compra aquí i allà. Em dona la sensació que no hi ha un mercat particular crec que no és una cosa... crec que en qualsevol lloc es pot trobar gent que s'interessi pel que jo faig.

Què tenen les seves obres perquè agradin i siguin comprades?

No ho sé, crec que t'ho planteges molt. Si això funciona, penses, en faig deu i ja està, però això no funciona així. Crec que la gent nota que m'ho passo bé fent això, però no és un deure, ni una obligació que s'ha de fer. El que em continua fent moure això, és el mateix que em movia fa 55 anys, agafar paper i llapis i posar-me a explicar històries.

La seva experiència a Nova York va aportar-li una altra perspectiva en vers a la seva obra?

L'experiència a Nova York va ser genial, confrontat a un món, a una manera de viure i de pensar diferent a la nostra [...] perquè Nova York és una ciutat enorme, que ofereix moltíssimes coses, m'entusiasma. És una ciutat gran i molt competitiva, però és una ciutat molt amistosa i la veritat és que li dec moltes coses i l'aprecio molt. Una de les coses que em va agradar de Nova York, és que es comença amb el que portes. Trucant per telèfon, dient que sóc il·lustrador espanyol, vinc de Barcelona i m'agradaria ensenyar-li el que faig. Ells et diuen que d'acord, vingui tal dia i ens ho ensenya. Això no vol dir que et comprin, però de moment vol dir que s'admira. Aquí no, aquí dius això i et pregunten: Qui és vostè? A quin "cole" ha anat i qui el coneix a vostè?, tu només penses, en que es passi 30 segons mirant un dibuix i després ja està. I aquesta manera de funcionar d'Estats Units em va agradar molt, i em continua agradant.

Quins són els seus pròxims projectes?

Els pròxims projectes, intentar tirar endavant l'aventura xinesa, i acabar un llibre guia sobre Poblenou. Aquests últims mesos han estat tant intensos i tenir una temporada amb una mica menys de projectes i amb temps per estar a l'estudi i que surtin coses soles, ja m'està bé.

Visita la seva web: <http://www.perico.net>