
Els marxants d'art i l'espai urbà. Una anàlisi sociològica del mercat de l'art a Barcelona

Joaquim Rius Ulldemolins

Introducció

L'espai, un element molt present en el món de l'art però poc estudiat

A una gran ciutat hi ha llocs per a tot: també hi ha els seus racons que veuen tenyida la seva imatge per quelcom tan especial com l'art. Però... Perquè les galeries d'art estan concentrades en certs carrers de les ciutats? Perquè segons els barris també varia l'art exposat? Com es pot entendre aquesta moda dels barris artístics? Una paraula que suscita l'atenció a polítics, gestors culturals, joves creadors o investigadors socials.

Les referències a l'espai són d'ús corrent a les narracions de la història de l'art: tal artista vivia a tal zona, tal grup va redactar un manifest a tal cafè¹. Aquestes descripcions doten de valor simbòlic el lloc, el carrer, la ciutat, etc. No obstant això, rarament la historiografia de l'art ha utilitzat l'espai com a un element d'anàlisi del món artístic².

1. Un exemple entre molts possibles: al llibre d'Hervé Gauville sobre els grups artístics de la postguerra hi podem trobar, amb referència al grup COBRA: *C'est pourtant à Paris, au Café Notre Dame, que le mouvement est fondé, le 8 Novembre 1948* (Hervé Gauville, *L'art depuis 1945. Groupes et mouvements*, Hazan, 1999, pag. 64). A més, dues pàgines abans, apareix una foto que ocupa tota la plana del Café Notre Dame.

2. Una de les poques excepcions és l'important treball de dos historiadors de l'art italians, Enrico Castelnuovo i Carlo Ginzburg, "Centro e periferia" a *Storia dell'arte*

Per altra banda, la literatura del món de l'art, les revistes o les guies, donen moltes informacions sobre els territoris actius artísticament, els barris de galeries i els seus moviments. Totes aquestes informacions han estat recollides en algunes anàlisis de la sociologia de l'art però no se n'ha fet un estudi sistemàtic sinó que ha servit usualment per a contextualitzar els estudis o com un element més.

La investigació sobre els marxants d'art a Barcelona

El treball és el resultat de dos anys d'investigació. El primer any vaig dedicar-lo a la recerca més de tipus teòric, al Centre de Sociologie des Arts (EHESS-Paris) en el marc de un Diplôme d'Études Approfondies, sota la direcció de Pierre-Michel Menger. I en el segon any vaig realitzar el treball de camp, emmarcat en la investigació *La dinàmica cultural barcelonina*, duta a terme pel Centre d'Estudis de Sociologia de l'Art i la Cultura (Universitat de Barcelona) al qual pertanyo i dirigida per Arturo Rodríguez Morató.

En aquest article ens proposem entendre la distribució espacial de les galeries d'art a la nostra ciutat, Barcelona, i intentarem destacar la utilitat d'aquesta anàlisi per tal de comprendre la professió de marxant i el funcionament del món artístic en general. D'entrada però començarem per repassar quines pistes ens han donat els autors «clàssics» de la sociologia de l'art per a comprendre aquest fenomen i com ho han utilitzat per comprendre el mercat de l'art, els seus diferents segments, la professió de galerista i l'ús estratègic que fan aquest col·lectiu professional de l'espai urbà.

La sociologia de l'art i l'espai

Caricaturitzant una mica l'article de Pierre-Michel Menger, podem dividir la sociologia de l'art en dos grans corrents: la sociologia estructuralista (encara que ell l'anomena determinista) que estudia l'art com una espai social autònom que es regeix per unes oposicions (bàsicament, art pur *vs.* art comercial, art jove *vs.* art consagrat) i el corrent *interaccionista* que se centra més en les normes que regeixen el mercat i les professions artístiques. Les dues han pres en consideració la distribució espacial del món artístic encara que, com cal suposar, de manera diferent.

italiana (1979) . Castelnuovo i Ginzburg revisen críticament la història ja que s'ha escrit des del punt de vista dels centres artístics i oblida tota la resta de zones, a la Itàlia que va des de l'Edat Mitjana al Segle XIX. Els dos autors han descrit brillantment el paper de les perifèries i les estratègies dels artistes que s'hi trobaven per tal de construir-se un estil, una carrera i defensar-se de la dominació simbòlica.

El corrent estructuralista: l'escola bourdiniana

Per començar parlarem de Christophe Charle (1998), que estudia el camp literari seguint el marc teòric de Baourdieu, a finals del segle XIX a París. I per fer-ho utilitza la geografia. La distribució espacial dels escriptors, les editorials i els diaris correspon a la estructuració per subcamps del món artístic (pol comercial-pol artístic, avantguarda consagrada-avantguarda jove), que a la vegada correspon a l'estructuració social de l'espai:³ els escriptors consagrats viuen a les zones burgeses i els escriptors d'avantguarda a les zones intel·lectuals de la ciutat. Alhora els canvis de domicili són un bon indicador de la consagració dels escriptors.

Pierre Bourdieu (1977 i 1995) teoritza l'estructuració dels camps culturals i del camp artístic i remarca que la ubicació geogràfica dels actors d'aquests camps respon a la seva pertinença a un o altre subcamp de la producció artística. Segons aquest sociòleg francès hi hauria una oposició entre dues zones, representades a París per la rive gauche i la rive droite, que respondria a l'oposició entre el pol d'art comercial i el pol avantguardista⁴. Però, a més, les zones del mercat cultural quedarien simbòlicament connotades, per la qual cosa la zona envelliria i els nous creadors, els «pretendents», buscarien noves zones per desenvolupar nous estils. I, en definitiva, quedarien també diferenciades espacialment el pol de l'avantguarda consagrada i el pol de l'avantguarda emergent.

El corrent interacionista: la sociologia del mercat de l'art de R. Moulin

Dintre aquest corrent, a part del treball fundador de Howard Becker (1988), trobem una figura clau per al nostre treball: Raymonde Moulin (1983 i 1992). En el seu primer llibre, la investigadora francesa, encara que sigui de forma no sistemàtica, ens dóna valuoses pis-

3. En el mateix número de la revista *Actes de la Recherche en Sciences Sociales* apareixia un article de Pierre Bourdieu (Bourdieu, 1977) que després reutilitzarà en un llibre de recent publicació (Bourdieu, 1995), en el que teoritza l'esquema abans presentat plantejant la utilitat i els límits d'una aproximació geogràfica al món de l'art: "Le fait que les positions et les oppositions constitutives des différents champs se manifestent souvent dans l'espace ne doit pas tromper: l'espace physique n'est que le support vide des propriétés sociales des agents et des institutions qui, en s'y distribuant, en fait un espace social, socialement hiérarchisé." Pierre Bourdieu, 1977.

4. Segons l'esquema de Bourdieu: "L'opposition entre le *commercial* et le *non commercial* se retrouve partout: elle est le principe générateur de la plupart des jugements qui, en matière de théâtre, de cinéma, de peinture, de littérature, prétendent établir la frontière entre ce qui est art et ce qui ne l'est pas, c'est-à-dire pratiquement entre l'art *bourgeois* et l'art *intellectuel*, entre l'art *traditionnel* et l'art d' *avant-garde*". Pierre Bourdieu, 1977, pag. 10.

tes per entendre la distribució urbana de les galeries d'art i de les raons dels marxants d'art per a elegir un lloc o un altre per a establir-se.

Quan als annexos de la seva gran obra, *Le marché de l'art en France* (Moulin, 1983), presenta un mapa de la situació de les galeries a París, s'observa que les galeries estan concentrades en certs barris i que, les més importants, també s'agrupen⁵. Segons aquesta investigadora, la concentració s'explicaria per una adaptació a la demanda; els clients estarien molt dispersos i el fet d'estar en una mateixa zona augmentaria alhora les possibilitats d'atraure compradors eventuals. Però si només es tractés d'això, perquè no totes les galeries estan concentrades en un mateix lloc? La hipòtesi econòmica no resol la incògnita. En una altra part del llibre però, quan parla dels marxants d'art, observa que aquests professionals no tenen el mateix comportament segons la zona en què estan i la posició que ocupen dins la jerarquia del mercat de l'art⁶. És l'espai una jerarquia dins el mercat de l'art? I com interpretar per tant la localització escollida pel marxant. Moulin observa (com C. Charle ho fa en el cas dels escriptors —Charle, 1998—) que en el desenvolupament normal de la carrera professional de marxant, aquest canvia varies vegades de lloc i així es consolida com a professional⁷. Del que diu Moulin se'n poden extreure tres conclusions importants per a la nostra anàlisi: A / La posició dins l'espai urbà del marxant identifica la seva posició dintre el mercat de l'art, B / El canvi d'espai ve possibilitat per un augment de l'estatus professional, lligat alhora amb l'augment de la reputació artística i C / Aquest canvi de localització contribueix a definir una jerarquia d'espais del mercat de l'art⁸.

5. A la presentació del mapa Moulin es lamenta de no poder distingir entre tipus de galeries d'art (més enllà de distingir entre les associades o no associades). Per a aquesta investigadora, per tant, la representació no és una tipologització (o almenys és insatisfactòria). I la utilitat principal és: "(...)exprimer la densité du commerce d'art par quartier. La localisation du commerce de tableaux se situe dans la tradition la plus ancienne du négoce de l'art et les marchands ne cherchent pas à se prémunir contre la concurrence locale qu'ils estiment au contraire bénéfique; la clientèle étant dispersée, le monopole locale n'offre pas d'intérêt; la concentration augmente au contraire les chances d'attirer les acheteurs éventuels". Raymonde Moulin, 1983: 515.

6. "(...) le comportement du marchand n'est pas la même selon la place occupée pour la galerie dans la hiérarchie du marché, selon sa localisation et son *standing*." Raymonde Moulin 1983: 142.

7. "Le marchand accompagne pas à pas ses peintres, accepte éventuellement une commandite extérieure qui lui permet s'élever dans hiérarchie économique, change d'abord de local, puis de quartier, devient un grand marchand au fur et à mesure que ses peintres deviennent célèbres et vieillit avec eux." Raymonde Moulin 1983: 147.

8. És molt reveladora en aquest aspecte la narració que fa Assouline (1988) dels començaments de la carrera de marxant de Kahnweiler (el marxant cubista per excel·lència): "Seconde étape: trouver une *boutique* pour y installer la galerie. (...) Il faut

El món de l'art a l'època de la globalització i la institucionalització

Al segon gran treball sobre el mercat de l'art publicat per Moulin el 1992, *L'artiste, l'institution et le marché* (op. cit) els canvis ocorreguts en l'esfera artística, l'emplaçament més central de la cultura a la societat actual i l'augment del consum cultural, la institucionalització de l'art i la globalització del mercat artístic, fan aparèixer noves reflexions sobre l'art i l'espai. Sobretot, cal dir que la distribució de les galeries esdevé als ulls de tothom, i de l'investigadora també, més problemàtica. Entre els dos treballs, el dels anys seixanta i aquest publicat als noranta, hi ha hagut canvis molt importants al món de l'art com el canvi de la capitalitat del món de l'art (que passa de París a Nova York), la creació del SoHo a Nova York i la seva importació a París, el Marais.

En aquest temps el mercat de l'art es torna molt més dinàmic i s'adopta el model d'organització de l'espai novaiorquès, els trasllats massius de galeries i la seva concentració en barris artístics. En aquest sentit el mercat de l'art es fa molt més gran, es diversifica en molts més segments de mercat (de preu i reputació molt diversos) i apareixen moltes més zones en el mercat de l'art⁹. El fenomen més singular però, tal com observa Moulin (opus cit), és l'aparició a partir dels anys setanta dels barris artístics on creació i difusió artística coincideixen¹⁰.

être rive droite. Question de standing. Louis Vauxelles connaît bien son monde. Il assure lorsqu'un marchand passe de la rive gauche à la rive droite, c'est signe qu'il monte. Cette évolution géographique a son importance dans une profession où la réputation précède la cote. Le quartier de la Madeleine étend ses bras assez loin. La rue Laffitte est traditionnellement la rue des marchands de tableaux. On ne dit pas: je vais faire le tour des galeries, mais: je vais faire rue Laffitte. (...) Kahnweiler apprend vite. Il réalise tout de suite que la rue Laffitte et la rue Le Peletier datent déjà, qu'elles sont très connotées aux couleurs du XIX siècle. Bernheim Jeune et Druet se sont installés non loin de la Madeleine. Ce sera là, le centre. Pierre Assouline, 1988, 57-58."

9. "On peut distinguer, très schématiquement, quatre quartiers de l'art: celui dit *Rive droite* et celui dit *Rive gauche* auxquels se sont ajoutés plus récemment les quartiers *Beaubourg* et *Bastille*. De fait, aucun de ces quartiers ne coïncide pas avec un segment précis du marché. Certes, le quartier rive droite, dans la mesure où il est perçu comme limité au secteur *Matignon-Saint-Honoré* et celui de *Beaubourg* dans la mesure où il est identifié à l'institution sont affectés chacun d'une image sociale forte, opposant la tradition de l'École de Paris aux avant-gardes internationales." Moulin, 1992: 186.

10. "Au cours de l'après guerre, et jusqu'à la constitution du quartier Bastille, la carte de production artistique et celle de sa diffusion ne concidaient pas —le commerce de l'art occupait des lieux centraux et les ateliers d'artistes étaient localisés à la périphérie. Dans le quartier Bastille, les artistes ont été les premiers à s'installer dans les "lofts" et à organiser des manifestations *ateliers portes ouvertes*." Moulin, 1992:188.

Un dels fenòmens que va correlacionat amb l'adopció del model novaioarquès d'organització de l'espai artístic és que els desplaçaments interzonals dels marxants ja no es deuen només a la carrera típica ascendent dels marxants, sinó que els desplaçaments poden ser deguts a la voluntat d'estar a la «cresta de l'onada»: els trasllats ja no solament es donen entre marxants en procés de consolidació sinó que els que estan consolidats o fins i tot els que tenen una posició dominant dins el mercat també es traslladen. Aquest canvi es dona en el context d'un mercat en contínua expansió i més inestable, en el qual s'ha canviat de paradigma en el mercat artístic i en el tipus de marxant. S'ha passat de la creença en l'eternitat de l'art del segle XIX i primera meitat del XX a la que es basa en el «remolí innovador perpetu»¹¹.

Galeries d'art i espai urbà

El naixement del sistema marxant

Com sabem, la figura del marxant modern neix a mitjans del segle XIX tal com descriuen els White (White, 1991) en el seu llibre sobre el pas del sistema acadèmic al sistema de mercat. A partir d'un anuari de l'època, fan un comentari de quin devia ser el mapa de galeries a París¹²: la situació descrita és d'un mercat de l'art concentrat, on la meitat de les galeries estan entorn la mateixa zona de la rive droite, un barri habitat per la burgesia. Però també hi ha altres focus: al costat del Sena, a la rive gauche. I dos altres a Montmartre i a Luxemburg. Podem parlar, per tant, d'un mercat jerarquitzat i relativament centralitzat però multipolar també. A finals de segle la situació segueix essent la mateixa però hi ha hagut un petit desplaçament a

11. "Les entrepreneurs *nouveau style* se distinguent des pères fondateurs (Paul Durand-Ruel, Ambroise Vollard ou Daniel-Henry Kahnweiler) non seulement par un usage différent du temps mais par des nouvelles relations avec les artistes, les instances culturelles et le public. C'est l'opposition entre deux conceptions du marché, l'une fondée sur l'éternité de l'art et l'autre sur le *tourbillon innovateur perpétuel*." Moulin, 1992: 46.

12. "Il est néanmoins possible de se faire une idée du nombre des établissements et de leurs emplacements à partir d'une liste dressée en 1861. Selon cette source, il y avait à Paris cent quatre marchands. Munis de leurs adresses, et à l'aide d'un Plan du Paris de 1861, nous nous sommes aperçus qu'environ la moitié d'entre eux étaient groupés dans un demi-cercle qui allait de la rive droite de la Seine, près du Louvre et des Tuilleries, au quartier situé au nord de l'Opéra. Un bon nombre étaient installés rive gauche, en particulier sur les quais qui bordent le fleuve près de l'Institut. On trouvait également des marchands concentrés à Montmartre et à La Chapelle, au nord de Paris, et au Sud, dans le quartier Luxemburg". White, 1991: 103.

causa de la transformació urbanística, social i comercial que ha sofert París.

El naixement de l'ordre modern

Aquesta situació canviarà amb la irrupció de les avantguardes que buscaran, entre altres coses, autonomitzar-se del mercat (Bourdieu, 1995), cosa que generarà una divisió en tots els sectors culturals. Una oposició estructural, social i simbòlica que es traduirà en una oposició espacial¹³.

Cal fer ressaltar el fet que a una autonomització de l'economia, de la demanda també li correspon una autonomització espacial: alguns marxants s'allunyen de les zones burgeses o de comerç tradicional per instal·lar-se a una zona on no estigui barrejat amb altres activitats comercials. Una zona que sigui definida pel seu caràcter artístic. La distància ideològica i estètica respecte al mercat es tradueix en una distància física. Aquesta serà el caràcter de la *rive gauche*¹⁴. L'oposició *rive gauche/rive droite* es desenvolupa al període d'entreguerres. Aquest representava en aquells moments, segons Raymonde Moulin, la franja avançada de mercat (Moulin, 1992: 187). Estem doncs davant d'un model de mercat bipolar. És el que anomenarem ordre modern.

Canvi de paradigma: Nova York i el naixement dels barris artístics

La postguerra portarà, com es ben conegut, un canvi també en la capitalitat mundial del món de l'art que es desplaça a Nova York. Allà, després de l'efervescència neoexpressionista, als anys seixanta, amb el sorgiment de Fluxus i el pop, apareix un nucli residencial d'artistes en un barri anomenat SoHo. El barri es convertirà sobretot a principis dels setanta en un nucli d'atenció pública (polítics, premsa, intel·lectualitat) i alguns marxants voldran aprofitar aquest element per a instal·lar-se allà, amb la qual cosa amplificaran el fenomen. Segons Simpson (1981) el SoHo veurà néixer un nou tipus de galeries,

13. "(...) las divisiones fundamentales del espacio de posiciones (por ejemplo (...) arte "puro"/arte comercial, bohemio/burgués, *rive gauche/rive droite*) (...)" Pierre Bourdieu, 1995: 351.

14. L'oposició *rive gauche/rive droite* es manifesta a partir de la primera exposició surrealista organitzada el 1925 per la galeria Pierre Loeb, al número 2 del carrer des Beaux-Arts. L'aparició del nucli de galeries a la *rive gauche* està molt relacionat amb el fet que allí hi va haver-hi un gran ambient intel·lectual i literari. Tal com es descriu al llibre *Rive gauche* (Lottman, 1981) hi ha un sèrie de llocs que van ser cèlebres successivament com els cafès de Montparnasse als anys trenta, i els de Sant-Germain-des-Près als anys posteriors a l'Alliberament.

que busquen una nova manera de comercialització de l'art, diferent a la típica galeria de la zona alta de la ciutat. Sembla que es repeteixi el sistema d'oposicions parisenc entre *rive gauche/rive droite*, però en realitat és molt diferent per tres raons: a) es tracta d'un fenomen artístic molt lligat a un procés de canvi d'ús d'una zona, l'anomenada regeneració urbana, que desencadena alhora un procés d'especulació immobiliària, b) per primera vegada, en un mateix espai es juxtaposen tallers d'artistes i galeries comercials, i c) apareix un nou tipus de galeries (Simpson, 1981) i, a més, les galeries líders es traslladen des d'uptown al SoHo, que esdevé, aleshores, el centre del mercat artístic novaiorquès i, per extensió, mundial. Es trenca, així, l'esquema d'oposició bipolar i, encara que no totes les galeries estaran al SoHo, aquest esdevindrà un nou centre indiscutit¹⁵.

Anys després però el SoHo morirà d'èxit i, a mitjans dels anys noranta les galeries es tornen a traslladar vers el barri industrial de Chelsea. I també les galeries «dominants» es veuen obligades a seguir aquest moviment si no volen perdre la seva posició dins el mercat de l'art¹⁶. Paral·lelament, aniran apareixent altres zones artístiques alternatives, com el Willinsburgh, al Brooklyn¹⁷.

S'està constituint, com hem pogut veure, un mapa multipolar on els barris artístics s'ordenen de més joves a més vells, on hi ha una forta competició entre zones, però no una oposició clàssica entre barris artístics. I a on sembla que s'ha iniciat un cicle ràpid de utilitza-

15. El conegut i important marxant d'art Leo Castelli (que va representar Warhol i a Basquiat), com en moltes altres coses, és un cas representatiu d'aquest moviment: va obrir la seva galeria a la zona d'uptown, però a principis dels anys 70 va emigrar cap al SoHo, on va estar-s'hi mentre durava la seva ascensió i esplendor, fins que a principis dels anys noranta, el seu retorn a uptown ha oficialitzat la decadència del barri.

16. No obstant això, el retorn a uptown de Castelli no és la trajectòria més típica: una altra figura llegendària del galerisme novaiorquès, Ileana Sonnabend (precisament, l'exdona de Castelli), simbolitza un nou capítol de desplaçaments en el centre del mercat mundial. Instal·lada al SoHo des de fa dècades, allà va ajudar a fer carrera a artistes pop i conceptuals avui molt reputats. Però no obstant el prestigi adquirit en aquest temps com a professional, no obstant el símbol que representa la seva galeria i contra el que ella mateixa preferiria, ha hagut de marxar del SoHo per traslladar-se a Chelsea, el nou centre galerístic de Nova York. "Ahora mismo la situación se ha dividido. SoHo está lleno de vida y Chelsea todo lo contrario. Espero que esta situación cambie. En este punto, parece más probable que la vida llegue a Chelsea que el arte vuelva al SoHo".

Ileana Sonnabend, entrevista a *El Periódico del Arte* n.º 14 (agost-setembre 1998): 37.

17. "Willinsburgh (una zona de Brooklyn) se ha convertido en una de las zonas de más vitalidad para el arte y los artistas jóvenes de la ciudad de Nueva York. Los vecinos la llaman "la nueva bohemia". No sólo hay muchas galerías, espacios alternativos, bares, cafés, sino que también encontramos allí la mayor concentración de jóvenes artistas internacionales de EEUU." *El Periódico del Arte* n.º 28 (deseembre 1999): 47.

ció, de «consum» podríem fins i tot qualificar, de l'espai: s'arriba a un lloc amb possibilitats, es dóna a conèixer i s'explota i, finalment, s'abandona per un altre de més nou i més adequat, per tornar a iniciar el cicle. Podríem dir que s'ha passat del sistema d'ordenació «modern» de l'espai, amb una relativament estable estructura d'oposicions, per entrar en un model que adjectivarem com a «postmodern», on hi ha un consum ràpid i un cicle circular en la utilització de l'espai per part del mercat artístic. Hem de dir, però, que aquest moviment és símptoma d'un mercat molt dinàmic i d'una professió amb una gran capacitat econòmica i simbòlica per adaptar-se als canvis, capacitats que, com veurem quan analitzem el mercat barceloní, no es donen a tot arreu.

La reformulació europea dels barris artístics

A París els marxants imiten el comportament novaiorquès creant un nou barri de galeries conjuntament o instal·lant-s'hi de nou. Es tracta com el SoHo d'un barri en plena efervescència cultural, lligat a nous estils de vida, en el centre de la ciutat i en un procés de regeneració urbana i especulació immobiliària. Amb una gran diferència: en aquest cas el procés el desencadena l'acció pública, per la posada en marxa d'una institució que, com diu Vera Zolberg (1993), institucionalitza allò que és nou, crea un pol per als altres actors del món artístic i dota d'un determinat contingut simbòlic la zona. El resultat és un barri artístic creat des de dalt però amb la participació dels agents privats del món de l'art i de la societat parisenca que, en comptes de buscar la llunyania de les altres esferes socials, en busca la proximitat passant de l'esquema modern de l'autonomia al postmodern de l'adaptació i implicació amb la història i la vida social general.

Els desplaçaments cap al Marais s'han donat sobretot en els barris on es trobaven les galeries de l'art contemporani, o sigui, la rive *gauche*. L'efecte d'atracció de les institucions artístiques (el Beaubourg i també, després del 85, el Museu Picasso) cal entendre'l com a producte de la importància creixent que, a partir dels anys seixanta, ha tingut la política cultural¹⁸. Política que a partir dels anys vuitanta fa un salt quantitatiu i d'orientació (Urfalino, 1996). En efecte, la proximitat geogràfica permet una col·laboració simbòlica entre institució i sector privat (almenys en la percepció del públic)

18. "L'attrait exercé aujourd'hui sur les marchands par le musée est lié au nouveau rôle joué par les institutions culturelles. La récente complémentarité du musée et du marché dans la promotion des artistes est confortée par la proximité des lieux. Raymonde Moulin: 1992: 187.

però també pràctica: és freqüent la concurrència de diverses exposicions d'un mateix artista i, per descomptat, l'efecte d'atracció de públic i la formació d'un recorregut artístic que beneficien sobretot la galeria encara que també el museu.

Els marxants d'art barcelonins i l'espai urbà

Breu historia de les galeries barcelonines

A. Les galeries barcelonines: naixement a Ciutat Vella i extensió cap al nord

Arribats a aquest punt farem un breu repàs històric del desenvolupament del mercat de l'art a Barcelona, descrivint les successives etapes per les quals ha passat i tenint cura especialment de descriure els escenaris d'aquesta història i l'estructuració espacial que s'observa del món artístic. Barcelona, ciutat perifèrica i pionera en l'art, veu néixer la primera galeria a l'Estat espanyol a finals del segle XIX, la Sala Parés, situada al Barri Gòtic, el cor antic de la ciutat¹⁹. A principis del segle XX, la modernitat artística arriba a la Ciutat Comtal de la mà d'un marxant pioner, Josep Dalmau, que porta a la seva galeria grans artistes de les primeres avantguardes²⁰. Pel que fa a la

19. La Sala Parés tindrà un paper molt rellevant durant els seus primers quaranta anys de vida en la comercialització, difusió de l'art català i el desenvolupament d'un col·leccionisme local. La gran acollida del públic li va permetre el 1884 engrandir l'espai i construir una sala amb llum zenital, que es va inaugurar amb tota solemnitat davant les autoritats locals i estatals. Per altra banda, les tertúlies de la Sala Parés (amb la participació de pintors tan carismàtics en l'escena artística local com Brull, Masriera, Nonell o Meifrén) centraven la vida artística barcelonina. El conegut pintor modernista Ramon Casas va ser un dels puntals de la casa. I el 1901 va exposar juntament amb aquest, i per primera vegada, un jove pintor que firmava Pablo Picasso. Les exposicions més permanents foren les de Santiago Rusiñol i l'escultor Clarasó.

20. Josep Dalmau (Manresa, 1867-Barcelona, 1937), originari de Manresa, simbolitzarà el risc i l'aventura per l'art a Barcelona com ho va representar Kahnweiler per Paris (Assouline, 88). Resideix a Paris cinc anys (del 1900 al 1905) i de tornada Dalmau obre una galeria el 1906 (un any abans que l'esmentat marxant parisenc) al carrer del Pi, al Barri Gòtic. Serà però sobretot en la que inaugura a Portaferriça, 18 (també al Gòtic) el 1910, o en la que va obrir al Passeig de Gràcia (Eixample) el 1923 i que mantingué fins al 1930 (any en què esdevingué director artístic de la Llibreria Catalònia) quan aquest marxant introduirà l'art cubista, l'art provinent del centre artístic mundial, Paris. Exposarà per primera vegada Miró i serà el marxant i amic de grans dels artistes d'avantguarda. Tal com recorden encara avui en dia els marxants d'art barcelonins, Dalmau va portar molts dels artistes que després han estat cabdals per a la història de l'art modern. No obstant això, la majoria de les teles van haver de tornar al seu origen ja que el col·leccionisme català era molt conservador.

qüestió geogràfica, cal fer ressaltar que Dalmau mostra una tendència que després serà general en el galerisme barceloní que consisteix a deixar el Barri Gòtic, l'antiga zona comercial, i instal·lar-se a l'Eixample, la nova zona de residència burgesa, nova i moderna per la època, i que aleshores començava a ser nucli de comerços de luxe. I també inaugura a Barcelona un paradigma de carrera, el modern, segons el qual a mesura que es va progressant en la carrera professional s'abandonen les zones antigues, barates i «bohèmies» per instal·lar-se en les zones més respectables, cares i burgeses. Segons la crítica d'art Pilar Parcerissas (1991) als anys trenta ja funcionaven moltes altres galeries a Barcelona i se situaven sobretot en l'eix del comerç de luxe de Barcelona, el passeig de Gràcia.

B. El naixement del centre galerístic: l'art modern, centre del mercat, centre de la ciutat

No serà però fins als anys cinquanta, passada la sotragada política, econòmica i intel·lectual de la Guerra Civil, que renaixerà el galerisme a la ciutat. Podem destacar dos elements d'aquest creixement: les galeries s'escampen per la ciutat (sobretot, vers el nord-oest, la nova zona alta de la ciutat) i, alhora, es forma un primer nucli de galeries: el Consell de Cent, que serà el centre galerístic de Barcelona fins a l'actualitat. Allà s'hi instal·laran galeries d'orientació avantguardista com la Galeria Gaspar, la Galeria Belarte o la Galeria René Metras. La inauguració d'aquesta última galeria va tenir molt ressò a l'escena cultural barcelonina. Un periodista escrivia que «El señor Metras en su galería blanca y modernísima piensa enarbolar la bandera del arte más avanzado»²¹. La premsa destacava el fet de la presentació de la galeria, el blanc de museu, d'acord amb la concepció expositiva moderna de moda fora del nostre país. I també es fixa en el «nou» (a la ciutat, no tant «ailleurs») comportament de les galeries de buscar la proximitat i de no buscar el monopoli local, com diu Moulin (1981), dedicant-se com ho fan a un «producte semblant» i a un mateix segment de consumidors. Seguint amb el mateix article: «Unas nuevas galerías en la calle Consejo de Ciento. Casi contiguas a la Sala Gaspar, que hasta ahora era el baluarte de las nuevas tendencias. —Van ustedes a entablar competencia? —le pregunto al señor René Metras, director de la flamante galería.— De ningún modo. La vitalidad artística barcelonesa es suficiente para varias galerías —me contesta».

El que per a l'articulista és interpretat des d'un raonament econòmic clàssic o de sentit comú, establir-se al costat és fer competència, és només la imitació d'un model existent a París i a altres grans

21. Sempronio, "La semana en libertad" a *Destino*, 1-12-1962.

ciutats des de feia quasi un segle. Les galeries es concentren a un carrer específic sense que això semblés afectar-les negativament sinó ben al contrari. És cert que a Barcelona hi havia hagut ja una petita concentració de galeries, al passeig de Gràcia. Però això no cridava l'atenció ja que es trobaven en un carrer molt ample i barrejades entre altres comerços de luxe, i la seva oferta era més heterogènia, més enfocada a una demanda àmplia com és la de l'art més tradicional que no pas la del públic reduït i localitzat socialment de l'art d'avantguarda. En canvi, Consell de Cent és un carrer normal de l'Eixample, relativament apartat de les rutes de pas de la ciutat com hem dit, i dues galeries al mateix tram del carrer semblava als observadors de l'època no sols exòtic sinó l'inici d'una lluita darwinista. En definitiva, el sorgiment d'un, encara que petit, nucli de galeries avantguardistes significa l'arribada tardana de la modernitat al mercat de l'art barceloní, d'una autonomització social i geogràfica alhora.

Estructura espacial i dinàmiques postmodernes del mercat de l'art contemporani barceloní

Creixement i extensió del mercat de l'art barceloní

Podríem resumir les transformacions del mapa galerístic dels últims quaranta anys a la ciutat amb tres elements: 1) Hi ha hagut un gran creixement del mercat de les arts plàstiques i, correlativament, una multiplicació del número de galeries. S'ha passat de 37 galeries el 1962 (segons el cens elaborat per Milagros Torres, 1993) a 140 galeries l'any 2000 (segons el cens que hem elaborat). El nombre de galeries instal·lades a la ciutat de Barcelona s'ha multiplicat gairebé per quatre. 2) Les galeries d'art s'han escampat per moltes zones de la ciutat. Menys als districtes més obrers i populars²², com podem veure al quadre següent, hem trobat 21 galeries d'art a Sarrià-Sant Gervasi, 7 a Gràcia, 65 a l'Eixample i 47 a Ciutat Vella (de les quals, 18 al Barri Gòtic, 16 al Born i 13 al barri del Raval). Si ho comparem amb la situació de l'any 1962, observarem que el nombre de galeries ha crescut a tots els districtes a

22. Ens referim als districtes de Horta-Guinardó, Nou Barris, Sant Andreu, Sant Martí, que tenen un dels Índexs de Capacitat Econòmica Familiar (ICEF) més baixos segons el Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona (2000). L'excepció és Ciutat Vella que, tot i ser el districte amb l'ICEF més baix de la ciutat compta amb nombroses galeries d'art. Fet que s'explica per raons històriques (és el centre històric de la ciutat) i pel fenomen dels barris artístics, animats alhora pels processos de regeneració urbana en marxa des dels anys vuitanta i que explicarem més endavant.

Quadre
Distribució de les galeries per districte. 1962 i 2000

Zona	Any 1962		Any 2000	
	Nombre	%	Nombre	%
Sarrià-Sant Gervasi	7	18,9	21	15
Gràcia	–	7	5	
Eixample	24	64,9	65	46,4
Ciutat Vella	Barri Gòtic	5	18	12,9
	Born	1	16	11,4
	Raval	–	13	9,3
Total	37	100	140	100

Font: Milagros Torres, 1993 i elaboració pròpia per les dades de 1962. I dades d'elaboració pròpia pel 2000.

on abans ja n'hi havia: a Sarrià-Sant Gervasi s'ha passat de 7 a 21 galeries, a l'Eixample de 24 a 65 (el creixement més fort en termes absoluts), al Barri Gòtic de 5 a 18 i al Born d'una sola a 16. I han aparegut galeries a barris on no n'hi havia ni una com Gràcia i el Raval. És el fenomen dels barris artístics del qual parlarem a continuació.

L'art nou a Ciutat Vella: dinàmiques postmodernes i institucionalització

Ja als anys seixanta, tres anys després de l'obertura del Museu Picasso de Barcelona es va instal·lar al mateix carrer la Galeria Maeght²³, que va suposar la primera galeria d'art contemporani a Ciutat Vella. Però el fenomen de la baixada de l'art nou a Ciutat Vella comença realment amb el fenomen del Born. Són anys de consolidació de la democràcia i d'eufòria econòmica i el mercat de l'art barceloní bull i es mou. Dins el món de l'art i a la premsa local es parlava del SoHo barceloní. No obstant això, amb la crisi de principis dels noranta la zona va patir una forta crisi i el focus d'atenció artística i mediàtica va passar al Raval²⁴.

23. La Galeria Maeght de Barcelona, dirigida per Aimé Maeght (Lilla 1906 - Sant Pau de Vença 1981), que va ser el marxant de Chagall, Calder, Bazaine, Chillida i dels artistes catalans Miró i Tàpies. La Galeria Maeght de Barcelona és germana de l'altra galeria oberta per aquest marxant l'any 45 a la rue du Bac, en ple cor de la *rive gauche* parisenca.

24. El més característic dels anys vuitanta del món galerístic barceloní es que bull i també es mou. És a dir, que sorgeix un nou nucli de galeries, allà fins on aleshores només hi havia la galeria Maeght: és el *boom* del Born. Al voltant de l'antic mercat del Born apareixen la Galeria Berini (la pionera en instal·lar-se en aquella zona), la Benet i Costa, Artual, Arts & Cracs i Lino Sylverstein (que era una sucursal de la gale-

Cal destacar que el mercat de l'art, després de passar-se un segle enfilant-se cap al nord de la ciutat, cap a les zones noves i burgeses, canvia la direcció 180 graus i torna cap al sud, cap a les zones antigues i degradades. Això coincideix amb la crisi de la modernitat artística: els anys vuitanta es caracteritzen per un abandó de l'abstracció moderna i una recuperació de la figuració. I per una pèrdua, com diu Moulin (Moulin, 1992) i ja hem esmentat, de la concepció de l'eternitat de l'art per entrar en el *tourbillon innovateur perpétuel*. En aquest sentit el Born és el símptoma que les dinàmiques postmodernes del mercat de l'art i en l'estructuració simbòlica de les ciutats arriben a Barcelona.

Ara bé, un dels esdeveniments més importants en el mercat de l'art barceloní és la construcció del Museu d'Art Contemporani de Barcelona (MACBA) i la constitució del Raval com a barri artístic. Ja a la presentació del projecte el 1987, l'arquitecte del museu Richard Meier afirmava la intenció per part seva i de les administracions implicades de fer del museu un pol d'atracció artística i cultural, regenerant així la zona i convertint el Raval en un barri cultural²⁵.

L'arquitecte es presenta davant la societat com a reformador i profeta de la regeneració urbana (en un paper molt de moda) i fa clarament el paral·lelisme amb el Marais i el paper del Beaubourg en la creació d'un barri cultural, encara que en el nostre cas, a diferència del barri parisenc, es tracta de la creació d'un barri cultural, com diu Lorente (1997), totalment des de dalt i amb un suport de l'adminis-

ria de la zona alta, Fernando Alcolea). Galeries que aposten, amb més nivell, per un art jove i internacional. Per exemple, a la Galeria Berini s'exposa per primera vegada a Barcelona una de les figures artístiques dels vuitanta, Basquiat. En aquells moments es va arribar a comparar el Born amb el SoHo novaiorquès ja que el barri bullia de vida, artística, comercial i immobiliària. Però després de l'eufòria va venir una profunda crisi a principis dels noranta i aquestes galeries que van apostar per un art i una zona de risc van desaparèixer totes menys una, la dirigida per la marxant Toni Berini.

25. La nominació de Barcelona pels Jocs Olímpics del 92 crea la coneguda passió constructora i cultural a la ciutat: és el moment de realitzar els vells projectes i, un any després de la nominació, el juliol del 87, es presenta a la premsa l'arquitecte Richard Meier (que ha firmat un protocol compromentent-se a dissenyar l'edifici) definint les característiques i els objectius del projecte del museu d'art contemporani. Un article de premsa destaca en titular que (Meier) "Prevé un edificio contextual, que actúe en la zona como el Pompidou sobre el Marais. I en una entrevista a la pregunta del periodista —¿Que puede suponer para Barcelona este Museo? Responde que Es un centro muy importante para la ciudad. Quizá represente para Barcelona una transformación similar a la que el Centro Pompidou supuso para el barrio del Marais, en Paris (...) Pero la posibilidad de renovar un barrio tan definitivo a partir de un edificio me resulta muy atractiva. Ya veremos qué ocurre. Ahora es el momento de sembrar" (*La Vanguardia*, 29-1-1987, pàg. 35).

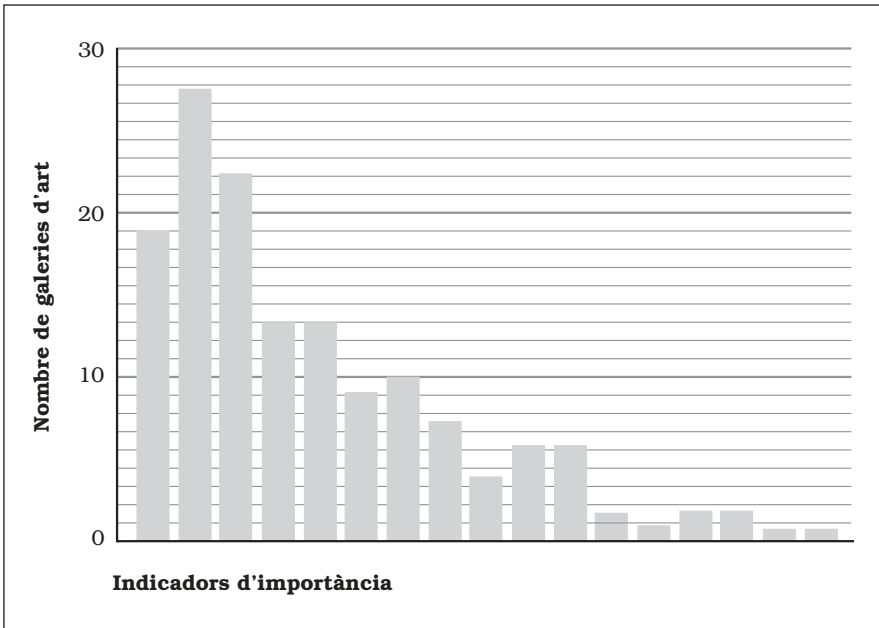
tració. Meier reconeix que l'edifici en si mateix no crea el dinamisme cultural del barri sinó que només l'activa o el potencia i deixa anar el dubte sobre si el Raval el té o no.

L'acció de les elits culturals, partint de les possibilitats urbanístiques i simbòliques del barri, van crear un marc relativament favorable i les expectatives per a la creació d'un barri cultural. Va ser un missatge com hem vist repetidament exposat i adreçat sobretot al que se sol anomenar com la «gent de les arts i la cultura». El Raval però, pel tipus de institució que s'hi instal·lava, un museu d'art contemporani (i per la manca de tradició i oferta cultural d'altres sectors en el barri), quedava connotat sobretot com un barri de les arts i els agents del sector de les arts plàstiques també ho van veure així, que allò els concernia. No obstant això, les desenes de milers de visites que reben les exposicions de La Capella o el CCCB, o els centenars de milers del MACBA, tant se val, no creen de per si una dinàmica artística al barri. No seria el primer cas d'un equipament cultural que pretén regenerar un barri i l'únic que aconsegueix fer és donar alguns beneficis als quioscs de postals i als bars de l'entorn. Cap barri no pot ser considerat cultural si no s'hi instal·la una dinàmica cultural pròpia i autòctona, en la qual els actors del camp cultural hi tinguin un paper com a agents actius. Ara doncs és el moment d'examinar aquest procés que encara és obert. Però aquesta és una qüestió que examinarem més endavant, partint del context general del mercat de l'art a Barcelona.

Tipus de galeries a Barcelona

Les professions, tal com han mostrat alguns estudis sociològics (Moulin, 1992 / Menger, 1997-1999, Rodríguez Morató, 1995-1997), són poblacions molt jerarquitzades si es prenen en compte els indicadors clàssics de la sociologia de les professions (temps de treball, ingressos, etc.) com els més específics de sociologia de l'art (reputació artística, visibilitat pública, etc.). Els marxants d'art no en són una excepció. La jerarquització és útil a nivell epistemològic, metodològic i estrictament sociològic²⁶. Hem jerarquitzat les galeries d'art a partir d'indicadors de reconeixement, d'activitat i de projecció professional en els diversos segments i sectors del món de l'art²⁷. El resultat de la jerarquització és una piràmide molt pronunciada,

26. Tal com expliquem detalladament en la memòria de la tesina (Rius, 2002), la jerarquització ens serveix per tres raons: 1) Epistemològiques: per a escapar del socio-centrisme i fer un estudi global de les galeries d'art i no solament del sector més visible o del qual estiguem més a prop socialment (Bourdieu, 1998). Ens permet alhora de trobar una distància adequada a l'objecte i escapar tant de les visions *indígenes* massa centrades en l'elit del sector com del populisme al qual tendeixen sovint les



en què hi ha moltes galeries amb puntuacions molt baixes, cosa que mostra la gran debilitat de la majoria de les galeries barcelonines.

Per tal de fer més operativa la jerarquització hem creat tres grups d'importància de galeries²⁸. Si haguéssim de fer uns tipus ideals de galeries a partir de la jerarquització (i caricaturitzant tal vegada una mica) podríem dir que el primer grup es correspondria amb les galeries molt poc importants que, tot i aparèixer en un anuari artístic o pertànyer al gremi de galeries (encara que no a les estructures de

visions intel·lectuals (Grignon i Passeron, 1992). 2) Metodològiques: la jerarquització de les galeries ens ha servit per segmentar la població a estudiar i per poder triar la mostra de manera raonada, tot prioritzant (per les raons que argumenta Moulin, 1992) l'elit de la professió, que és el grup de referència per a tota la comunitat de professionals. 3) Sociològiques: la jerarquització ens servirà per analitzar el comportament de les galeries i, concretament, per entendre les diferents jerarquies de zona i la importància de l'espai en la trajectòria professional del marxant d'art.

27. La llista de les informacions recollides es poden resumir en les següents famílies de variables: 1) Associacionisme galerístic i participació en les estructures de decisió, 2) Aparició de les galeries d'art a la premsa diària, 3) Aparició de les galeries a la premsa especialitzada, 4) Inclusió a les llistes de les agendes de les revistes, 5) Inclusió a les llistes dels anuals artístics, 6) Participació a les fires d'art espanyoles, 7) Participació a les fires d'art internacionals.

28. Els grups els hem creat de la manera següent: les galeries amb una puntuació d'1 a 6 les hem classificat al grup 1, de 7 a 12 al grup 2 i de 13 a 18 al grup 3.

responsabilitat), gairebé mai apareixen a la premsa generalista o especialitzada, i que potser participen a les fires d'art local però mai no han participat (ni hi serien acceptades) a les fires d'art estatals o internacionals. Aquest grup seria, aniria, en termes de Becker (1988) des dels *outsiders* de la professió als joves aspirants que encara no han aconseguit una veritable consolidació professional.

En el segon grup trobaríem galeries que apareixen en gairebé tots els anuaris artístics, estan associades i a vegades fins i tot participen als organismes de direcció de la professió. Surten crítiques de les seves exposicions als diaris encara que més rarament es veuen reconegudes per un article en una revista especialitzada. També solen participar a almenys una de les dues fires d'art locals, encara que tenen dificultats per anar i ser acceptades a les fires estatals o internacionals. Podríem dividir aquest grup en dos tipus: a) Les galeries en «decadència», que han marcat una època però que actualment s'han quedat una mica enrere i tenen dificultats per seguir el ritme i projectar-se públicament i internacionalment (d'aquest tipus n'hi ha unes quantes de l'eix Consell de Cent) i b) Les galeries joves però ja amb una certa trajectòria que estan entrant amb força al mercat. Es tractaria dels «aspirants», un sector molt actiu i entre els quals hi ha molts canvis de domicili amb pretensions de millora professional.

El tercer grup seria sens dubte l'elit professional. El seu perfil seria claríssimament el d'un grup de galeries que apareixen en tots els anuaris, guies i llistes del sector i que pertanyen normalment o bé a totes dues associacions professionals de la ciutat o bé a les estructures de poder d'una de les dues. La premsa generalista i també especialitzada els dedica amb freqüència articles i ressenyes de les seves exposicions. I no solen estar presents a les fires d'art locals (a causa de la seva poca projecció i manca de qualitat) sinó que dediquen molts esforços a estar presents a les fires d'art europees i americanes d'àmbit internacional. Són com hem dit l'elit, el grup de referència de la resta de la professió i acumulen tots els signes de prestigi i reconeixement professional.

Com ens mostra el quadre que hem inclòs a continuació el grup 1 compta amb 101 de les 140 galeries de Barcelona (el 72,11%), el grup 2, 32 (el 22,9%) i el grup 3 només 7 galeries (el 5%). Establerta ja la jerarquia de les galeries, els grups que la componen i les característiques que tenen les galeries de cada grup, passarem a analitzar la relació entre la importància de les galeries i les zones urbanes.

Centre galerístic i zones emergents: una multipolaritat jeràrquica

El creuament de la jerarquia de les galeries i de les zones de galeries és molt interessant ja que ens revela de forma controlada una je-

Quadre
Grups d'importància de les galeries d'art

Grups	Nombre	%
Grup 1	101	72,11
Grup 2	32	22,9
Grup 3	7	5
TOTAL	140	100

Font: elaboració pròpia

rarquia de zones. Podem veure, a part de la densitat de galeries per cada barri (que ja és com hem comentat un cert indicador d'importància de la zona), la «qualitat» dels nuclis. Per començar podem veure que a Sarrià-Sant Gervasi hi ha 19 galeries poc importants, 1 d'importància mitjana i 1 pertanyent a l'elit, cosa que el caracteritza com una zona de galeries perifèrica. Pel que fa a Gràcia, només 2 de les set galeries de la vila són d'importància mitjana, la qual cosa el deixa com una zona secundària del mercat de l'art. A l'Eixample, centre del mercat de l'art barceloní, hi ha una mica de tot: 43 poc importants, 17 mitjanament importants i 5 molt importants. Ara bé, cal remarcar que dins d'aquest gran districte que és l'Eixample només al carrer Consell de Cent es concentren vint (i això només en el tram que va de Balmes a passeig de Gràcia) de les seixanta-cinc galeriespasseig. L'anàlisi geogràfica de les galeries es revela com un joc de nines russes: com més detallada es fa la descripció, més concentració es troba. En aquest sentit cal destacar que a Consell de Cent es troben localitzades cinc de les set galeries més importants de Barcelona.

Pel que fa ja a Ciutat Vella i per barris, cal dir que el Barri Gòtic, el centre galerístic primigeni, ha perdut molt i ho mostra el fet que de les 18 galeries existents, només 4 pertanyen al grup d'importància mitjana i cap a l'elit. Al Born hi ha 13 galeries poc importants, dues de importància mitjana i una sola de l'elit. Es tracta doncs d'un barri emergent que no ha aconseguit consolidar-se. I finalment pel que fa al Raval hi ha nou galeries poc importants i 4 que, tot i ser noves, són d'importància mitjana. En aquest cas, al ser un procés recent i encara en marxa, podem dir que no ha aconseguit substituir el centre galerístic però que s'ha convertit en una zona emergent a tenir en compte.

Si tinguéssim un mapa de les galeries d'art a Barcelona veuríem que les galeries es concentren en uns determinats barris, carrers, nuclis. I que tendeixen a agrupar-se a una zona central (Eixample), i

Quadre
Grups d'importància per zones

Zona		Grup	Numero
Sarrià-Sant Gervasi		Grup base	19
		Grup tronc	1
		Grup cim	1
Gràcia		Grup base	5
		Grup tronc	2
		Grup cim	0
Eixample		Grup base	43
		Grup tronc	17
		Grup cim	5
Ciutat Vella	Barri Gòtic	Grup base	14
		Grup tronc	4
		Grup cim	0
	Born	Grup base	13
		Grup tronc	2
		Grup cim	1
	Raval	Grup base	9
		Grup tronc	4
		Grup cim	0

Font: elaboració pròpia

dintre d'aquest, en un nucli dur, Consell de Cent, que és el dominant i en petits nuclis secundaris satèl·lits. Ara bé, dins aquesta geografia de la gravitació, també cal destacar que hi ha subzones relativament autònomes. Hi ha un subnucli de figuració tradicional (passeig de Gràcia), de figuració actual (Sarrià-Sant Gervasi) i de figuració històrica (Barri Gòtic). I també hi ha altres zones amb una dinàmica pròpia, com la subzona de creació jove (Born) o la d'art contemporani (Raval), encara que no acaben de crear un nou punt de gravetat prou potent ni poden escapar a l'atracció del centre. Durant un temps va semblar que el Born (a finals del vuitanta) i el Raval (a finals dels noranta) podien substituir a Consell de Cent com a centre galerístic²⁹. Però el començament del segle XXI ha portat una reafirmació i restauració del domini de Consell de Cent.

Ara bé, una vegada mostrat que existeixen diverses zones i subzo-

29. "Un refuerzo al arte clásico en la calle del arte nuevo. Manuel Barbié, inaugura una nueva sala. El mundo del arte sufre constantes altibajos (...) La Consell de Cent de Barcelona, a partir de los años setenta, se constituyó en la espina dorsal del galerismo barcelonés —que no pudieron desbancar los nuevos centros del Born y el Raval, tan celebrados por los amantes e incondicionales de la movida-modernidad de

nes dintre de la ciutat i que aquestes estan ordenades jeràrquicament, queda per respondre el perquè. Perquè els marxants trien una zona o subzona de les que hem esmentat i quins són els factors econòmics, professionals, artístics o ideològics que influeixen en aquest procés i què és el que crea, reproduïx o varia aquest ordre geogràfic del món artístic. Tot això és el que intentarem respondre a continuació.

Territori urbà, zones de galeries i estratègies professionals

L'espai, com la resta de les coses de la vida, no és igual de problemàtic per a tothom. No obstant això, en totes les entrevistes que hem realitzat a marxants d'art a Barcelona, l'espai ha estat un element present en totes elles, ja sigui de forma més explícita i reflexionada o ja sigui de forma implícita i donada per descomptada³⁰. Evidentment, un galerista que hereta una galeria a la zona central del mercat no es planteja tant la qüestió de l'espai com un jove marxant que acaba d'entrar i que, triant l'espai, ha hagut de posicionar-se respecte al mercat i fer una aposta moltes vegades força arriscada.

Proximitat entre galeries

Hi ha un punt en el qual estan d'acord tots els marxants: la proximitat de galeries és beneficiosa. A vegades, el fet que una galeria estigui relativament aïllada pot ser enganyós (de fet, pot ser que quan la galeria es va crear estava en una zona de galeries que varen anar desapareixent). Molts marxants per tant destaquen que el fet que hi hagi un recorregut de galeries, així com l'entrada de nous marxants a la zona, no és vist com una competència sinó com una competició positiva que atreu els visitants i els col·leccionistes.

nuestra ciudad. Pero en el transcurso de los años ha tenido sus menos y sus más. Ultimamente pasó por sus menos. Pero parece retornar a su esplendor. Ahora para cerrar la temporada, se inaugura (...) la nueva galería de Manuel Barbié." *La Vanguardia*, 11-6-00.

30. Durant la primavera del 2000 vàrem realitzar una quinzena de entrevistes. Els casos a estudiar es van elegir de forma raonada tenint en compte que fossin representatius de les diverses zones de galeries, de l'antiguitat de les galeries a la zona i dels grups d'importància presents també al barri. Deu van ser transcrites en la seva totalitat i cinc resumides. Totes les informacions metodològiques i quadern de camp (raonament de l'elecció de casos, control de la representativitat, informe d'incidències, qüestionaris i mostra de les transcripcions) estan disponibles o bé a la part metodològica de la memòria o bé a l'annex de la investigació presentat al IEC i dipositat a la biblioteca de CCSS de la UAB com a treball de tesina.

A vegades fins i tot el moment de instal·lar-se en un carrer de galeries pot ser percebut com una entrada a la professió, com un ritu de pas. I aquest entrar el carrer no solament beneficia qui entra sinó també els que ja hi són. «*Jo crec que ens va anar molt bé a tots que entrés. Per part seva perquè es revitalitzava el carrer, i per part meva fa molta il·lusió entrar al carrer on hi ha autèntiques persones consagrades dins el món de l'art (...).*» (Entrevista 10 / Consell de Cent). Ara bé, la decisió de localitzar-se en un carrer no depèn només de la voluntat del marxant, sinó que hi ha barreres materials. En primer lloc, a les zones de concentració de galeries hi ha manca de locals i, a vegades, s'ha d'esperar que una galeria tanqui perquè n'entri una altra. Això explicaria el fet que hi hagi tantes galeries que estiguin instal·lades a locals on n'hi ha hagut abans d'altres. En aquest sentit es pot parlar gairebé d'una «llista d'espera». Una segona barrera és el preu dels lloguers: la zona central del comerç de l'art a Barcelona és una zona molt cara pel que fa al sector immobiliari. No tots els marxants, només aquells amb un capital inicial o amb un estatus ja consolidat, poden permetre's llogar un local a Consell de Cent. «*(...) tot és molt relatiu, la zona del Born en aquests moments no pinta molt a la ciutat, la zona del MACBA tampoc, la majoria de galeries desitjarien anar a Consell de Cent i no ho poden fer perquè el metre quadrat està caríssim.*» (Entrevista 10 / Consell de Cent). I, encara que aquestes són unes barreres en principi extraartístiques, aquestes barreres ajuden a establir una barrera a l'entrada a una professió que precisament no en té (a diferència d'altres professions, les professions artístiques, tal com analitza Friedson —1986— no es necessiten estudis, títols o permisos corporatius). I contribueix a crear el que segons Moulin (1983) seria una de les principals funcions dels marxants d'art: limitar el nombre d'obres d'art al mercat, creant així un oligopoli a fi de poder efectuar la valorització sobre un producte, l'art, en potència abundant i il·limitat.

No obstant això, cal fer una matisació; el contacte amb altres galeries és positiu, sempre que el prestigi no sigui massa diferent: a vegades el veïnatge amb altres galeries pot ser percebut com una amenaça a les altres galeries. I és que, objectivament, les galeries menys importants es beneficien (són *free riders* en cert sentit) del nom de l'altra galeria i del valor simbòlic que l'altra ha aconseguit transmetre al carrer.

En definitiva, podem afirmar que és una creença compartida que la proximitat aporta beneficis i, això ho han experimentat directament alguns marxants en coses tan importants com les vendes. Estar unes cantonades més enllà del centre galerístic a estar al centre galerístic mateix canvia molt el volum de negoci. «*PR — I vas notar un*

canvi fort amb el canvi de situació? R — Si. Una barbaritat. O sigui, aleshores vaig entendre perquè la gent paga les monstruositats que la gent paga per determinats locals o localitzacions. O sigui, perquè un local a l'Illa val el que val, o al Maremàgnum per exemple (dos grans centres comercials de la ciutat). O sigui, realment canvia. El Passatge Mercader (el seu antic local) està a tres illes de cases més enllà, a quatre (de la zona de Consell de Cent). Però no té res a veure». (Entrevista 12 / Consell de Cent). Ara bé, essent això cert i malgrat les limitacions que hem comentat abans (manca de locals, preus dels lloguers), perquè no totes les galeries s'instal·len o proven d'instal·lar-se en un mateix lloc? Perquè alguns marxants prefereixen situar-se a zones ben allunyades d'aquest centre galerístic? Les raons econòmiques no ho responen tot. És el que anomenem la insuficiència de la hipòtesi econòmica simple. Per respondre a la pregunta inicial de la nostra recerca haurem d'aprofundir més en l'anàlisi de la relació entre l'espai urbà i les galeries i entrar a comprendre més profundament la professió de marxant d'art.—

Les raons de no ser-hi

Perquè no tots els marxants tracten d'obrir la seva galeria al centre o a prop del centre? En primer lloc, com hem vist no sempre es pot estar al Consell de Cent i entre Balmes i passeig de Gràcia. I estar a prop del centre no és el mateix que estar al centre. Tal vegada, alguns marxants prefereixen estar lluny que estar «a prop de», ja que aquesta situació els col·loca en un estat de marginació. Davant d'aquesta situació, els marxants busquen altres tipus de recursos, de públic per al seu projecte. O poden també intentar donar la volta a la jerarquia de les galeries. Un donar la volta que forma part d'una lluita simbòlica per la definició de quina és una bona zona i quina no per al mercat de l'art. Però tal com observen Grignon i Passeron, les inversions simbòliques de les jerarquies culturals moltes vegades només serveixen per fer oblidar al dominat (temporalment) la seva dominació però no per invertir-la realment (Grignon i Passeron, 1992). Nosaltres ens hem trobat amb arguments de tot tipus: un marxant instal·lat a la Diagonal que afirmava que ell estava al centre... geogràfic de la ciutat. «Aquest carrer és una zona adequada, és el centre geogràfic de Barcelona. Si agafem la Diagonal i el carrer Balmes i fiquem el dit al mig del mapa (...) vol dir que és equidistant entre el senyor que ve de Pedralbes, el senyor que ve d'Horta, o el que ve de Sants. És al centre i és important. No és el mateix instal·lar una galeria a Horta, on no n'hi ha, ni una a la Vila Olímpica.» (Entrevista 15 / Sarrià-Sant Gervasi). Un altre del passeig de Gràcia defensava la

seva posició dient que es trobava al costat dels comerços de luxe: «Una galeria de arte como una tienda tiene que estar en un lugar céntrico. Sino déjate de estar porque no hay asunto. Porque yo vivo mucho de los clientes que vienen y compran, pero también se vende mucho a personas que pasan y que lo ven. (...) Ese es muy mal sitio [es refereix a la zona alta] El cliente que quiere comprar tiene su galeria y tiene su itinerario y mira y... (...) Las galerías tienen que ser céntricas y aquí estamos en el cogollo de la capital y eso es importantísimo.» (Entrevista 5 / Eixample). Pel que fa als instal·lats a les zones emergents el discurs es torna més de principis: una marxant del Born defensava la seva posició per motius biogràfics i de gust personal «Perquè sóc nascuda molt a prop d'aquí, a la Via Laietana, plaça de l'Àngel; ha estat el meu barri durant els vint primers anys de la meua vida. He tingut una nostàlgia tremenda del barri, una carència (...) El barri es va degradar moltíssim, desgraciadament, i la meua família va decidir optar per un altre barri (...) quan vaig tenir l'oportunitat de muntar una cosa meua vaig decidir que la muntaria aquí baix independentment de com estigués el barri o el que fos.» (Entrevista 6 / Born). N'hi ha que fins i tot utilitzen arguments antieconòmics, que recorden molt la negació simbòlica de l'economia per part dels actors culturals de la modernitat que descriu Pierre Bourdieu (1995). «No sé, és més personal. M'imagino que passa en la majoria dels casos. Tampoc va ser una decisió directament empresarial. És un barri en què porto quatre anys vivint-hi (...) però entre el Raval i el Born, vivint aquí al Born, com visc (...); no, no em vaig buscar res més, encara que de vegades em plantejo que empresarialment seria molt millor estar a Consell de Cent. No en tinc gaires ganes, així de fàcil. Igual no sóc un gran exemple... I mentre aquí pugui anar venent...» (Entrevista 13 / Born). No obstant això, i tal com diu Bourdieu (op. cit) no es tracta d'una irracionalitat sinó d'un altre tipus de racionalitat en el sentit weberian del terme. Tal com veurem després, els marxants de les zones perifèriques tenen un altre tipus de funcionament i busquen un altre tipus de recursos que els de Consell de Cent. Per exemple, un marxant del Raval afirma que la seva presència allà és una qüestió de principis: cal estar on hi ha el museu d'art contemporani. «Les galeries d'art contemporani han d'estar on està el museu d'art contemporani (...) el que passi amb el MACBA està totalment lligat al que passi amb l'art contemporani a Barcelona i a Catalunya (...) No em dona la gana anar a Consell de Cent. No m'hi sento identificat (...) Consell de Cent és ara un carrer d'antiquari. Modern però antiquari. No hi ha propostes actuals (...).» (Entrevista 8 / Raval). Sota aquest argument de principis, però, subsisteix una racionalitat: el contacte espacial amb el MACBA aporta alhora un contacte simbòlic i una legitimació a l'hora d'exhi-

bir propostes estèticament arriscades. I, ahora, estar al costat d'un museu aporta... públic potencial i visitants, encara que en el cas del MACBA això tingui unes dimensions més reduïdes del que seria desitjable (mentre el Museu Picasso compta amb un milió de visitants, el MACBA tot just passa dels dos-cents mil). En aquest sentit les galeries del Born es beneficien més d'aquest recurs: el visitants de museus i els turistes.

On viuen ells? On em posiciono jo?

Això no vol dir però que aquestes galeries oblidin «on viuen ells», els compradors, els col·leccionistes i dels problemes que tenen per fer-los venir fins a la seva zona. *«Jo crec que la burgesia catalana és molt conservadora, no des d'un punt de vistal estètic sinó social. També ho és la «senyora bé» que va per passeig de Gràcia, Consell de Cent, Calvo Sotelo li costa molt baixar. Al col·leccionista fatxenda català li costa molt baixar. Et diuen: —Aquesta plaça està bruta, perquè no vas a Consell de Cent, no veus que això mai pujarà? Perquè t'agrada tant aquest barri?»* Entrevista 9 / Raval. La qüestió estètica i professional en aquest cas es barreja amb la qüestió social: la defensa del barri del Raval és també un distanciament tant del gust burgès com de l'espai burgès. Cercar la distància amb el públic burgès no és, no obstant això, oblidar que viuen *allà dalt*, que compren per *allà al mig* i que els costa molt de travessar la frontera geogràfica i mental que suposa la plaça Catalunya. Els galeristes de Ciutat Vella són ben conscients que ells són necessaris per a sobreviure. Els galeristes de Consell de Cent o de la zona alta s'adapten a la demanda, *allà on viuen o compren els clients mitjans de la galeria. «Ens hem posat aquí perquè d'alguna manera hi viuen o hi treballen, hi ha moltes oficines, gent que per la seva formació tenen una afinitat amb la cultura, amb les obres d'art.»* (Entrevista 14 / Sarrià-Sant Gervasi). En canvi els galeristes de les zones emergents oposen aquesta lògica de la facilitat a la lògica de l'esforç. *«És més voluntariós el que ve aquí. Té més ganes de seguir-ho perquè clar, el que ve aquí, va a Consell de Cent i al Raval, o sigui que té més feina.»* (Entrevista 2 / Gràcia). O proposen també la lògica de la descoberta (com passa per exemple a la zona de Bastille o a Chelsea on la visita a les galeries s'assembla a un *parcours de l'initié*). *«La gent està acostumada a anar a Consell de Cent. I quan va a Consell de Cent es compra un croissant a la rambla de Catalunya, o un pintallavis, o unes ulleres, o un vestit. I això aquí no pot fer-ho (...) La gent no estava acostumada a baixar al barri de la Ribera a passejar, no? Aquí podia fer coses més suggerents. Podien entrar a Santa Maria del Mar, que és*

l'església més bonica que té Barcelona sens dubte. Podia passejar per carrerons meravellosos, descobrir botigues antigues precioses. Però clar, la gent no estava acostumada i els carrers li semblaven poc acollidors.» (Entrevista 6 / Born).

Un ecosistema favorable

Per als marxants que no volen dependre d'on viuen i on volen anar els compradors de la zona alta hi ha altres maneres de fer funcionar la galeria. En aquest cas poden buscar un «ecosistema» favorable, en el sentit que li donen els antropòlegs a la paraula, és a dir, tot un ambient que els proporcioni recursos per a sobreviure.

A. La «mà d'obra», els artistes

Un dels possibles recursos a buscar en una zona és la presència de la «mà d'obra», els artistes. Com sabem els artistes es concentren a certes zones de la ciutat: això ho podem observar per exemple a Barcelona amb els Tallers Oberts de Ciutat Vella que s'organitzen cada any. Com podem veure, a Ciutat Vella hi ha gairebé un centenar d'artistes que participen a la exposició obrint el seu taller o venda al públic i, d'aquests, una mica menys de la meitat són al Raval, un 13,8 % al Gòtic i, un 37,2 % al Born.

A diferència d'altres sectors culturals com el sector audiovisual on la presència de mà d'obra qualificada és fonamental a l'hora d'entendre la localització i la seva concentració en determinades zones (Scott, 1999), els marxants no tenen aquesta dificultat per trobar artistes. Exagerant, un marxant comenta: «*Vas en un bar del Born i dius?— Hi ha algun artista? I d'entrada te'n surten cinc... et faig una broma, però vull dir que n'hi ha molts. És una cosa fàcil, no?*» (Entrevista 0 / Consell de Cent). Els galeristes de Consell de Cent no tenen per tant problemes per trobar artistes a causa de la seva localització, lluny dels barris d'artistes. Ara bé, un marxant que hi treballa (i viu,

Quadre
Repartiment dels tallers per barri en els Tallers Oberts 1996, 1999 i 2000

Barri	1996		1999		2000	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Raval	15	33	43	50	46	49
Gòtic	20	44	15	17,4	13	13,8
Born	10	22	28	32,6	35	37,2
TOTAL	45	100	86	100	94	100

Font: Organització dels Tallers Oberts de Ciutat Vella, www.tallersoberts.es.org, 2000

ja que en aquests barris és freqüent que el marxant visqui a sobre o molt a prop de la seva galeria) pot trobar més complicitat amb els artistes, amb vista a començar una carrera plegats i anar evolucionant paral·lelament. *«Nosaltres creiem, les dues, en la relació entre l'artista i el marxant. Es comença al mateix temps, i seguim una mateixa carrera. Ens recolzem mútuament, des d'un punt de vista generacional (...) Tenim una bona relació amb els artistes i volem que això continuï. No solament nosaltres amb ells sinó també entre tots els artistes, entre ells mateixos. Diguem que som un grup que funciona.»* (Entrevista 13 / Born). Aquesta pot ser també un dels atractius per a localitzar-se en barris com el Born, el Raval o Gràcia.

B. Un altre tipus de client

Un altre element en un ecosistema adequat per un marxant que no vol o no pot anar al centre galerístic és la presència d'altres tipus de compradors diferents dels de la zona alta. «PR — Has dit que entre el vostre tipus de client hi ha gent del barri? «R— *Hi ha gent del barri, hi ha gent estrangera, o no, que viuen aquí des de fa poc, coneguts. També en aquest barri hi ha un teixit social únic. I ens coneixem tots. I... hi ha gent que està comprant pis a la cantonada. I no són clients de tota la setmana però tampoc cap galeria els té. Però que va comprant, que estan informats. Jo crec que un trenta per cent del nostre directori és al districte 003 (el districte postal del Born). I són gent que va passant i que estan per aquí. I que de tant en tant compra (...) la majoria són empresaris independents, que porten temes d'internet, advocats, consultors...I viuen al barri (...)*» (Entrevista 13 / Born). A Barcelona, en efecte, com en d'altres capitals, hi ha una societat complexa en la qual ha aparegut una nova capa mitjana lligada a les professions de la cultura o el coneixement o actualment les «noves tecnologies» que formen aquest món públic que ha permès el sorgiment de fenòmens artístics, de mercat i immobiliaris dels barris artístics. El SoHo i el Marais en són un bon exemple, però actualment n'hi ha molts d'altres, Temple Bar a Dublín, Ticinese a Milà, etc. Aquest és el públic que tenen o que confien tenir els joves marxants que s'hi instal·len. Encara que a Barcelona aquest tipus de públic sembla massa reduït encara o amb poc hàbit de compra d'obra d'art per crear fenòmens de la magnitud d'aquests barris artístics. *«(...) l'únic error va ser que pensàvem que aquest públic aconseguiríem vendre-li alguna cosa i no ho hem aconseguit. Aquest públic té 30 o 40 anys, segueix molt la cultura, va a totes les obres de teatre, va al cine, està al corrent dels llibres, està al corrent de les exposicions i li agraden molt. Però no tenen la necessitat de tenir una obra penjada a casa. O sigui, penjen un*

pòster o l'obra d'un amic, que tothom té amics dins d'aquest ambient.»
(Entrevista 2 / Gràcia).

C. El turisme com a possible recurs

Un altre element és buscar en el turisme compradors ocasionals. Aquest és un fenomen molt freqüent i visible al Born o al Barri Gòtic. *«Molts turistes vénen a visitar el museu, i molts altres vénen a visitar l'església de Santa Maria del Mar. Vénen també a passejar-se. A prop d'aquí, han obert moltes botigues de disseny, d'objectes de decoració. I compren. Sobretot els americans. Ho troben tot molt barat.»* (Entrevista 12 / Born). Encara que aquesta estratègia a la llarga no permet consolidar la galeria ja que si bé aporta ingressos econòmics no permet donar una carrera, un prestigi als artistes de la galeria, ja que no crea uns col·leccionistes fidels.

D. Una altra manera de funcionar

Si bé, el més fonamental per a una galeria segueixen essent els compradors, hi ha altres maneres de funcionar. Altres estratègies per no dependre dels col·leccionistes de la zona alta i dels efectes sobre la consideració del lloc que s'elegeix per localitzar-se. A la pregunta de perquè va obrir a Gràcia un marxant respon: *«Hi ha diversos aspectes aquí, un és l'econòmic. Però comencem per l'ideològic. En el moment que ho vam muntar hi havia dues o tres opcions. Una era al Born. Però el Born ja s'havia vist que no... Hi havia hagut unes quinze galeries però algunes havien anat tancant. Era previsible que anés a menys. El MACBA estava de pujada, però l'ambient allà estava per formar. I en canvi aquí a Gràcia ja vénen atrets pel cine, atrets pel teatre. Hi viu molta gent de cultura. Aquí de públic en tenim molt i és molt maco.»* (Entrevista 2 / Gràcia). Una galeria jove que no pot o no vol entrar a Consell de Cent té diverses alternatives. Si rebutja a més les opcions de Sarrià i el Barri Gòtic com a barris que no tenen una imatge «moderna» aleshores resten com a possibilitats el Born, el Raval i també Gràcia.

El marxant que hem citat ha valorat abans d'escollir entre aquestes zones l'estat del barri (si està en alça o de baixa) i l'«ambient del barri». En aquest cas s'ha triat Gràcia perquè, tal com ell analitza, hi ha un ambient social favorable: hi ha teatres alternatius, cinemes de qualitat que atrauen un públic amant de la cultura «cult». I atrau la gent de la cultura que, per la imatge del barri, busquen un apartament al barri. Però hi ha també consideracions de tipus econòmic: *«El públic que tenim aquí, per la línia que volíem portar, és adequat. El fet de posar-te, per exemple, a Consell de Cent significa que tens moltes més possibilitats de vendre. Però això vol dir moltes més despeses.»*

Vol dir no poder exposar, per nosaltres. Vol dir no poder exposar moltes coses que ens agradaria però que no tindria sentit exposar. Un artista que a nosaltres ens agradés d'exposar però que encara que venguéssim l'exposició tres vegades hi seguiríem perdent diners, que és el que passaria normalment, aleshores no tindria sentit. Aleshores vam decidir posar-nos allà on hi ha la gent que li interessa la cultura.» (Entrevista 2 / Gràcia). O sigui, en comptes de situar-se en una zona per maximitzar les vendes, com que l'art que vols vendre no té una còtització molt alta i el marge restant no seria suficient, és millor col·locar-se en una altra zona on es puguin minimitzar els costos. Un lloc de lloguers baixos. Per exemple a Gràcia pots trobar un local comercial per unes 125.000 ptes. al mes. I en canvi, a Consell de Cent, un local «pignon sur rue» (a peu de carrer) no baixa de les 500.000 ptes. És a dir, quatre vegades més que a Gràcia. Això vol dir que una galeria de Gràcia té, en principi, menys condicionants econòmics a l'hora d'exposar el que ella vol. Es pot exposar gent més jove, estils menys consolidats o més arriscats, que tenen una còtització menor. El citat marxant de fet reivindica aquest fet com un grau més gran de llibertat professional. En definitiva, instal·lar-se en una zona emergent no obeeix solament a preferències o raonaments irracionals o no econòmics dels «marxants bohemis» sinó que també respon a una estratègia professional d'aquest.

Galeries d'art i creació de barris artístics a Barcelona

La creació del Born com a barri artístic es va voler veure com la importació del model SoHo d'organització del mercat artístic. *«De cop es va pensar que el Born seria un barri com el SoHo de NY. El cert és que des del 1987 que jo obro fins als noranta es van obrir fins a quinze galeries— I llavors, clar, durant uns anys es va viure una eufòria fantàstica».* (Entrevista 6 / Born). En canvi, el sorgiment de galeries al Raval s'ha interpretat des del principi com un Marais barceloní. Això ha significat que, a diferència del Born que va ser com el SoHo fruit de la iniciativa privada, el Raval artístic sempre s'ha vist fruit de la iniciativa pública, lligat a les institucions museístiques. En aquest sentit, les galeries del Raval sempre han demanat l'ajuda de les administracions. Una actitud d'acord amb una tendència de la política cultural a partir dels vuitanta (Moulin, 1992: 116), amb la socialització del risc artístic. *«Cano [un marxant del Raval] recorda que l'opció d'alguns galeristes d'instal·lar-se al Raval va respondre a una «oferta per part de les administracions de transformar el Raval en una àrea cultural». Segons Cano, però, aquesta oferta no ha anat acompanyada*

d'una rehabilitació del barri cosa que fa incompatible que l'àrea esdevingui culturalment viva (...) Nosaltres ja hem complert la nostra funció. Hem fet una gran inversió privada per venir aquí. Ara són les administracions les que han de complir la seva part.» (Avui, 30-5-99). En el cas del Raval, la seva transformació en nucli cultural s'entén com un pacte, una col·laboració o fins i tot un contracte no escrit entre la iniciativa privada i pública. Almenys dins un cert sector de marxants ho van entendre així. El Raval és una zona que ofereix un altre tipus d'avantatges i oportunitats i, com altres zones emergents, lloguers a bon preu. «PR- Has pensat mai de baixar al Raval? R- Déu meu, sí! Hi penso cada dia. Hi penso cada fi de mes quan la factura del lloguer arriba. No té cap lògica. Tu em diràs quina lògica té ser a Consell de Cent amb rambla de Catalunya? Perquè? Podríem tenir un local allà si fóssim quaranta, o quinze... Ens recolzariem els uns amb els altres. I tindriem els mateixos visitants. I pel mateix preu, cinc vegades més d'espai». (Entrevista 12 / Consell de Cent). El fenomen del Raval té, per tant, un interès evident per als marxants. Com tota creació d'un barri artístic ofereix oportunitats de tenir millors condicions, un lloguer més barat, més espais lliures, locals més grans, etc. Però totes aquestes possibilitats són percebudes per qui té més interès que les coses canviïn. És a dir, sobretot per les persones que volen entrar a la professió. O pels marxants que ja han entrat no fa molt i que volen progressar ràpidament. O aquells que volen arribar a l'elit i no restar al grup mitjà. Malgrat que per aconseguir-ho hagin de suportar el risc d'instal·lar-se en un barri en procés de rehabilitació urbana i social. Per tot això, i per altres afinitats ideològiques, els joves són els més interessats en aquest tipus de projectes. Però els joves no tenen, pel mateix fet de ser-ho, molt poder d'influència dintre de la professió.

Aquest jove marxant de Consell de Cent analitza mentrestant com podria funcionar el Raval, o el perquè no arriba a arrencar «comme il faut»: «Però perquè puguem arribar a aquesta situació i això ja ho he comentat amb gent, amb l'alcalde, vaja, el que no es pot pretendre és aconseguir que es mobilitzi el centre, el focus cultural Barcelona (centre en el nostre sector galerístic, vaja, no cultural en general), i moure'l a una altra zona sense un recolzament molt seriós per part de les administracions. O sigui, no val a dir 'anem a arreglar els carrers', o bé 'posarem més Guàrdia Urbana'. Que tampoc la van posar al Born, o 'farem el que sigui'. No. Per tal que hi hagi un canvi de centre, del pes de les galeries i el que les envolta, és important, crec jo, conscienciar els grans. O sigui, el que ha passat a NY, i que no és la primera vegada que passa (com el trasllat a Chelsea, que abans ja l'havia tingut el SoHo). Com es fa? El primer que cal fer és convèncer els grans.» (Entrevista 12 / Consell de Cent)

O sigui, per aquest marxant la qüestió no és solament que l'administració ajudi a crear una entorn favorable (reforma urbanística, neteja, seguretat ciutadana) a fi que els col·leccionistes puguin anar a passejar-se tranquil·lament per aquells carrers. Es tracta que facin una intervenció «ciblée» al cor del món dels marxants. Una intervenció demanada com una socialització del risc que comporta el fet de canviar a una zona en procés de regeneració urbana.

En definitiva, aquest marxant avalua la situació del barri a partir d'un criteri intern de la professió: ell afirma que a diferència del SoHo o el Chelsea els grans marxants no han canviat de localització. Però continuem amb les paraules d'aquest marxant: *«Si tu vols que et funcioni el Raval, asseu-te un dia amb els grans, amb el Taché, Prats, etc.. (...) — «Escolti, vagin vostès a aquesta zona. Els farem una exempció d'impostos durant dos anys. Al final els impostos no són res, tres-centes mil pessetes, però és el gest. I aleshores quan se t'en vagin tots els grans, tots els altres aniran cap allà. Així reactives una zona. Però el que no pots fer és el que va passar aquí. (...) hi ha grans galeristes que tenen un peu posat al Raval. Però el seu local de la rambla de Catalunya, de Consell de Cent no el deixaran mai. Això mai no funcionarà. Perquè sempre se sabrà que l'altre és el segon espai.»* (Entrevista 12 / Consell de Cent)

De fet, té una idea molt clara de perquè el Raval no funciona: els altres marxants canviaran només si els grans, el marxants més prestigiosos canvien abans. Però els dominants, els grans, que pel fet de ser-ho estan satisfets amb la seva posició econòmica i professional, tendiran a no estar interessats a canviar. Poden obrir una sucursal per aprofitar la vitalitat de les noves zones i «rejovenir-se» la imatge. I, en cas que hi hagi un trasllat massiu, no quedar fora de joc. És el que van fer, per altra banda, alguns marxants dominants en el cas del Born. Es tracta doncs, d'una estratègia conservadora. Com trencar aquest cercle viciós que impedeix els canvis de zona? Segons aquest jove marxant hauria de ser l'administració qui hauria de reaccionar per trencar aquesta dinàmica i aconseguir el recolzament dels marxants en els seu projecte de rehabilitar el Raval.

Però s'equivoca al pensar que els canvis de barri han funcionat amb l'ajuda institucional. Al Marais i a la Bastille, la iniciativa pública «solament» va posar el Museu o l'Òpera. I al SoHo o a Chelsea, va ser la iniciativa privada dels artistes o els marxants la que va reactivar els barris (vegeu capítol 1.2.3).

Els marxants barcelonins dominants no s'han pas mogut. Han adoptat una actitud passiva, fins i tot hostil a la creació del barri. A diferència de Nova York, els Castells de la ciutat no són tan emprenedors. Però tampoc hem de pensar que els marxants novaiorquesos

van canviar per plaer. Han canviat del SoHo a Chelsea per escapar a la massificació que espantava els seus clients. O com Ileana Sonnabend, els dominants s'han vist empesos a elegir entre canviar o quedar aïllats del mercat. Els models d'organització de l'espai artístic han arribat a Barcelona. És la globalització, que en el cas del mercat de l'art fa anys que va començar. Però Barcelona té un mercat de l'art menys dinàmic i és una ciutat més conservadora. Per tant, no es tracta només d'una qüestió d'actitud d'aquests marxants sinó del context del món artístic. I de la seva clientela també.

Però hi ha altres factors en el món dels marxants que provoquen una major o menor estabilitat de les zones. És la qüestió del rol dels joves marxants, de l'estructura de les carreres i l'efecte que té en els canvis de zona del mercat de l'art. És el que pot trencar el cercle viciós que hem esmentat.

Trajectòria dels marxants, organització i jerarquia del mercat

Com hem vist en l'esquema modern els trasllats dels marxants obeeixen a una lògica ascendent a les seves carreres i a una voluntat d'aproximar-se als llocs més consagrats del mercat de l'art. Caricaturitzant podríem dir que el marxant elegeix i promociona uns artistes, els artistes de la galeria guanyen prestigi, ell guanya més diners, i finalment ell pot canviar de barri i consagrar-se.

En canvi, en l'esquema «postmodern» dels barris artístics, els marxants es traslladen de zona per estar a la *vague*, a la «cresta de l'onada». Però no canvien de posició al canviar de zona, sinó que es mouen per estar al centre del mercat i no quedar marginats. La jerarquia no estaria tant en la zona que s'ocupa com en la capacitat d'anticipació dels moviments (territorials i estètics) i en la capacitat, potser, que es té al barri de sobresortir per sobre dels altres. El model postmodern comporta unes jerarquies menys estables. Ja que, com en tot canvi social, els canvis de zona donen oportunitats als més agosarats de guanyar posicions i fan restar enrere als qui no l'han previst.

Al mercat barceloní, com veurem, hi ha hagut moviments que segueixen diverses lògiques. Hem pogut censar onze canvis de domicili entre els marxants barcelonins als anys noranta. D'aquests, vuit surten de zones perifèriques per anar a la zona central del mercat, l'Eixample. I cinc d'aquests ho fan per situar-se al cor mateix del gallerisme barceloní: Consell de Cent. Es correspon com hem dit a l'esquema modern de carrera professional del marxant. Per contra, només dues galeries es van traslladar al Raval seguint l'esquema

postmodern de carrera. Això ha estat determinant per a entendre el relatiu fracàs dels barris artístics a Barcelona.

Cal pensar que després de la inauguració del MACBA i la desaparició de les emblemàtiques Sala Gaspar i Dau al Set la zona de Consell de Cent semblava amenaçada com a eix central de la ciutat. No obstant això, el 1999 va coincidir que tres marxants joves s'hi van traslladar provinents de diverses zones de la ciutat. Es tractava d'un procés típicament modern de consolidació professional. Tal com es diu a un article dedicat a «Los treintaños de Consell de Cent»: *«Su presencia en Consell de Cent significa la consolidación porque casi todos hemos tenido espacios en otras zonas y, tras experimentar, nos hemos trasladado aquí»*. (*La Vanguardia*, 14-11-99). I aquesta nova generació de galeristes, que s'ha traslladat al carrer central per consolidar-se professionalment, han contribuït d'aquesta manera, segons creu el diari esmentat, a reproduir la jerarquia de zones: *«La presencia creciente de jóvenes galeristas en la céntrica avenida que, con altibajos, ha sido desde los sesenta la espina dorsal del galerismo barcelonés, es el símbolo de la consolidación de un cambio generacional en el galerismo barcelonés. Igualmente parece representar un relativo fracaso de las zonas que parecían llamadas a sustituir a la veterana calle: el Born y el entorno del MACBA»*. (*La Vanguardia*, 14-11-99).

Conclusions

El lligam d'un marxant amb l'espai urbà és una relació intensa i en doble direcció. Amb el nostre estudi hem mostrat com el mercat de l'art ajuda a comprendre la configuració cultural i simbòlica de la ciutat. I com l'estudi de l'espai urbà fa possible l'aprofundiment en l'anàlisi del mercat i de la professió de marxant d'art. D'entrada, hem vist com repassant les aportacions de les grans figures de la sociologia de l'art podíem articular un marc d'anàlisi per comprendre el significat i les transformacions de les relacions de l'espai i el mercat de l'art. En segon lloc hem analitzat com es configurava històricament l'ordre modern en l'àmbit cultural.

En aquest sentit cal destacar dos fenòmens: a) L'organització moderna comportava una divisió del món artístic dividit per rive droite/rive gauche, art avantguardista / art tradicional. Una oposició que era estètica però alhora social i política (la qual se sustentava en divisió social i una concepció d'enfrontament —lluita de classes— típica del segle xx). La debilitació de l'ordre modern comporta entre altres coses la debilitació de l'oposició entre art avantguardista i art comercial tal com assenyala Rodríguez Morató (1999) i alhora una

desestructuració de l'espai dividit per classes socials. Com assenyalen Lash i Myles (2000) durant els últims segles Londres s'ha estat movent cap a l'oest. En canvi, ara, amb la desestructuració de l'ordre imperial i el compromís de classes s'ha trencat l'ordre espacial modern i la ciutat es mou cap a l'est. El món de l'art, institucions artístiques i galeries privades, amb el fenomen de l'Art Jove Britànic (Young British Artists), art postmodern per excel·lència, també es mou cap a l'est.

Les dinàmiques postmodernes en el món social i artístic també han arribat a Barcelona. El mercat de l'art, després d'un segle d'anar-se expandint cap al nord ha tornat cap al sud, en un moviment que té implicacions estètiques i alhora socials. Com hem vist els moviments de marxants no han tingut la dimensió de les capitals artístiques mundials però han tingut força rellevància si ho comparem amb ciutats com Madrid, on el fenomen dels barris artístics ha estat gairebé anecdòtic (vegeu Lorente, 1997).

b) Aquest moviment, però, no el podem deslligar de la institucionalització del món de l'art. Els marxants tenen molt en compte i interactuen amb l'administració alhora que reclamen d'ella una «socialització del risc», és a dir, que l'estat els ajudi a suportar el risc que comporten les apostes estètiques i les empreses culturals innovadores. Alhora la institucions culturals tenen molt més en compte en els seus projectes els marxants, els seus projectes són més ambiciosos com en la creació de nous barris artístics, augurant un nou paradigma en la política cultural.

Com hem vist, la professió de marxant està altament jerarquitzada i segmentada per tipus de galeries. Una diversitat que és un repte amb vista a la recerca en aquest sector però que alhora es revela molt productiva per fer interpretacions sobre la professió i el mercat de l'art. Hem vist els diferents tipus de marxants presents a Barcelona i hem destacat la debilitat del grup d'elit. A la vegada aquesta jerarquització ens ha servit per mostrar una jerarquització de les zones.

I ja en una anàlisi més aprofundida hem pogut comprovar que aquestes jerarquies no són estables sinó dinàmiques. I que, si bé hi ha poderoses raons per a la concentració i l'estabilitat de les jerarquies, la necessitat per part dels nous entrants d'entrar en el món de l'art i la competició entre marxants per escalar posicions o imposar un altre tipus d'art o un altre mode de funcionar professionalment genera una guerra de posicions entre ells en què l'espai i la creació de nous barris artístics tenen un paper clau. L'estabilitat de les jerarquies artístiques (on l'art modern té encara el domini) i el conservadorisme de les elits barcelonines han fet fracassar diversos intents de capgirament de la jerarquia dels espais artístics i de la jerarquia

dels marxants d'art de la ciutat. Ara bé, avui en dia ens trobem amb un mercat més multipolar, més plural que augura un futur prometedor per al món de l'art barceloní. En aquest sentit les administracions culturals poden jugar un rol (i sovint se'ls reclama) per donar més dinamisme en els moviments de galeries i en el mercat de l'art en general. Finalment hem vist però que tot depèn d'entendre, tal com ho hem fet aquí, les condicions òptimes per al desenvolupament de una carrera de marxant (un ecosistema favorable amb artistes, turisme, nous compradors, institucions artístiques potents, altres maneres de funcionar) que possibilitarien l'aparició de noves fornades de marxants disposats a arriscar per guanyar posicions en la jerarquia del mercat de l'art. En aquest sentit, és imprescindible entendre el significat dels trasllats dels marxants, la clau de volta per a entendre finalment la relació entre l'espai urbà i els marxants d'art.

Referències bibliogràfiques

- ASSOULINE, PIERRE (1988). *L'homme de l'art. D.-H. Kahnweiler 1884-1979*. Paris: Gallimard.
- BECKER, HOWARD S. (1988). *Les mondes de l'art*. Paris: Flammarion.
- BOURDIEU, Pierre, (1977). «La production de la croyance. Contribution à une économie des biens symboliques». Dins: *Actes de la Recherche en Sciences Sociales* 13, pàgs. 3-43.
- BOURDIEU, PIERRE (1998). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Madrid.
- BOURDIEU, PIERRE (1995). *Las reglas del arte*. Barcelona: Anagrama.
- CHARLE, CHRISTOPHE (1998). *Paris fin de siècle. Culture et politique*. Paris: Éditions du Seuil.
- GRIGNON, C., PASSERON, J.-C.. (1992). *Lo culto y lo popular. Miserabilismo y populismo en sociología y literatura*. Madrid: Ediciones de la Piqueta.
- LASH, SCOTT, MYLES, JOHN. «From Accumulation to Circulation: Young British Artists and Twenty-first Century London», ponència a la conferència «La societat de la cultura», Barcelona, 6-8 juliol, 2000.
- LORENTE, JESÚS-PEDRO (1997). *Espacios de arte contemporáneo generadores de revitalización urbana*. Universidad de Zaragoza.
- LOTTMAN, HERBERT R. (1981). *La Rive gauche. Du Front populaire à la guerre froide*. Éditions du Seuil.
- MENGER, PIERRE-MICHEL. (1997) *La profession du comédien. Formation, activités et carrières dans la démultiplication de soi*. La Documentation française.
- MENGER, PIERRE-MICHEL. (1999), «Artistic Labor Markets and Careers». Dins: *Annual Review of Sociology*, núm. 25, pàgs 541-574.
- MILNER, JOHN (1988). *The studios of Paris..* New Haven, Paris: Yale University Press.
- MOLOTCH, HARVEY (1996). «L.A. as Design Product. How Arts Work in a Regional Economy». Dins: Allen J. Scott et Edward W. Soja, *The City. Los Angeles and Urban Theory at the end of the Twentieth Century*. University of California Press.
- MOULIN, RAYMONDE (1983). *Le marché de l'art en France*. Paris: Éditions de Minuit.
- MOULIN, RAYMONDE (1992). *L'artiste, l'institution et le marché*. Paris: Flammarion.
- MOULIN, RAYMONDE (1995). *De la valeur de l'artiste*, Paris: Flammarion.
- RODRIGUEZ MORATÓ, ARTURO (1995). *Sociología de los creadores artísticos. El caso de los compositores españoles contemporáneos*. Tesi doctoral dirigida per Salvador Giner, Universidad Autónoma de Barcelona.
- RODRIGUEZ MORATÓ, ARTURO (1997). *La problemática profesional de los escritores y traductores. Una visión sociológica*. Barcelona: ACEC.
-

- RODRIGUEZ MORATÓ, ARTURO (1999). «La redefinición posmoderna de las reglas del arte». Dins: CAIA, *Epílogos y prólogos para un fin de siglo*. Buenos Aires.
- SCOTT, A. J., «The cultural economy: geography and the creative field». Dins: *Media, culture and society*, vol. 21, number 6, november 1999
- SIMPSON, CHARLES R. (1981). *SoHo. The artist in the city* Chicago. The University of Chicago Press.
- TORRES, MILAGROS, *Les avantguardes a Barcelona*. Tesi doctoral, Universitat de Barcelona (document microfilm). Barcelona, 1993
- WHITE, HARRISON C. et CYNTHIA (1991). *La carrière des peintres au 19e siècle*, Paris: Flammarion.