

cional y la información viaja en los dos sentidos y tiende a nivelar posibles desequilibrios. Ello no es óbice para que en una subasta pueda haber sorpresas de obras que salen a un precio ridículo (por desconocimiento por parte del subastador) y que alcanzan precios insospechados. Un ejemplo curiosísimo: en Estados Unidos, hace unos meses, en una subasta provincial de un Estado del Nordeste, salió a subasta un cuadro de Sorolla con una estimación bajísima. Era una oportunidad magnífica, y finalmente alcanzó los cuarenta o cincuenta millones de pesetas, lo cual, desde mi punto de vista, es un precio muy por encima de su valor real de mercado.

—La internacionalización del mercado del arte, ¿en qué medida puede contribuir a la difusión del arte español fuera de nuestras fronteras? Las instituciones juegan un papel preponderante a la hora de publicitar nuestro arte en el exterior, pero después ¿le seguirían las galerías o las casas de subasta?

—Indudablemente les corresponde —e históricamente siempre ha sido así— a las instituciones el papel de difundir la obra de vanguardia mediante la organización de exposiciones en el exterior, difundiendo la producción artística a través de la edición de libros y otros materiales. Qué duda cabe de que las galerías también juegan un papel importantísimo, puesto que tienen que promover a sus artistas. Un paso que no todas las galerías pueden dar, o no están dispuestas a dar, o no es fácil, es el saltarse las fronteras y por tanto estar también en la vanguardia de la internacionalización del arte que se hace en España. Creo que las subastas en ese sentido van un poco más a remolque. Indudablemente influyen, dada su capacidad de difusión, por su gran actividad en el mundo público y de la imagen, que contribuye a la difusión de los contenidos de sus subastas, pero creo que los agentes principales de la internacionalización de obras son las instituciones y las galerías.

—¿Qué puede decir de la típica comparación de la inversión en arte con el mercado continuo?

—La inversión en arte es, claro está, una inversión, pero hay que seguir unos criterios para juzgar en qué consiste una buena inversión en arte. Generalmente tiene elementos en común con las inversiones en activos en bolsa, pero creo que desde el punto de vista de un particular —es decir, de un coleccionista— o incluso desde una institución, lo primero que hay que tener en cuenta es que la primera rentabilidad que se le saca a una obra de arte es su disfrute, que no es rentable en términos económicos, pero que creo que es fundamental. Yo nunca he entendido que un particular que dice ser coleccionista se deje llevar exclusivamente por móviles estrictamente financieros para decidir si compra o no compra una obra de arte. Por encima de todo le tiene que gustar, tiene que disfrutar de su contemplación. Y

curiosamente, si se siguen unos criterios básicos, de comprar con cabeza, con el asesoramiento necesario (teniendo en cuenta que un coleccionista o un inversionista no puede suplir a un comerciante, que actúa con mucha más agilidad porque está más introducido en el mercado), si se plantea esa inversión no con carácter especulativo, sino a medio o largo plazo y se actúa con criterio, juzgando calidad, no comprando firmas sino comprando cuadros, es mucho más difícil equivocarse. Naturalmente, existen criterios de oportunidad, de hacer el gesto en el momento adecuado, de no tener que vender cuando el mercado está bajo, todo eso cuenta, indudablemente, pero yo creo que éstos son unos criterios básicos a la hora de plantearse una compra con un cierto interés de inversión económica. Y naturalmente lo entiendo, lo admito y me parece que es la única manera razonable de plantearse una compra cuando se trata de cantidades muy importantes y de no pagar más de la cuenta. Pero, por encima de todo, el valor está en que el coleccionista disfrute de la posesión de la obra, de verla todos los días, de obtener esa *rentabilidad* estética, espiritual.

—*El mercado del arte se está estabilizando, está fluctuando menos y haciéndose más sensato. ¿Qué puede decir sobre la compra de obras de arte como valor-refugio, supuestamente menos voluble que los valores del mercado continuo?*

—En los últimos años sí se está estabilizando, desde luego. Me parece muy evidente que las obras de arte han pasado por un proceso de un *boom* desde 1986/87 hasta 1990/91/92, según los países, y que luego se ha producido un descenso acusadísimo en las cotizaciones. Pero esto ha afectado a todo, no sólo a las obras de arte, en todos los ámbitos y en todos los países. El comportamiento del mercado de obras de arte está vinculado a lo que ocurre en la economía del país del que depende; eso es así de claro. Que se haya utilizado la obra de arte como un valor refugio, como se utilizaban el oro o las joyas, puede ser, pero la obra de arte es mucho más frágil de lo que lo son un lingote de oro o un brillante; requiere muchos más cuidados, es otra cosa. Se ha utilizado como valor refugio, pero en mucha menor medida de lo que puede parecer desde fuera. Sí es cierto que ha habido gente que ha comprado arte por diversificar el soporte de sus inversiones, pero por encima de todo la inversión en arte se ha hecho porque se disfruta con las obras.

—*¿A quién afecta más una crisis del arte: a una galería o a una casa de subastas?*

—Yo creo que a ambas por igual; no hay grandes diferencias. De hecho, el período de recesión que se ha vivido en los últimos años —y que ya parece que se está remontando— nos ha afectado a todos. Ha habido casas de subasta y galerías que han tenido que reducir sus estructuras, otras que han tenido que cerrar, marchantes con una larga tradición de establecimiento que

han tenido que pasar por dificultades económicas, etc. Por lo que respecta a las casas de subasta internacionales de una cierta envergadura, por su dimensión, pueden por una parte tener ventajas para afrontar una coyuntura de recesión, porque cuentan con mayores recursos financieros, pero también, por otra parte, tienen estructuras mucho más pesadas y costosas que las galerías o que empresas más pequeñas. Yo creo que no hay un solo sector que haya salido beneficiado de los momentos de dificultad.

–Las instituciones, a la hora de comprar arte contemporáneo, se dirigen a las galerías, pero ¿en qué casos se dirigen a las casas de subasta?

–Generalmente se dirigen a las galerías, salvo que estén buscando algún tipo de obra que ya no sea fácil de encontrar en las galerías, porque ya ha salido de esos circuitos. Lógicamente, las instituciones que coleccionan arte estrictamente actual es difícil que vayan a subastas porque en las subastas no existe ese arte. Pero las instituciones que incorporan a sus colecciones obras un poco más antiguas, a veces pueden recurrir a una subasta o a un comerciante, porque ahí es donde está la obra. Sí es cierto que algunas veces las subastas, por su propia dinámica, hacen un poco difícil que determinadas instituciones puedan acceder a las compras. Por una razón de tiempo, es decir: hay instituciones que, por razones orgánicas o estatutarias, a la hora de tomar una decisión, la propuesta tiene que pasar por una serie de trámites que a veces no hay tiempo de ultimar en el lapso entre la convocatoria de una subasta y su celebración. Por otro lado, una relación privada con un comerciante, un pintor o una galería tiene un tiempo que puede ser mucho más flexible.

–Para una casa de subastas, ¿en tiempos de crisis es más seguro vender plata o muebles que obras de arte?

–En general, casi todos los campos del coleccionismo han resultado afectados por la última recesión. Hay algunos que la han acusado en mucha mayor medida; indudablemente uno de ellos ha sido el arte contemporáneo. La pintura moderna impresionista también sufrió mucho. Pero el arte también fue el que tuvo un mayor crecimiento en tiempos de prosperidad, y la pintura impresionista fue la más revalorizada. Hubo otros sectores que crecieron menos y, consecuentemente, también sufrieron menos: los campos tradicionales del coleccionismo como los muebles, la plata, la filatelia, la porcelana, etcétera, que, igual que la pintura antigua, experimentaron un crecimiento mucho más moderado y continuado que el arte moderno y contemporáneo.

También hay, de todos modos, un factor importante a tener en cuenta: estos sectores, que tienen una mayor resonancia entre el público, en las épocas de recesión ven bajar sus precios, pero también hay ofertas que no llegan al mercado, es decir: a menos que esté acuciado por necesidades

económicas, el propietario de una pieza importante no la saca a la venta en un momento de poca demanda y de precios bajos. Ello produce también una retracción de la oferta, lo que naturalmente se traduce en un menor volumen en general. Eso es menos evidente en los otros campos del coleccionismo, porque los precios son, en términos absolutos, menos elevados que en el mercado del arte, y o bien en esos campos el retraimiento de la oferta es menor, o bien el impacto de este retraimiento se nota menos que en la pintura.

–*El subastador de arte ¿tiene alma de coleccionista o de mercader?*

–Yo creo que en general, todo aquel que está involucrado profesionalmente en el mercado del arte lo está por afición, porque por encima de todo le gusta lo que hace y el contacto con la obra artística. Lo que pasa es que evidentemente la actividad en la que está es una actividad mercantil, y de ello dependen sus ingresos y los de los empleados, y el mantenimiento y el crecimiento del negocio en el que está. Hablo no sólo del subastador, sino también del galerista, del anticuario y de todos. Creo sinceramente que la inmensa mayoría de los que están de manera profesional en el mercado son apasionados del arte y tienen que compaginar esa afición con que sus empresas obtengan los ingresos necesarios y los rendimientos para salir adelante. Y no digo que sea fácil ni difícil, pero creo que la combinación de esos dos elementos es uno de los atractivos de estar en el sector (o al menos para mí, personalmente, siempre lo ha sido).

–*¿Tiene usted una colección?*

–Yo tengo una modestísima colección, porque, claro, no puede uno comprar todo lo que le apetece; no habría dinero en el mundo para poder hacerlo.

–*Usted fue Consejero Delegado de Sotheby's y ahora es Consejero Delegado de la Editorial PPM, que publica El Periódico del Arte. ¿Cómo ha cambiado su relación con el arte?*

–Mi relación con el arte no varía, porque realmente mi actividad actual, aunque es diferente, se desarrolla en el mismo sector, y la encuentro igual de apasionante que la de las subastas. Lo que pasa es que no como un elemento de agente del mercado del arte, sino como editor y como difusor de noticias del mercado del arte.

El proyecto editorial que tenemos entre manos, aunque sólo llevamos cuatro o cinco meses en la calle, está evolucionando muy bien. Creo que se había despertado una gran expectación en los círculos artísticos españoles y latinoamericanos, que es donde desarrollamos nuestras ediciones, y creo que estamos satisfaciendo esa expectación.

–*¿Esperando eventualmente llegar a la calle, al quiosco? Porque ahora sólo se consigue El Periódico del Arte mediante suscripción.*

—Sí, pero de momento el planteamiento es que la difusión de la publicación sea estrictamente por suscripción; intentamos llegar a aquéllos que puedan estar interesados. Nuestros lectores, en gran medida, no son profesionales del mercado del arte, sino que son coleccionistas o meros aficionados, aunque naturalmente también nos leen profesionales del mundo institucional o incluso del mundo de las administraciones públicas. Y procuramos llegar a todos ellos de la manera más imaginativa posible, para captar su atención.

Ana Iribas Rudín