

MARIA EUGENIA TUSQUETS Y LA INFLACION DEL ARTE

«Se han creado demasiadas galerías en los últimos años»

Los expertos y analistas parecen estar cada vez más preocupados por los entresijos que mueven el mundo del arte y que hacen que un autor esté más o menos cotizado. En los últimos tiempos estamos asistiendo a un proceso de revisión de los mecanismos que provocan el que un pintor o escultor sea aceptado por el público asiduo de las galerías; el propio Orson Welles ha desvelado en su última película «Fake» lo que hay de falso o verdadero en el mundo del arte. El tema de la comercialización de las obras de arte y el «boom» de las subastas y galerías ha pasado a un plano de primera actualidad.

Maria Eugenia Tusquets es una joven pintora barcelonesa que pocos días después de haber inaugurado en la Sala Anglada su segunda exposición individual —sin contar otras realizadas en diferentes ciudades españolas— ha vendido la mayoría de los cuadros expuestos. María Eugenia tiene la suficiente capacidad de distinción y experiencia personal para poder hablarnos de las corrientes, superficiales o subterráneas, que mueven al mundo del arte.

—El pintor joven tiene muchas dificultades para darse a conocer, pero esto ya pasa en casi todas las actividades o profesiones. El camino hasta llegar a una exposición individual es lento: hay que empezar asistiendo a colectivas, presentándose a todo tipo de premios para poder darse a conocer. Cuando se ha alcanzado cierto prestigio se puede ir a ofrecer a una galería o a veces son las galerías quienes acuden al artista; pero estos últimos casos son los menos, porque hay un buen número de galerías que sólo quieren autores consagrados.

—¿Cómo se determina la cotización de un artista?

—Al igual que otro producto comercial la cotización del artista está sometida a las leyes de la oferta y la demanda; pero en este apartado caben múltiples variantes, porque hay marchantes que fijan una cotización muy alta de un artista, que no corresponde al valor reconocido en un momento determinado, pero no les importa no vender y esperar que con el paso del tiempo aumentará la cotización de sus

pinturas. En ocasiones la demanda es creada artificialmente, sin existir un auténtico público comprador, ya que son las propias galerías las que realizan entre sí compraventas, dejando a todas algún beneficio.

LAS RAZONES DE LA COMPRA

—¿Cuáles son las razones principales que determinan a un cliente a comprar un cuadro?

—Los hay de dos tipos muy diferenciados: el que lo compra para especular y el que lo adquiere para conservarlo, porque le gusta. Hay un tipo de clientes que visitan las exposiciones de pintores jóvenes, buscando nuevos valores que puedan subir en un próximo futuro; son los que preguntan la edad del artista, el currículum, número de exposiciones hechas, si el artista volverá a pintar... Algunos preguntan claramente si nuestra pintura se cotizará bien el día de mañana. Pero también ha comprobado que existe un público joven, que no está tan condicionado por la futura cotización del artista y que sólo busca la buena calidad.

—Has vendido prácticamente toda tu exposición siendo una pintora todavía poco conocida. ¿Cuál es el mecanismo empleado para dar a conocer la exposición, para atraer al público?

—La verdad es que la mayoría del público que ha acudido a ver la exposición está formado por amigos y conocidos de la galería y del artista; en un 50 por ciento son gente que ha recibido un catálogo y al sentirse interesado por el artista, ha ido a ver la exposición. Despues hay una minoría que vienen por las críticas leídas o simplemente entra al pasar por delante de la galería y llamarles la atención algún cuadro visible desde el exterior.

—Tu exposición está inspirada en la sociedad de los años treinta. ¿Crees que el tema ha podido influir en la buena venta de tus cuadros?

—En parte, sí, pero no fundamentalmente. Pero también reconozco que el mercado ahora pide cuadros figurativos, aunque esto no influya nada en la tendencia que sigo personalmente, porque no podría pintar de una manera forzada. A veces he probado en realizar algún cuadro abstracto, pero lo he de-

jado al ver que no era una cosa auténtica. Al público por lo general le gusta la pintura realista, que pueda entender fácilmente. Muchos pintores siguen ahora la línea surrealista, que ahora ha alcanzado mayor auge que en el momento de su aparición; la moda actual del surrealismo parece inexplicable para los expertos en arte. A mí me gustó para esta exposición el coger el tema monográfico de los años treinta; ya sé que es una decisión discutible, porque se puede alegar hasta qué punto es válido el reflejar algo que no ha vivido. Pero yo tampoco pretendo que sea un reflejo auténtico, ya que la he enfocado como un homenaje a aquella época.

—El arte es cada vez más una mercancía de la sociedad de consumo y por una serie de razones que explica hace unos días Carmen S. Larraburu en un colega barcelonés: el nuevo orden económico, la proximidad de crisis monetarias y el descubrimiento del arte como inversión segura. Ante el espectacular «boom» de las galerías barcelonas ¿crees que se ha producido una inflación artística debido a que el mercado no ha crecido paralelamente con la oferta?

—El peligro está ahí, porque el mercado del arte va ligado a las tendencias inflacionistas de la economía en general. Creo que se han creado demasiadas galerías en los últimos años, aunque esto siempre favorece al artista que así tiene más oportunidades de exponer. Pero temo que muchos se hayan embarcado alegramente en esta empresa y se vean obligados a cerrar en un próximo futuro. Es un defecto típico de este país: al ir bastante bien durante un par de años el mercado del arte, muchos se apuntaron a última hora y de una manera improvisada abrieron alguna galería. Ahora se ha producido una inflación; es el mismo caso, y permítaseme el similitud, que los ganaderos que el año pasado criaron muchos cerdos al subir de precio y que este año se están arrestando por el gran aumento de la oferta sobre la demanda.

Mira por dónde el mercado del arte va unido con la ganadería porcina...

IBARZ