

nes, al menos hasta ahora bastante clara. Tal vez esto en el terreno internacional puede empezar a complicarse un poco con los acontecimientos de los últimos dos años, en los que las grandes casas de subasta parece que quieren entrar de manera mucho más directa en el mundo de las galerías, pero en España eso no ha ocurrido.

*—¿Cómo entrarían en competencia las salas de subasta con las galerías de arte?*

—Ha habido varias y diversas aproximaciones desde distintos puntos de vista. Por ejemplo, Sotheby's en su momento compró los fondos de la galería Pierre Matisse, y ahora se ha producido una asociación con un galerista americano. Es decir, ya no se trata sólo de vender arte contemporáneo en subastas, sino también de tener una intervención, directa o indirecta, en un sector que es tradicionalmente el de las galerías, de la gestión de patrimonios de familias de pintores, etcétera. Christie's tiene otro enfoque, pero también pretende incrementar su presencia en el sector del arte contemporáneo. Estamos hablando de los grandes nombres, de los artistas más cotizados a nivel internacional, y a este nivel se está produciendo este fenómeno de una mayor interrelación entre el mundo de las subastas y el mundo del arte contemporáneo. Pero eso no desciende por ahora a mercados mucho más locales, como puede ser el mercado español, o cualquier otro caso europeo.

*—¿Cuál es la diferencia entre el público de las salas de subasta y el público de las galerías de arte?*

—En muchos casos coinciden (son las mismas personas), pero hay muchos otros casos en que no. Yo creo que ahí está una de las grandes diferencias entre las subastas y las galerías. A las subastas llega la obra de artistas ya consolidados, obra que ya está un poco al margen de lo que circula en las galerías. Evidentemente, un pintor joven de vanguardia que no está todavía muy asentado, es difícil que vea su obra en las subastas, porque el comprador de subasta lo que va buscando generalmente es otro tipo de obra, no la de vanguardia (que tiene su tratamiento específico y más adecuado en el mundo de las galerías), sino más bien el arte histórico y el arte contemporáneo que pueda considerarse histórico. Yo creo que eso establece una clarísima diferencia entre el comprador de las galerías, que va buscando un arte mucho más actual, mucho más avanzado en el concepto de creación artística, y el público de subastas, que tal vez es un poco más conservador en ese sentido, busca obras de arte ya consolidadas, artistas ya reconocidos, y no entra en las subastas con la intención de adquirir una obra de un joven que empieza, o con la intención de descubrir un nuevo valor.

*—El factor riesgo es notablemente diferente...*

—Es diferente; no digo que sea mayor ni menor, porque cuando interviene

el factor económico, la manera de juzgar ese riesgo puede variar. Pero creo simplemente que la manera en que un comprador se plantea el ir a una subasta es muy diferente de la manera en que se plantea el ir a una galería. Aunque sea el mismo comprador, simplemente el hecho de comprar en subasta yo creo que lo inclina a pensar de una determinada manera, o busca en la subasta una obra distinta de la que busca cuando va a una galería.

*—¿Existe en algunas salas de subasta algo así como una fundación, o un deseo de formar colección propia?*

—No; en términos generales, no. Porque las casas de subasta no son propietarias de lo que venden; actúan como mediadores, como agentes, nada más. Ello no impide que tengan sus pequeñas colecciones, que apoyen determinados movimientos, que contribuyan a determinadas actividades que no son de carácter comercial. De hecho, al menos las grandes casas de subasta patrocinan exposiciones, apoyan a determinados movimientos de carácter científico, benéfico, cultural, etcétera, todo ello sin ánimo de lucro. Pero no lo hacen con carácter de coleccionismo. Las grandes casas de subasta, si formaran colecciones propias, podrían producir un conflicto de intereses en un determinado momento. Si una casa es propietaria de un núcleo de obra de un determinado pintor, ¿de qué manera puede eso influir en las cotizaciones internacionales? Eso podría restar imparcialidad a la hora de valorar la obra de un tercero o de realizar los mayores esfuerzos para poder obtener el mejor resultado posible en beneficio de un cliente. Por ello, las casas de subasta deliberadamente evitan crear colección, renunciando conscientemente a tener colecciones importantes.

*—¿Adónde se dirigiría un coleccionista de arte contemporáneo si quisiera vender una de sus obras: a una galería o a una casa de subastas?*

—Yo creo que se dirigiría a las dos, probablemente. Creo que el coleccionista que conoce un poco el mundillo sabe perfectamente adónde tiene que dirigirse, en función de la obra que quiere vender. Probablemente puede ir buscando con quién ha alcanzado el mejor precio la obra de un determinado pintor, o quién tiene una mejor trayectoria en el tratamiento del tipo de obra que el particular desea vender. También depende mucho de la personalidad del vendedor. Lógicamente la subasta es una actividad más pública, y permite llegar a un mayor número de personas en menos tiempo. Tal vez una transacción a través de un galerista o de un marchante sea más discreta en este sentido; también está la cuestión de la mayor o menor transparencia fiscal de las transacciones, según se trate de una casa de subastas o de una galería. La verdad es que todos esos elementos pueden entrar en juego a la hora de que el particular pueda elegir una vía u otra. Lo que sí creo es que es importante resaltar que, cuando se trata de obras de un valor elevado, las casas de subasta funcionan mejor, porque una pieza de valor

elevado tiene menos candidatos para su compra que una obra de menor valor. Entonces, el hecho de utilizar la capacidad de convocatoria que tiene una sala de subastas permite con mayor facilidad atraer la atención de las personas interesadas en la compra de esa obra.

*–Gracias a las redes informáticas (internet) están creciendo la internacionalización y la agilización del mercado del arte. Por ejemplo, la española Afinsa ha creado en 1994 Mercart, un fondo informático que permite que en una galería se puedan vender obras que se encuentran en otra galería del territorio español, a cambio de un porcentaje. Afinsa, en 1993, crea un banco de datos (bolsa de arte) que permite saber, en el territorio español, el precio de determinadas obras y dónde se pueden comprar. Sotheby's y Christie's tienen páginas web.*

–Naturalmente, al final, lo que se pretende utilizando todas estas nuevas técnicas es llegar a un mayor número de posibles compradores, ofrecer una mayor cantidad de obras, tener una mayor difusión. Lo que pasa es que todo ello está aún en un estado muy *verde*; tiene que madurar mucho. Existen varios intentos y enfoques diferentes; incluso ha habido subastas realizadas por internet, subastas simultáneas celebradas en varios lugares, por medio de telecomunicaciones, a través de televisión. Yo creo que poco a poco se irán consolidando algunas de estas técnicas nuevas, pero creo que por ahora están todavía en su infancia más tierna. De ahí a que el mercado del arte se pueda llegar a convertir en un mercado electrónico, yo por ahora lo dudo mucho. No quiero decir que estas nuevas técnicas no puedan ir ocupando un espacio y que a través de estas redes de información se puedan crear bolsas de arte, lugares de intercambio, lugares de información, como ya está ocurriendo. Curiosamente, la mayoría de los que están creando esas técnicas ya actúan en el mercado del arte: son casas de subasta, galeristas, asociaciones, grupos, personas o entidades que ya tienen intereses en el mundillo.

*–Juguemos con una hipótesis: suponiendo que exista una bolsa internacional de arte y que Tàpies se cotice más barato en Nueva York que en España y que, a través de redes informáticas, los coleccionistas españoles se informen de ello e incluso compren las obras allí sin moverse de aquí. ¿Las redes informáticas podrían, en este sentido, contribuir a una nivelación de los precios de las obras, a escala mundial?*

–Podrían contribuir, pero de hecho los precios, hoy en día, están prácticamente nivelados, sin contar con esas redes de información, sino sólo con los medios convencionales. Salvo para cuestiones de interés estrictamente local, los precios son bastante uniformes en cualquier país. Un cuadro de Tàpies tiene el mismo precio en Madrid que en Nueva York o Londres. Porque el mercado del arte es una actividad extraordinariamente interna-