



El mercat de l'art i la recerca en història de l'art

Des de temps remots, la possessió d'obres d'art —i de manera singular en el cas de les peces pertanyents a èpoques antigues i prestigioses— ha estat un factor de distinció social, un signe d'identitat de les elits dirigents de l'economia, de la política i de la cultura. Les obres d'art són una part essencial del botí de guerra des del món romà —recordem la cobejança de Verres blasmada de manera magistral per Ciceró— fins als nostres dies, amb la invasió de Kuwait per l'Iraq, passant per la immensa rapinya del botí napoleònic a Europa, que encara és a la base de bona part del patrimoni museogràfic de França. Les obres d'art, i de manera especial les de major raresa i qualitat, són i han estat sempre mercaderies valuoses. Aquesta és una realitat històrica permanent que ningú no aspira a canviar, encara que determinats països, el nostre entre d'altres, tinguin una legislació sobre el patrimoni que intenta protegir de l'especulació i de la incúria els edificis i monuments històrics catalogats, i també els béns artístics mobles més notables, establint unes determinades limitacions a l'exportació i venda incontrolada. La història de l'art té, o hauria de tenir, un paper protagonista en aquest procés de preservació patrimonial. Tot el que no és conegut i valorat, descrit i publicitat, difícilment pot ser preservat, en termes legals, però sobretot en termes de consciència social i cultural, un mecanisme genèric i imprecís, però que sovint resulta més pràctic i efectiu que no pas la simple prescripció d'unes lleis de difícil compliment.

En el marc d'una recerca historicoartística es dona amb freqüència que l'investigador s'ocupa directament o utilitza materials que són en col·leccions privades, és a dir, objectes o documents que en un moment o altre han passat pel mercat de l'art. De fet, la capriciosa sortida al mercat de les obres d'art és un moment propici per al seu estudi i catalogació. D'aquí la desitjable i necessària col·laboració que hi hauria d'haver entre els historiadors i els

professionals del mercat de l'art: les cases de subhastes, els galeristes i els antiquaris. No creiem que es tracti de plantejar ara cap mena de relació formal entre les diverses associacions dels professionals del mercat de l'art i les institucions que habitualment acullen els estudiosos de la història de l'art, la universitat i els museus d'art. Més aviat, el que hauríem de procurar és la creació d'un ambient i un clima que afavorís la desaparició d'una llarga tradició de recels mutus. En primer lloc, són conegudes les dificultats d'alguns joves historiadors davant del coneixement concret i material de l'obra d'art, un terreny on la familiaritat amb les peces és una escola constant de formació i on els anys d'ofici en el mercat són un valor indiscutible per als antiquaris veritablement experts. En segon lloc, és imprescindible que els agents del mercat, els venedors —i també els compradors— renunciïn a instrumentalitzar a curt termini la tasca de l'historiador reduint la seva funció a la de simple «certificador d'autenticitat» d'obres puntuals que són a la venda, mitjançant uns breus escrits que sovint són de dubtosa validesa científica i d'encara més dubtosa intencionalitat. Convé recordar que la història de l'art no s'ocupa només de classificar i inventariar correctament una peça; també es dedica a la recerca documental per tal de construir les biografies dels artistes; també s'han de fer catàlegs raonats, ultra els estudis històrics, estilístics i iconogràfics, etc. No sembla exagerat demanar als comerciants que documentin i facin fotografies de les peces més destacades que passen per les seves mans, que facilitin el lliure accés dels investigadors a aquests materials, i que, en general, ajudin a desfer el ridícul ambient de secretisme amb què envolten la seva relació amb els col·leccionistes clients seus, i que després aquests tendeixen a reproduir, com si aquesta noble afició fos una activitat vergonyant. Els protagonistes del mercat de l'art haurien d'assumir plenament, amb totes les conseqüències, el paper cultural que proclamen per a la seva activitat.

La proliferació de sales de subhastes a Madrid i a Barcelona en els darrers anys hauria d'haver contribuït a fer més transparent el mercat, però la seva falta d'especialització, la manca quasi general de veritables experts en el departament d'admissió de peces, i el ritme frenètic de catalogació i vendes fan que el venedor-cedent i el comprador corrin en aquest procés tota mena de riscos innecessaris. Tot i que hi ha algunes excepcions destacades, en general, el que ens queda com a documentació d'aquesta activitat, els catàlegs de vendes en subhasta i en gale-

ria, a penes són aprofitables pel seu material gràfic. Fer les coses més ben fetes segurament tindria uns costos més elevats, de personal i d'edició, però potser a un termini mitjà serviria per augmentar l'afició col·leccionista i per dinamitzar el mercat. El model d'altres països propers ens indica la conveniència de millorar substancialment la qualificació dels professionals de les cases de subhastes per tal de fer que el treball al mercat com a expert, el treball de conservador en un museu, i fins i tot el de docent a la universitat puguin ser puntualment intercanviables i sempre complementaris i comunicats entre si.

Un altre aspecte important que convé tenir molt present és l'enorme responsabilitat del mercat de l'art en relació amb la conservació material de les peces. És òbvia i de gran utilitat la tasca de consolidació, neteja i preservació de les peces que els antiquaris confien als professionals de la conservació-restauració. Ja han passat sortosament els temps de les «restauracions» abusives i cosmètiques que perseguïen per damunt de tot la reintegració, però encara ara es tendeix a sotmetre les peces a les modes conjunturals del mercat i del gust, i molt rarament es documenta el procés d'intervenció i es facilita el corresponent informe tècnic al client, mentre que aquesta pràctica és normativa en el cas de les intervencions encarregades pels organismes públics.

En darrer lloc, creiem que convé recordar un cop més que la responsabilitat del mercat de l'art amb el nostre patrimoni moble no es limita a fer «natural» i plàcid el trànsit de les obres d'art que passen d'unes mans a unes altres, sinó que aquest hauria d'ajudar en certa manera al progrés de la història de l'art, i no només fer un ús puntual d'alguns historiadors de l'art per classificar determinades peces singulars. De la mateixa manera que les grans empreses inverteixen en I + D —sovint més enllà de l'aplicació tècnica i comercial de determinats productes—, convé que el mercat de l'art, certament molt més dispers que la gran economia productiva, però també amb un volum econòmic molt considerable, assumeixi un cert grau de compromís en el progrés del coneixement del nostre patrimoni, i en la defensa i promoció de la història de l'art. El camí ha estat apuntat amb la tasca de mecenatge editorial que practica la jove Fundación de Apoyo a la Historia del Arte Hispánico, a Madrid; falta, però, que hi hagi altres iniciatives potser més puntuals i concretes —com ara la promoció d'estudis mitjançant beques o ajuts—, on la participació dels agents del mercat de l'art sigui clarament visible.