

# Miralls de l'ànima i aparadors a comissió

Text > GERARD BAGUÉ, director

Les galeries d'art, amb la seva lenta agonia, són un mirall on es reflecteixen molts dels canvis estructurals de les nostres comunitats. El dossier d'aquest número s'endinsa en el paper de les galeries d'art i, de retop, en el dels creadors i el del seu públic, com també en la incidència de l'art sobre la societat. L'impacte de les xarxes ha soscavat la importància dels espais expositius físics. Internet s'ha convertit en el primer aparador de tot allò que es vol exhibir, vendre i comprar. La xarxa ha multiplicat els canals i ha obert una porta d'oportunitat als més petits, fins i tot als artistes que intenten comercialitzar la seva obra directament. D'altra banda, les crisis econòmiques, polítiques i climàtiques han anat escampant la falsa idea que l'art és prescindible; un luxe per a èpoques de vaques grasses. Cert tipus d'art era i serà sempre un negoci, però la volubilitat dels valors a l'alça d'un mercat boig i amb les cartes marcades ha fet tirar enrere els petits inversors. Pregunto en el meu entorn qui ha comprat recentment una obra d'art. Les respostes són aclaparadorament negatives. Cada cop costa més trobar persones benestants que (sense ser col·leccionistes) comprin art pel plaer de contemplar-lo i posseir-lo. Alguns confessen obertament que no tenen idea dels preus del mercat i no volen que els aixequin la camisa. «Qui em pot assegurar que un quadre que se m'ofereix per 1.000 euros en realitat no en val 100?» On és la vara de mesurar, el cànon?

Les galeries que s'han mantingut en aquest mar de tempesta han evolucionat cap a dos extrems. Al projecte kamikaze, purista, marcat per

uns criteris d'honestedat i gustos molt personals, s'hi oposa la galeria que busca el negoci, «l'aparador a comissió» que esmenta un dels articles del dossier, ja sigui des del consumisme més banal, convertint un centre expositiu en una mena de botiga de regals o *souvenirs*, o bé embolcallant-se d'elitisme o pseudoavantguardisme.

En l'art i en la literatura ha passat un altre fenomen: tothom vol ser creador. Han proliferat

els tallers d'escriptura, pintura i escultura. Ara bé, mentre que un escriptor ha de vendre la seva obra editada en forma de llibre, qualsevol pintoret pot encolomar una de les seves teles als amics. Això, que no és pas nou, ha fet que hi hagi una inflació d'obres de creadors diletants, tot i que avui el mercat no és tan receptiu com als anys setanta i vuitanta,

quan la compra d'art era un signe d'estatus per a les classes mitjanes, d'imitació d'una burgesia que al seu torn s'emmirallava en l'aristocràcia. La burgesia d'avui, podent lluir un bon *smartphone* i connexió a Netflix, ja no necessita ser il·lustrada. Han desaparegut col·lectius artístics que vehiculaven temes polèmics i la crítica combativa en general. Sota la idea perversa d'un mal entès pluralisme, es dilueixen les diferències i tot s'anivella i es deixata, quan justament el que cal en democràcia és fer emergir les diferències. Com que tot el que no té un rendiment econòmic immediat desapareix de l'esfera pública (la mercantilització de les societats de la qual ja parlava Marx), resulta que a botigues, fires i mercats de segona mà es poden trobar, a preus irrisoris, valuoses i interessantíssimes obres d'art que fa uns vint anys es venien per un milió de pessetes. Però això, millor que no ho digueu a ningú.



>> Galeria Miquel Alzueta de Casavells.  
(Autoria: TONI VILCHES)