

► 12 Enero, 2019

¿QUIÉN COMPRA ARTE EN ESPAÑA?

2018 nos dejó el **primer informe exhaustivo sobre coleccionismo** en España. Un estudio, elaborado por la plataforma Arteinformado, que ilustra quién compra arte y cómo en nuestro país

JAVIER DÍAZ-GUARDIOLA

No ha resultado fácil, porque, como explican sus responsables, hacer cualquier listado de coleccionistas es hablar de mercado y, por tanto, eso lleva a pensar que se está haciendo «una lista de ricos». Por eso, sus promotores, la plataforma *online* Arteinformado, ha necesitado dos años para concluirlo, sólo después de contar con el bagaje suficiente (una década de existencia) para ser recibida por sus protagonistas como interlocutor válido. Pese a todos los escollos, 2018 alumbró *Cien activos coleccionistas de arte españoles*, un completo compendio que arroja luz sobre lo que se atesora en los conjuntos artísticos privados en nuestro país y las «pautas de comportamiento de sus dueños».

Sus artífices ya habían elaborado un ensayo similar referido al comprador latino, que, según confiesan, resultó casi más sencillo de desarrollar y cuya recepción se realizó de una manera más natural: «Para el informe español nos encontramos con la aversión de nuestro coleccionista a "enseñar la patita"», explica Carlos Guerrero, director de la plataforma-. Algunos importantes, con los que además tenemos buena rela-

ción, declinaron participar. Yo diría que el comprador nacional es más modesto, menos ostentoso, también con menos capacidad patrimonial que el latino, pero más enfocado al mercado internacional. El latino sí que tiene sensibilidad hacia «el terruño». Lo apoya y verbaliza esa ayuda».

El informe de Arteinformado no contaba con antecedentes, y se ha apoyado para su ela-

«NECESITAMOS MENOS COMENSALES EN LA MESA Y QUE LOS POCOS QUE ESTÁN SE MUESTREN MÁS UNIDOS»

boración en la base de datos de la propia web (donde se recogía datos de hasta 500 coleccionistas), la escasísima información que aportaba al respecto la Lista Larry, de Magnus Resch, y la información parcial de miles de notas de prensa de ferias de arte y exposiciones que los nombran, así como los currícula de los artistas («esto ha sido resultado de cruzar muchísimas bases de datos y de contrastarlos luego con sus protagonistas, lo que da pie a las cerca de 40 entrevistas del estudio»). Lo primero en lo que éste hace hincapié ya des-

de su título es que los nombres recogidos («que podrían ser otros cien con las mismas características») son coleccionistas «activos». Y eso significa que compran y que están presentes en el mercado: «No tiene sentido incluir a gente que tiene 20 obras en un almacén o que lleva una década sin aparecer por el sector», subraya Guerrero.

Para todos los gustos

Ahora bien, que el número final no sea elevado, no significa que su tipología sea homogénea: «Ésta está muy fragmentada. Hay un 30% que apoya a museos, pero otros tantos que no quiere saber nada de ellos. Otros tienen sus propias instituciones privadas... Creo, de hecho, que el coleccionista latino es mucho más homogéneo, y eso visibiliza mucho más lo que emprende. Aquí cada uno hace su guerrilla, lo que es muy español, pero limita su alcance». Esto también podría hacernos pensar que la consecuencia son conjuntos artísticos muy dispares. Guerrero nos corrige: «En absoluto. En los años del boom, los que van de mediados de los noventa a 2005, que es cuando se conforma la mayor parte de las colecciones privadas nacionales, les han vendido a todos lo mismo. Además, hemos detectado que todos comenzaron



Biblioteca de FotoColectania, de Mario Rotllant

DIEZ NOMBRES RELEVANTES



AUTRIC-TAMAYO. Seguidores del Grupo Afal, abrieron una línea de colaboración con el museo, comprando ellos mismos lo que a éste le falta



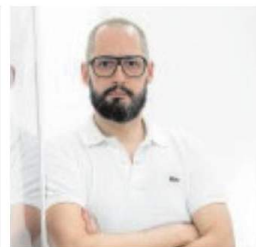
PILAR CITOLER. La Colección Circa es un ejemplo de constancia, de trayectoria consolidada sin precisar de grandes recursos



ANDREU R. VALVENY. La Colección BEEP es de esos conjuntos especializados –en su caso, arte electrónico– que rompen la tónica



ERNESTO VENTÓS. Una profesión, la de perfumista, trasladada a una pasión: Eso es olorVISUAL. De los ejemplos con mayor visibilidad



ANTONIO LOBO. No destaca por la relevancia o magnitud de su conjunto, pero su ETRA es provocadora, en busca de cambios en el sector



Detalle de las salas de Bombas Gens, en Valencia, de José Luis Soler y Susana Lloret,

coleccionando en clave muy local, pero, con el tiempo, han tendido a los nombres internacionales. Los latinos tienen muy claro que, por ejemplo, León Ferrari nunca será Picasso, pero siguen apostando por él. O te mencionan a sus geométricos venezolanos o concretos brasileños, pero te remarcen que ahora trabajan con autores actuales que siguen aquellas estelas».

Solo o en pareja

El estudio arroja un buen puñado de datos interesantes, por ejemplo, que en España no hay paridad que valga: nuestro coleccionista es masculino, 48 de la talla de Carlos Rosón, Ernesto Ventós, Francisco Baquedano o José Manuel Infesta, frente a 24, que son mujeres: Helga de Alvear, Teresa Sapey, Pilar Citoler, Alicia Aza, Alicia Koplowitz... También se lleva lo de comprar en pareja (Autric y Tamayo, José L. Soler y Susana Lloret, Panizo y Neary, Colección SOLO...), pero hasta en eso nos diferenciamos del collector americano: «Allí, el hombre se queda en el negocio y ella es la que mueve la colección. Aquí, si son pareja, cuando te acercas a ellos, el protagonismo en la adquisiciones la suele llevar él», explica Guerrero.

Casi la mitad son empresarios (J. Abelló, Mario Rotllant...), y existe un alto número de profesionales liberales (arquitectos como Juan Redón, abogados como Francisco Cantos, médicos de la talla de Marián Sanz...), aunque, si vamos a los números, prima más el estatus social que la cuestión económica cuando se comienza. No obstante, también hay perfiles interesantes sin grandes patrimonios como los de Citoler o Antonio Lobo. Lo que sí comparte la mayoría es el haber sido autodidactas y haber tirado poco de asesores: «Eso sí que es un punto a su favor respecto al homólogo latino. Ahora bien -apostilla el director-, no pueden es-

perar a que sea el museo el que los legitime, sino tomar medidas para que éste sienta necesidad de hacerlo».

Los amantes del arte en España que acaban adquiriéndolo viven en Madrid o Barcelona. Sorprende que la tercera región sea Cantabria (Jaime Sordo, director además de 9915, la asociación que los reúne; Fernando Meana, José L. Lafuente...). Lo primero es lógico: es donde está el mercado. Sin embargo, el informe da otra clave: «El mundo del arte se mueve por relaciones. Si estás en Murcia, ¿a cuánta gente vas a poder sentar a tu mesa que entienda que estás comprando un fernando prats? Nadie nace coleccionista, uno se hace. Es más: esto no pasa de padres a hijos. Es un «vicio» privado».

Ahora bien, el nudo gordiano del estudio, lo más goloso: ¿Qué se compra? ¿Qué artistas son los más demandados? La pintura, la foto y la escultura, en ese orden, es lo que prima. Hay excepciones, colecciones «digitales» como la BEEP de An-

para continuar comprando. También completar conjuntos. Una cuarta parte ha creado organizaciones para la gestión o exhibición de sus fondos (Cerezales, FotoColectania, Bombas Gens, Sorigué, Suñol, Vila Casas...). Más de una treintena los han mostrado de forma pública y una decena tienen depósitos en museos. Ponen en marcha premios y residencias, forman parte de comités de selección de ferias o patronatos de centros de arte (como Elena Cué en el Museo ABC, Luis Sirvent en el CGAC, Mercedes Vilardell en el de la Fund. ARCO o la Tate, o Elena Ochoa en las Serpentine Galleries), y hasta ponen en marcha proyectos personales, como la feria Swab (Joaquín Díez), el festival SCAN (Chantal Grande), la «galería» La Naval, de Martín Lejárraga o A Window in Berlin, de Ángel Nieto y Clara González. Ahora bien: como le ocurre a nuestros artistas, su visibilidad en el exterior es insignificante.

Supervivencia

Los promotores de Cien activos coleccionistas lo tienen claro: posiblemente solo el 10% de los conjuntos tendrán interés a largo plazo. «Lo inteligente sería dejar a los expertos entrar en ellos para revalorizarlos, pero son pocos los que están dispuestos a que eso ocurra en vida y muchos los que aún creen que la solución es «construirles un edificio»». Eso en lo que respecta a su futuro. Las mismas fuentes consideran que en España el sector, hoy, da pocas señales de vida: «Quizás necesitamos menos comensales en la mesa y que los pocos que están se muestren más unidos. No nos referimos a que los otros no deban seguir, pero sí que hace falta un grupo dirigente. No hacen lobby». Habrá que esperar a una revisión del informe, disponible en la versión premium de la web promotora, para saber por dónde irán los tiros. ■

«NADIE NACE COMPRADOR, UNO SE HACE. ES MÁS: ESTO NO PASA DE PADRES A HIJOS. ES UN «VICIO» PRIVADO»

dreu R. Valveny, o de vídeo (como la de Estefanía Meana, una de las grandes ausencias del estudio por decisión personal). Más de 80 incluyen obras de autores consagrados; unos 36, de emergentes. «Si les preguntas, van a sota, caballo y rey. Entre los clásicos contemporáneos triunfan los mirós, los dalís, para saltar a los autores de los 80, Gordillo y poco más. Claro que se compra arte actual, pero se evidencia menos. Hay cierta prevención de decirlo».

El apoyo al sector es una de las motivaciones principales



Uno de los camiones de «ArtTruckProject», de Jaime Colsa



Una de las salas de la Fundación Helga de Alvear en Cáceres



HANS NEFKENS. De origen holandés, desde Barcelona este periodista utiliza el arte para concienciar sobre el VIH desde la Fund. Art Aids



JAIME COLSA. Es un «colector» dinámico, muy actual, promotor además de «ArtTruckProject», con el que ejerce el mecenazgo



CARLOS ROSÓN. La Fundación RAC lleva desde 2006 promoviendo en arte desde la periferia, con un programa de residencias



MARIO ROTLLANT. En 2017 se presentó la nueva sede de FotoColectania, institución desde la que amplía su pasión por la foto



HELGA DE ALVEAR. La galerista es una de nuestras coleccionistas más internacionales. Cáceres espera ya la ampliación de su fundación