

# *Les galeries d'art i el turisme cultural*

ANTONI PLANAS SANJOSÉ

*Tècnic en Gestió Cultural*

## **Resum**

En origen, lligar galeria d'art i turisme cultural no tenia raó de ser. La crisi econòmica també ha suposat una crisi en el mercat de l'art i del col·leccionisme, però sembla que també podria remuntar amb una planificació i gestió encaminada a revaloritzar galeries d'art i lligar-les al turisme cultural.

*Paraules clau:* turisme cultural, galeries d'art, mercat de l'art, col·leccionisme

## **Abstract**

At first, joining concepts as art gallery and cultural tourism would be nonsense. The economic crisis it has also resulted in a crisis in the art market and collectionism, but it seems it could overcome with the right planning and management aimed to rise in value by associating art galleries and cultural tourism.

*Keywords:* cultural tourism, art galleries, art market, collectionism

Quan en Sebastià Serra, amic admirat, em va cridar per participar en aquest Congrés Internacional de Turisme Cultural, vaig acceptar tot d'una, abans fins i tot de saber de què havia de xerrar. Tinc confiança plena amb en Sebastià, conec la passió que hi posa en tot el que fa, també la dedicació, i ni per un moment se'm va passar pel cap negar-me. Però quan em va dir que havia de xerrar sobre turisme cultural i galeries d'art, vaig arrufar el nas, ho he de reconèixer. No li vaig dir res, però mentre xerràvem jo pensava per a mi mateix: caram, que collons diré d'un món que avui per avui just va tirant per a sobreviure. Però, bé, la vida és superar dificultats i aquí estam.

Però, per què dic que vaig arrufar el nas en sentir el tema que m'havien preparat? Perquè pensar que avui en dia les galeries d'art de les Illes Balears tenen o poden tenir cap incidència dins el turisme és creure en una utopia. Les galeries mai, ni quan han viscut la seva edat d'or, han servit per incentivar el turisme. Ho millor seria dir que no s'ho han plantejat mai servir per incentivar el turisme. Aquesta no ha estat mai la seva vocació. La seva ha estat una vocació purament comercial. I, ull, no és una crítica, és perfectament comprensible. Tampoc, hi hem de ser honestos, passa això a la resta del món. En moltes destinacions turístiques, en el millor dels casos, són un pur complement cultural, però no més.

Un exemple del que intent explicar. Posem-nos a nosaltres mateixos com a consumidors culturals. Hem viatjat mai a una ciutat per visitar les seves galeries? Rotundament, no. Hem visitat galeries d'art quan hem estat de viatge? Segurament la resposta de la gran majoria també és no. O un no amb matisos. Em poso a mi mateix com exemple. Quan he anat a Nova York he volgut passar per la Gagosian Gallery, la Leo Castelli o la Matthew Marks Gallery, que són algunes de les galeries més importants del món. També he anat a l'Opera Gallery de París o la famosíssima Saatchi Gallery del barri londinenc de Chelsea. Però també hagués pogut fer les visites a Nova York, París o Londres sense haver entrat a una galeria. I hagués fet turisme cultural.

Per què dic tot això, doncs? Perquè si el tema d'aquesta ponència és si tenen importància o incidència les galeries d'art en el turisme cultural de les Illes Balears la resposta no pot ser més que una, una contesta simple i categòrica: No.

Però, és clar, no puc acabar aquí aquesta intervenció. M'he compromès a xerrar mitja hora. ¿Enteneu ara perquè vaig arrufar el nas quan xerrava amb en Sebastià Serra? Per tant, ompliré el temps que tinc intentant explicar aquesta resposta tant rotunda i, en tot cas, matisaré una mica aquest "No" sec i dur.

Però, abans, per entendre millor tanta rotunditat, en tot cas, matisaré una mica aquest "No" sec i dur, cal fer una breu i ràpida repassada a la situació actual del mercat de l'art i, per tant, de les galeries. Com a nota a peu de pàgina, dir que xerraré del mercat espanyol, doncs no existeix, i si existeixen no els he pogut trobar de cap manera, cap data ni xifra referent a les Illes Balears. Tanmateix, crec que la situació del mercat de ca nostra és perfectament extrapolable a la del mercat espanyol.

### **El mercat de l'art i el col·leccionisme en temps de crisi**

El dia 1 d'octubre de 2012, el diari *El País*, publicava en les seves pàgines de cultura un article signat per Ángeles García i titulat "El mercado del arte en España, ese fenómeno terminal". Crec que ja només amb el títol resulta prou eloqüent cap on va encaminat aquest text. A mi em va cridar l'atenció un paràgraf que vos reproduïxo a continuació:

«Con el IVA desbocado, la marea de los recortes públicos barriendo las compras institucionales, un tejido de coleccionistas que nunca acabó de cuajar... por decirlo de un modo suave, el mercado del arte en España, que ha sufrido un desplome del 33% en los últimos cinco años, afronta su peor momento con escasez de defensas y ningún asomo de mejoría».

No es pot dir més clar. En quatre línies resumeix el panorama trist i desolador que viu avui el mercat de l'art al nostre país i, en conseqüència, també a les Illes Balears.

L'any 2009, els primers anys d'una crisi que encara ens volien amagar, l'Institut d'Estudis Balearics, llavors presidit per Sebastià Serra, va elaborar una publicació titulada *Guia de Galeries d'Art de les Illes Balears*. En aquest llibretó, modest i amb una única intenció de servir d'inventari, es comptabilitzaven un total de 71 galeries, la major part d'elles a Mallorca. Tot just sis anys més tard, quan la crisi ja ha sacsejat amb violència i crueltat aquest sector, a les Illes Balears tot just sobreviuen una vintena d'aquelles galeries d'art. Què ha passat amb la resta? Doncs que no han pogut suportar la devastació que ha patit el mercat.

I si bé és cert que ha servit per fer una depuració del sector –hi va haver un moment que tothom, sense cap coneixement ni experiència, volia obrir una galeria d’art– aquestes desaparicions no tenen a veure amb la qualitat. En aquests anys han tancat les seves portes espais emblemàtics i cabdals, protagonistes de la història del nostre art contemporani i d’algunes de les grans exposicions d’aquesta terra. M’estic referint, per exemple, a espais com Altair, la Sala Pelaires, Joan Oliver “Maneu”, la Galeria Maior de Pollença... Tot això avui ja no existeix. La maleïda crisi els ha arrossegat amb ella. Tota una pèrdua valiosíssima pel nostre patrimoni artístic que crec que una cultura com la del nostre país no es pot permetre.

No sé si vos heu fixat que quan m’he referit a les galeries que encara estan obertes, no he dit romanen, ni es mantenen, ni continuen. He utilitzat la paraula sobreviure. I ho he fet d’una manera plenament conscient, amb tot el valor d’aquesta paraula. Perquè aquests centres d’art, avui per avui –i si les coses no canvien molt també per demà– tenen per endavant única i exclusivament la possibilitat de la supervivència.

I és que avui resulta molt difícil vendre una obra d’art. El mercat s’ha esfumat, s’ha dissolt, com ho fa un terròs de sucre dins el cafè:

- El petit comprador, aquell que estalviava durant mesos per comprar un quadre de 3.000 euros d’un artista que havia admirat tota la vida perquè li feia molta il·lusió tenir-ho penjat a les parets de ca seva, ha desaparegut. A aquest client la crisi l’ha triturat. Evidentment, l’art no és un element de primera necessitat.
- Però per altra banda, el col·leccionista també s’ha diluït. El motiu? Segurament perquè a Mallorca no hi havia autèntics col·leccionistes. A grans trets, aquell que passava per col·leccionista d’art era una persona que havia fet una gran fortuna en molt poc temps, normalment gràcies a la construcció, i que necessitava o pensava que necessitava, de l’art per adquirir un pedigrí d’intel·lectual i persona de la cultura que, evidentment, no tenia, ni aconseguia adquirint un centenar de peces, vagi per dit.
- A la crisi només l’ha sobreviscut el gran col·leccionista, l’autèntic. Que s’entén per col·leccionista, doncs? Aquí, em quedo amb la definició que va fer Michael Kimmelman, durant molts anys crític d’art del New York Times. Per a ell, un col·leccionista és:

«Aquella gent que col·lecciona perquè pensa que col·leccionar pot esdevenir un gran art. Aquells que converteixen les seves col·leccions en grans obres d’art, impactants fins i tot per a aquella gent que no està especialitzada en l’art. El col·leccionisme és una manera d’ordenar el món. És també una manera de definir la idiosincràsia del col·leccionista, de la mateixa manera que l’art ho fa amb la vida».

Però d’aquests, desgraciadament, a les nostres illes n’hi ha pocs, molts pocs. I també, hem de ser sincers, aquest tipus de col·leccionista no està molt interessat actualment per l’art d’aquesta terra. Només ho fa per grans noms com Joan Miró, Miquel Barceló, Bernardí Roig, Amparo Sard, Susi Gómez i algun altre però que es poden contar amb els dits de les mans.

I hi ha un altre problema. Avui l’art ja no es percep com una inversió. Record no fa molts anys que sempre et deien frases com : «Compra quadres, que l’art sempre puja de valor» o «comprar un quadre no es gastar, és invertir».

Segurament en el seu moment això era veritat. Però ara no. La crisi –tornem a esmentar-la però és que és la protagonista absoluta del mercat de l'art en els darrers anys– ha fet que els preus caiguessin entre un 50% i un 70%. Aquesta baixada es deu a diverses circumstàncies:

1. Si no hi ha demanda, el preu baixa. Quan una galeria no pot vendre la seva obra, no queda més remei que abaixar els preus. Això mateix ho fan els artistes.
2. Ha hagut una saturació del mercat. Ha disminuït la venda, però la producció s'ha mantingut. Els pintors han seguit fent feina, han seguit pintant. Els quadres, com no han sortit, s'han anat acumulant dins l'estudi.
3. Aquesta saturació del mercat s'ha vist accentuada pel fet que molts particulars, aquests que deia abans dels 3.000 euros i que estaven convençuts que l'art era una inversió, han volgut treure un profit a aquesta inversió quan els temps han estat difícils i han posat a la venda una gran quantitat de peces.
4. L'IVA que en el pitjor moment va passar d'un 10 a un 21%. Una autèntica barbaritat.

Quin ha estat el resultat de tot això? Doncs que un quadre que deus anys abans havia estat comprat per 10, quan torna al mercat el seu preu és tot just de 2.

Conseqüència: la gent s'ha sentit estafada, enganada i ha perdut la confiança en el mercat de l'art com a inversió. Aquelles promeses de que un quadre sempre revaloritza el seu valor, a l'hora de la veritat, quan s'ha necessitat recuperar aquesta inversió, no han estat certes. I el client ha fugit de les galeries d'art. Ja no creu en elles. Ha deixat de comprar.

D'acord, estic dibuixant un panorama apocalíptic. Em podeu dir que som pessimista. I tal vegada ho som. Però ja sabeu que un pessimista és només un optimista ben informat.

Hi ha gens de llum a tanta foscor? Segurament sí.

L'any 2014 pot haver estat l'any de la inflexió. Tot apunta a que el mercat pot tornar a remuntar.

Tornant a les dates, l'informe anual de la revista *Artprice*, definia com a catastròfiques les xifres del mercat de l'art a Espanya durant l'any 2013. Al nostre país, i segons aquesta revista, els ingressos del mercat de l'art varen caure un 62% respecte a 2012.

I una xifra que ens fa palès ben a les clares que la gent ha deixat de comprar. En informa *Artprice*, que de totes les peces d'art contemporani que varen sortir a subhasta durant l'any 2013 només es va vendre el 30% i a preus molt inferiors dels esperats.

Però sembla, com deia, que durant l'any 2014 es va produir un lleuger repunt. Segons la Fundació Arte y Mecenazgo els ingressos del mercat de l'art varen tenir un increment del 4% respecte a l'any anterior. És poc, però s'ha aconseguit invertir la tendència negativa que es venia acumulant des de 2010.

Tanmateix, els números són durs, difícils, lletjos. Continua sent un mercat petit i amb el fre de mà posat. Unes xifres que, curiosament, naveguen a contracorrent dels temps *i de les*

tendències a tot al món, doncs de juliol de 2013 a juliol de 2014 la compra-venda d'obres d'art –em refereixo solament d'art contemporani– va sumar al món 1.590 milions d'euros. Això va significar un rècord absolut en tota la història. On estàvem nosaltres?

Segurament aquí podem fer servir això de que l'art és la imatge que es reflexa en el mirall de la cultura d'un país. Fins aquí el repàs a la situació del mercat de l'art. Però avui hem vingut a xerrar de les galeries d'art com a element dinamitzador del turisme cultural. Però una cosa va tan lligada a l'altre que no podíem obviar la situació del mercat. Així doncs, aquesta seria la primera raó d'aquell “no” simple i categòric que he donat com a resposta en el principi de la meva intervenció.

### **Les galeries d'art com a element dinamitzador del turisme cultural**

La situació del mercat de l'art és un motiu important a tenir en compte en l'hora d'analitzar les galeries d'art i la relació entre el turisme cultural. Però, retornant al “no” també hi ha altres raons:

- Les galeries mallorquines mai han apostat –i xerro en termes generals malgrat sempre hi ha excepcions i és difícil generalitzar– per la internacionalització dels seus artistes. Curiosament, i malgrat pugui semblar contradictori, el motiu l'hem de cercar en el gran volum de ventes que es va produir a finals dels anys 80, durant tots els 90 i fins ben entrat el segle XXI. Qui no recorda galeries que abans de fer-se la inauguració ja ho tenien tot venut; O anades a Arco on el primer dia tot el que s'exposava es venia; o col·leccionistes que compraven desenes, per no dir centenars de peces, quasi a pes.
- En aquells anys de boom, de bogeria, a ningú l'interessava el turista com a client. No feia falta, no era necessari. El mercat intern era més que suficient per donar sortida a tota la producció.
- Curiosament, el mercat estranger només s'hi ha pensat quan s'ha contret el local i quan les coses han anat maldades. Però llavors ja ha estat massa tard.
- El turista no ha vingut mai a Mallorca amb la intenció de visitar galeries d'art. Històricament hem apostat per un altre tipus de turisme, que ha sadollat totes les nostres necessitats. No n'hem hagut de mester d'altre. Quan hem pensat en el turisme cultural? Doncs només quan hi ha hagut anys no tan bons –crec que seria exagerat i m'allunyaria de la realitat si utilitzés la paraula crisi per referir-me els anys menys bons del turisme– o quan Setmana Santa ha caigut molt prest i han hagut d'obrir els hotels devers el mes de març i s'han trobat en dos o tres mesos, abans de l'estiu, amb poca clientela. Llavors sí que xerren d'allargar la temporada, de potenciar el turisme cultural, de que s'han de fer moltes coses... Paraules que se'n duu el vent... O la calor en aquest cas, perquè en arribar l'estiu tot ja està oblidat. És a dir, política cap al turisme cultural, no se n'ha fet cap en aquesta terra. I quan se n'ha fet, o s'ha intentat fer, s'ha fet malament, sense criteris ni objectius clars.
- Les galeries mai han fet res per divulgar el seu producte entre els més de 10 milions de persones que cada any visiten les nostres illes. I això és un mercat immens que encara està per explotar.

Aquest punt va molt lligat amb la manca d'informació i divulgació que les mateixes galeries fan dins aquest sector. Tot l'esforç dels centres d'art va sempre encaminat a cercar el mercat intern, un mercat que en temps de crisi ha estat incapaç d'invertir. La Nit de l'Art, Palma Brunch, Palma Foto... Són iniciatives magnífiques i lloables però que han anat sempre dirigides a un mercat purament local. Focs d'artifici, en temps de crisi. Només ara, en els darrers dos anys, quan la Nit de l'Art ja va per la seva dissetena edició, –a través de l'Institut d'Estudis Baleàrics– s'ha començat a donar una projecció internacional a aquestes iniciatives amb la invitació de crítics, comissaris, directors de fires o directors de festivals, a venir a Mallorca en aquestes dates perquè vegin la producció artística de les Illes Balears a través dels millors aparadors, les galeries.

Però no tota la culpa és del galerista. Tampoc les institucions públiques s'han bolcat mai en donar-les a conèixer entre els visitants. La incapacitat històrica dels gestors polítics, tant culturals com turístics, ha estat tan gran que han estat incapaços de vendre internacionalment algunes de les joies de l'art contemporani que tenim a la nostra terra. Em refereixo a Joan Miró i la seva Fundació o al retaule de la capella de Sant Pere d'en Miquel Barceló. Estic segur que només per veure aquests dos elements, molta gent ja donaria per bo el seu viatge a Mallorca.

I és cert que el galerista quan ha reclamat doblers públics o ha fet per un pur interès personal, a curt termini, per aconseguir compres d'organismes públics sense cap sentit ni finalitat, enlloc de sol·licitar una inversió en futur i en promocionar-se dins el mercat turístic, infinitament més gran i amb més potencial que el local.

Vos he promès al principi que també matisaria el meu “no” rotund. I és que en els darrers anys s'han donat algunes realitats que, en certa manera, ha servit per pal·liar aquesta dissidència entre galeries d'art i turisme cultural.

- Per una banda, s'ha donat el fet que algunes importants galeries estrangeres, especialment alemanyes i també alguna austríaca, han obert seu a Mallorca. També a Eivissa. El cas més evident és el de la galeria alemanya Kewening. Són espais de prestigi, que el turista i el resident estranger coneix, que li mereix confiança i que esdevé un important reclam a l'hora de difondre la producció artística illenca. És una realitat que galeries d'aquest tipus han ajudat a introduir aquest col·leccionista forà en el coneixement del mercat local.
- Com també ho han fet altres espais que, malgrat no ser estrictament galeries d'art, han obert les seves portes a l'art d'aquí per presentar-lo davant el seu client, estranger en un elevadíssim percentatge. Són molts i molts diversos: trobem restaurants, hotels i també botigues que han vist com l'art pot ser un atractiu a més, és clar, d'un negoci. El més característic en aquest sentit és el Rialto Living, que anualment té una important facturació en obres d'art. Tal vegada això es pugui considerar competència deslleial, no ho sé. El que sí sé és que aquests espais serveixen per difondre els nostres artistes i per vendre la seva obra a un client completament nou. Han esdevingut vies alternatives a la galeria clàssica. I jo crec en aquest camí.
- Per últim, no voldria deixar de citar una situació força curiosa que s'ha donat davant l'enfonsament del mercat de l'art i de la gran crisi del sector. Alguns artistes, i cada vegada són més, per poder sobreviure a aquest tsunami, han sortit dels seus estudis per cercar ells mateixos aquest nou client, aquest estranger de poder adquisitiu alt i bon nivell cultural. Aquests creadors s'han convertit en autèntics comercials de la seva obra. I, francament, crec que se'n surten prou bé. Al menys pels casos que jo conec.

## **Conclusions**

La relació entre galeries d'art i turisme cultural s'ha de construir sobre dos eixos:

- La difusió dels galeristes i dels nostres creadors en un mercat nou, de la mateixa manera com fan molts altres sectors.
- Oferir un producte que pugui ser atractiu a aquest potencial comprador, que ha de confiar amb la galeria i amb l'art d'aquí.

I en aquests dos aspectes estam sota mínims, per la qual cosa avui per avui és difícil plantejar el futur del turisme cultural al voltant d'aquest sector. Però per qualche cosa s'ha de començar i el que manca és arrencar.

