



¿A quién comprar arte?

Joan-Francesc Ainaud

Director de ArtisPlus

09/08 Para muchos coleccionistas el contacto directo con el artista sigue siendo lo ideal, pero no es ni fácil ni a menudo posible, especialmente cuando tomamos en consideración a los más cotizados / consagrados. Para éstos la intermediación de un representante o marchante es absolutamente necesaria no sólo para filtrar la demanda sino para descargar al artista de la gestión de su obra.

Artistas, marchantes y profesionales de la intermediación varios, galerías, casas de subasta, museos, centros expositivos, muestras, fundaciones, administraciones públicas, críticos, comisarios y coleccionistas constituyen un entramado interrelacionado de agentes que conforma el sector de las artes visuales.

El elevado incremento de las compras tanto institucionales (públicas) como de fundaciones y corporaciones (incluyendo los fondos de inversión promovidos por las mismas), así como maniobras especulativas encabezadas por algunos artistas, han influido decisivamente en el alza de precios del mercado del arte contemporáneo. Por otra parte, el aumento de la oferta expositiva que ha conllevado una red creciente de espacios de titularidad pública o promovidos por fundaciones y empresas, ha generado un incremento del interés social por el arte y, por ende, un incremento de la demanda.

Aunque las galerías de arte y, sobre todo, las ferias que aquéllas contribuyen a vertebrar, siguen liderando el mercado primario y en el secundario sólo aparecen superadas por las grandes casas de subastas, su rol aparece continuamente cuestionado tanto por artistas como por coleccionistas: tanto en su papel clásico como principales promotores de los primeros (muchos de los cuales terminan abogando por una gestión más directa y abierta de su obra y por la explotación de circuitos alternativos) como en su rol de asesoramiento a los compradores (en tanto que condicionadas por su *stock* y portafolio de artistas).

Para muchos coleccionistas el contacto directo con el artista sigue siendo lo ideal, pero no es ni fácil ni a menudo posible, especialmente cuando tomamos en consideración a los más cotizados / consagrados. Para éstos la intermediación de un representante o marchante (ya sea persona física o galería de arte) es absolutamente necesaria no sólo para filtrar la demanda sino para descargar al artista de la gestión de su obra. Entrar en el taller del artista y poder seleccionar tanto obra reciente como de otras épocas es pues, para una mayoría, una quimera y, cuando se consigue, tampoco es garantía de pagar el mejor precio posible.

Aunque Internet se ha convertido en un canal facilitador de este contacto y en escaparate de obras para muchos artistas con menor presencia tanto en el mercado como en los espacios expositivos públicos y privados, los artistas más cotizados prefieren otros canales de comunicación y venta. Por otra parte, la mayoría de "portales" de artistas son básicamente acumulativos y los criterios de búsqueda permitidos no son generalmente lo suficientemente selectivos, por lo que el asesoramiento profesional, directo o indirecto, sigue siendo altamente recomendable para cualquier comprador (coleccionista o inversor). Internet, en cambio, es más interesante como fuente de información o también como canal para el mercado secundario, tanto a través de subastas como (cada vez más) de la venta directa.

La intermediación de calidad sigue siendo, pues, la mejor opción y, junto a las empresas (galerías y casas de subasta) existe un número importante de profesionales de la intermediación (representantes, marchantes, *dealers*) cuyos roles son a menudo difusos e incluso compaginables, en un mercado en que al final cualquier agente puede terminar desempeñando cualquier función. Al lado de estos intermediarios tradicionales emergen también nuevos agentes: empresas que ofrecen un trato más personalizado y un portafolio de servicios de valor añadido que van mucho más allá de la mera venta de una obra de arte.

El comprador, pues, tiene ante sí un abanico muy amplio donde elegir. Y la variable decisiva en la elección de la mejor opción en el largo plazo será, por supuesto, la confianza que en él despierten los agentes en danza.