
**LA MERCANCÍA EXQUISITA.
BREVES NOTAS PARA TODOS AQUELLOS QUE SE PREGUNTAN QUIÉN PONE
EL PRECIO**

Sonia Cabrera González

Recibido: 15 de Septiembre de 2011
Aceptado: 15 de Septiembre de 2011

RESUMEN

Contestando a la manida pregunta sobre quién pone el precio en el mercado del arte, hago un breve dibujo de presentación, de un panorama activo, en el que la obra no se relaciona únicamente con lo establecido (el museo, la exposición) sino que pasa a ocupar un lugar privilegiado dentro de la economía. Los agentes del mercado y fuentes de consulta fundamentales para la iniciación a la comprensión del fenómeno.

Palabras clave: mercado, precio, arte contemporáneo, subasta, índices, galerías.

Cada vez que aparece en los medios de comunicación una noticia sobre el valor desorbitado de una obra alcanzado en subasta saltan todas las alarmas, y neófitos (y no tanto) se preguntan qué está pasando, ¿el mundo se ha vuelto loco? 4,2 millones de euros, por la obra de un artista español vivo: Barceló subastado en junio... Y entonces, me preguntan: “pero, ¿quién pone el precio?” Y yo respondo: “el mercado”. Si existe alguien dispuesto a pagar ese precio por la obra, ¿por qué no venderlo así?

Podríamos hablar de que el “gran público” identifica el arte únicamente con las exposiciones, con los museos... algunos despistados incluso, con la decoración (este cuadro que combina con las cortinas... así de triste). Hay muchos amantes del arte (y grandes documentados también) que desconocen el complejo entramado del arte y sus agentes, configuradores de un mercado, tan bien estructurado y alejado de cualquier reminiscencia romántica, como todos los demás. La mercancía por excelencia, la más exquisita.

No voy a hacer una historia de la evolución del mercado hasta llegar al panorama contemporáneo, sino una presentación de este mundo tan apasionante, compuesto de múltiples agentes.

¿Cómo llega “un cuadro” a costar varios millones de euros?

Muchos artistas se preguntan cómo llegar a ser reconocidos. Envían sus dosieres a galerías, se presentan a concursos o se autogestionan, buscando una visibilidad que llega en contadas ocasiones, y por las razones más variopintas... En realidad, la mayoría de las veces, la obra de un artista puede validarse en el mercado gracias al *savoir faire* del galerista (y no precisamente porque le haya llegado el cv), que es el encargado de “mover” la obra: que esté en exposiciones, ferias, bienales...y sobre todo, que se relacione. El galerista en la actualidad se ha convertido en una figura clave para la introducción de un artista en el circuito (basta pensar Larry Gagosian). Ha asumido los roles del marchante, mejorando su posición. Estamos en un primer escalafón, en el que la galería hace la función fundamental: hablamos de mercado primario.

La galerías fijan sus precios, en relación con el mercado, fundamentalmente comparando trayectorias: exposiciones individuales, colectivas, premios...todo suma. En esta línea de preciar las obras, debemos mencionar la gran fuente de referencia, Artprice, de la que hablaremos más adelante.

Como comenté, el galerista debe mover la obra en los circuitos, sobre todo es fundamental su presencia en ferias, que son el evento fetiche del mercado de arte. Las galerías las preparan un año vista y se desviven por demostrar méritos que les permitan asistir a los grandes referentes internacionales: ART BASEL. ART BASEL MIAMI BEACH, ARCO...y multitud de ferias satélites surgen en torno a ellas. En la actualidad, podemos contabilizar unas 2.601 ferias del sector.

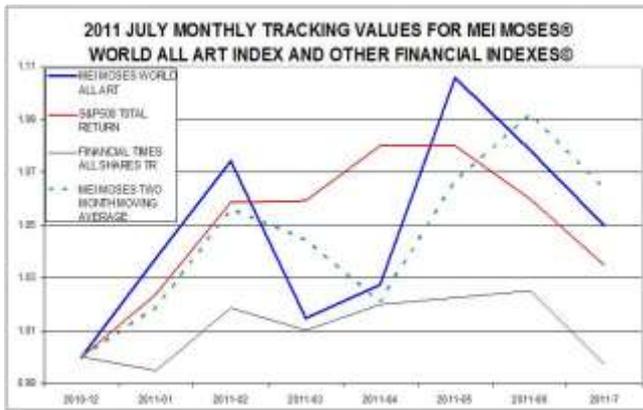
Y no sólo el criterio del galerista. Grandes compradores de arte contemporáneo crean su propio séquito de artistas, intentando mover el mercado en la dirección que más les interesa: es el caso de personajes como Charles Saatchi, impulsor de la carrera de los artistas más polémicos. Otros compradores se fijan en su “gusto”, lo toman como referencia. Y aquí llegamos a un punto fundamental: tener dinero e invertirlo en arte no implica poseer un gusto o criterio superior; que un magnate americano se encapriche con un burro de porcelana y llegue a pagar por él un millón de dólares, no implica que el resto de mortales debamos pasar esa pieza a nuestra historia del arte particular.

Lo que desorbita los precios y hace que la gente se lleve las manos a la cabeza, son las subastas. No existe límite. Si hay alguien que quiere y puede permitirse tener una obra, podrá pujar por ella lo que se le antoje, puro capricho, estrategia, o inversión. Esto es lo que hace que una obra llegue a costar varios millones de euros.

A partir de un buen resultado (Sotheby's y Christie's son las principales casas de subastas), comienza una etapa de bonanza, reconocimiento y cuestionamiento. Y algo que hay que destacar a este respecto, es que no es igual la reacción ante el valor de una obra de un artista consagrado, a cuando se trata de artistas de nuestra contemporaneidad más inmediata.

Obviamente, existen factores relacionados con la artisticidad, pero son tan abstractos, que parece que molestan en este mundo práctico.

Datos. Conocer más.



Muchos siguen sin entender que este estructurado mercado tiene sus índices de referencia (Mei Moses, es el índice que señala la posición actualizada de la inversión en arte y su valor), sus bases de datos (como las de las casas de subastas, que están en la web) y sus publicaciones especializadas (ART&AUCTION, por ejemplo)...Y para los que estén interesados, la mayor base de datos es Artprice:

“Artprice es el líder mundial de base de datos sobre las cotizaciones y los índices de arte con más de 27 millones de índices y resultados sobre unos 450.000 artistas. Artprice Images © permite un acceso ilimitado al más grande base de datos mundial sobre el mercado del arte, es decir una biblioteca compuesta por 108 millones de imágenes o grabados de obras de arte comentadas por historiadores del año 1700 hasta hoy.

Artprice enriquece permanentemente sus bases de datos procedente de 3.600 casas de venta y publica de continuo las tendencias del mercado del arte para las principales agencias, 6.300 periódicos y revistas en el mundo entero, así como para sus 1.300.000 miembros.

Los mecanismos y los secretos del mercado de las subastas de arte narrados por nuestra agencia de prensa. Cada semana, nuestro departamento de econometría del arte, le facilita las últimas tendencias del mercado del arte, informes y análisis minuciosos”¹.



El informe anual que Artprice publica, es un documento fundamental para cualquier estudioso del tema. No sólo aparecen los rankings (el Top 500 de los artistas por cifra de negocio y el de las 100 mejores subastas del año), sino las tendencias del mercado, su relación con la economía mundial, los nombres, los mercados emergentes, etc. En otra escala, en España, tenemos una web especializada en mercado, arteinformado.com, cuyas newsletters nos acercan al panorama de manera actualizada.

Nuevas formas de mercado

Por si no ha quedado claro que el arte es un activo financiero (destacando su cualidad de “valor refugio”), China lanzó en 2009 un nuevo modelo (que perfecciona el fondo de inversión que ya se venía utilizando): el de la bolsa de arte. Con esto, el mercado de arte se mueve en el entorno bursátil, y así el juego es cada vez más lucrativo y más alejado del fenómeno artístico-romántico. Sí señores, el arte es una buena inversión...en todos los sentidos.

¹ Artprice [en línea] <http://web.artprice.com/AMI/AMI.aspx?id=MTEwOTYyNTMzNDYyOTk>

“El arte es un bien económico. Es a la vez un objeto de consumo y un activo financiero (...) son bienes especulativos ya que la demanda determina la apreciación futura del precio y la apreciación futura del precio determina la demanda (...)”²

Resulta algo complicado entender el arte como un activo económico, pues parece que esa consideración lo aparta de la dimensión estética extrasensorial que estamos acostumbrados a conferirle. Pero el arte contemporáneo entra en el circuito económico como deudor del sistema capitalista en el que ha nacido (lo que no quiere decir que el mercado de arte haya nacido en la contemporaneidad. En este mercado, hay varios elementos diferenciadores: el arte incrementa su valor con el paso del tiempo, invertir en arte se reconoce socialmente (prestigio, RSC...) y es un valor refugio.

Y es difícil generar una conciencia sobre las ventajas de invertir en arte, ya que, todavía para la sociedad es más fácil entender que un vehículo cueste 50.000 euros a que ese sea el precio de una obra plástica. Un vehículo se deprecia, una obra de arte no: con ella se puede obtener liquidez en un momento determinado, se pueden obtener ventajas fiscales, sus descendientes la podrán heredar (por no entrar en cuestiones de placer)³.

Esta mercancía exquisita es la más cuestionada por neófitos y escépticos, pero no debemos dejar que el debate sobre el valor de algo inenarrable ensombrezca su capacidad para seguir deleitándonos con cada nuevo descubrimiento sensorial.

² John Picard Stein , Journal of Political Economics, 1977, vol. 85, nº5

³ Sonia Cabrera, “Arte: mercado y aspectos legales”, en Ilustre Colegio de Abogados de Tenerife, Santa Cruz de Tenerife, junio, 2009