



# Invertir en cultura i art, el millor regal per Nadal

► Oferim diferents arguments a favor de consumir uns productes que, en la majoria de casos, no perden valor

**Eudald Camps** GIRONA

■ A l'especialista en art María García Yelo (Madrid, 1977), el viatge professional que la va portar del Museu Reina Sofia a la casa de subhastes Christie's li ha servit, entre altres coses, per proferir frases del tipus: «*el arte vale lo que la gente quiera pagar*». Ja fa temps que Machado va fixar, en boca del seu heterònim Juan de Mairena, la fórmula per a la posteritat: «*Es de necio confundir valor y precio*».

I la veritat és que García Yelo demostrava no tenir ni un pèl de nècia ja que, de seguida, s'afanyava a dir: «*... Vale lo que la gente está dispuesta a pagar por él. Inquieta que el precio de una obra pueda ponerse en función de su tamaño, aunque también un libro de 400 páginas vale más que uno de 100. De todos modos, una cosa es el valor, y otra, el precio*».

Per fortuna, la professional a qui el destí somriu amb l'èxit encara conserva, potser soterrada en el seu subconscient, rastres de la saviesa atàvica expressada pel poeta sevillà. I és que una cosa és l'art i una altre el seu mercat, per més que la majoria de vegades van tant de bracet que costa distingir-los.

Sigui com sigui, quelcom molt greu succeeix en aquest país quan les galeries tanquen al mateix ritme que, per exemple, creix (o es manté estable) la venda de productes de luxe, començant pels tot terreny que gairebé no caben a la carretera i acabant pels drapets que l'alta costura sap vendre a preus exorbitants.

Dit d'una altra manera: a bona part dels «rics» d'avui ja no els fa cap mena de vergonya exhibir la seva incultura. De fet, és com si tenir diners fos un mèrit purament individual que no ha de retre comptes ni retornar res a la societat que, en da-

Les galeries d'art tanquen al mateix ritme que creix el consum de productes de luxe

A llarg termini, invertir en art és molt més rendible que fer-ho, per exemple, en borsa

rera instància, ho ha fet possible. Malgrat algunes excepcions encomiables (encapçalades pel senyor Vila Casas), lluny queda aquella burgesia industrial catalana addicte al teatre i a la música (l'Associació Wagneriana de Barcelona, fundada el 1901, va ser una de les primeres del món) o, encara més, capaç de finançar tot un moviment com ara el Modernisme.

La paradoxa s'accentua quan descobrim que els darrers deu anys, segons un rigorós estudi publicat per *The Economist* el 2015, la majoria d'obres d'art venudes han augmentat el seu valor una mitjana, per cert, molt superior als resultats obtinguts per la borsa (n'hi ha prou comparant el 110% experimentat per l'art contemporani amb el 33% obtingut als principals mercats financers).

Ras i curt: la manca de sensibilitat mai ha estat renyitda amb el sen-

tit comú aplicat al món dels negocis. Com a mínim, fins no fa gaire: és com si la figura del filantrop (o del mecenes) hagués estat definitivament desplaçada per la del milionari rus, un ésser obscur molt més preocupat a cremar bitllets de les maneres més absurdes (al matí agafo l'helicòpter per anar a matar un os polar i, a la tarda, compro un collar de diamants que regalaré al gosset de la senyora de torn) que no pas per la pobresa rigorosa que pateixen gran part dels seus conciutadans.

Expliquem tot això en una època marcada per l'augment del consum de les famílies per motius evidents: a diferència de la majoria de productes afectats per l'obsolescència que comencen a perdre valor tan bon punt surten de la botiga, les obres d'art d'una certa qualitat no deixen de guanyar-ne.

No cal dir, en aquest sentit, que



1 Diciembre, 2017

↓  
**La col·lectiva**  
se segueix  
imposant com  
a fórmula

► El poc marge d'error d'un sector tan castigat per la crisi explica, només en part, el gir conservador que, en molts casos, s'autoimposen les galeries d'art. La fórmula col·lectiva respondria a l'estratègia d'intentar captar un públic molt ampli sense la necessitat de casar-se amb ningú. L'inconvenient: arriscar, quan surt bé, permet créixer i dilatar mercats. Una altra versió d'aquest «replegament» és la que recupera autors amb obra molt assimilable però d'escàs o nul·l interès. L'exemple perfecte el trobem a l'Arcada de Blanes: després de la magnífica exposició de Narcís Gironell, ara acullen paisatges de Josep M. Solà.

la figura del galerista i de la institució hauria de ser determinant: la seva capacitat per assessorar i per donar visibilitat només té sentit si s'exerceix des de la màxima responsabilitat.

Els avantatges d'apostar per la cultura són tan grans que, inclús si la inversió no acaba concretant-se (els mercats poden ser molt capriciosos), el comprador dotat d'un mínim de sensibilitat hi surt guanyant: l'emoció que t'impulsa a fer-te amb determinades obres t'acompanyarà la resta de la teva vida.

Inosolament a tu: els que vinguin després no només heretaran una pintura o una escultura sinó que (i per sobre de tot) rebran quelcom d'intangible que pertany a la teva mirada.

Doncs això: si eduquem el gust dels nostres fills visitant exposicions i comprant cultura, allunyem un xic la societat i el món del previsible desastre.

