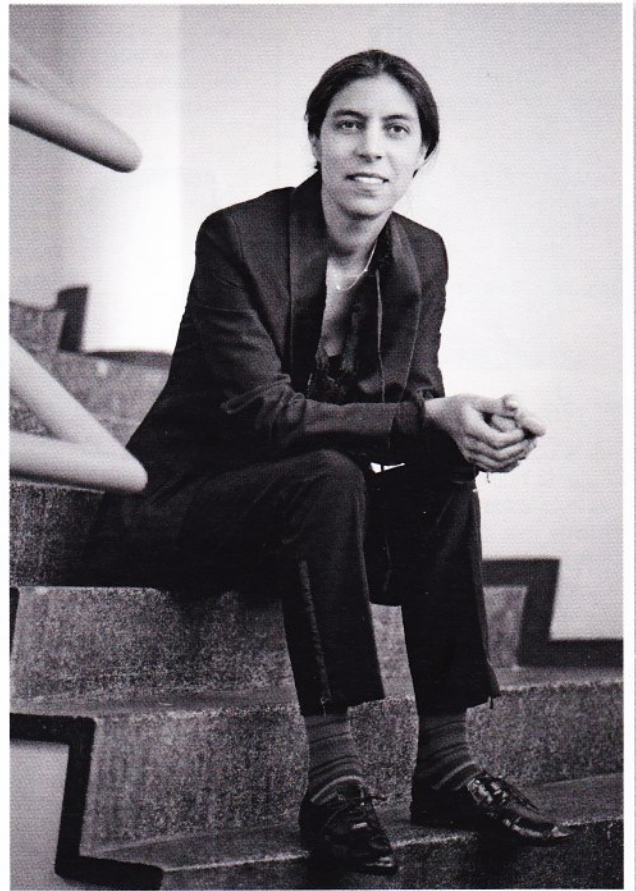


# EL MERCADO DEL PLACER

POR ANA SOKOLOFF\* | FOTO FERNANDO DECILLIS



**E**xiste la belleza y existe el deseo de propiedad. También el poder y el deseo de superioridad. Aunque el arte responde principalmente al campo de la belleza, al convertirse en objeto no puede escaparse de ser un objeto propicio de ser poseído, y al serlo, no deja de otorgarle al poseedor un sentimiento de superioridad.

Con esto en mente, en la Colombia de hoy podemos hablar de un mercado del arte sano ya que existen los condicionantes para que este se desarrolle tanto local como internacionalmente. Hay escuelas de alto nivel que se dedican a la enseñanza de las artes plásticas, la historia del arte y la crítica de arte. Existen espacios expositivos por donde circulan obras e ideas. Hay pensadores dedicados a la crítica del arte y plataformas para este campo en revistas, páginas web y blogs que permiten difundir la información sobre las manifestaciones artísticas de actualidad. Además, el país cuenta con una feria, salones nacionales y regionales, museos, espacios alternativos y otros medios de distribución de obras de arte como las galerías y las subastas de beneficencia y, ante todo, cuenta con un público espectador y otro comprador (coleccionista).

Por todo esto, se puede decir con certeza que en el país hay un mercado del arte y es válido analizar cómo se le atribuye valor a una obra. También vale la pena resaltar algunos aspectos estructurales. Y es que aun cuando las manifestaciones artísticas, por principio,

se resisten a la commodificación, el público –además de admirador– es consumidor. Por tanto, busca la forma de poseer y es aquí donde entran las leyes más puras de la oferta y la demanda: el valor lo dicta el mercado. Lo que cambia es que el balance entre oferta y demanda es más abstracto; la subjetividad manda sobre la demanda pero no necesariamente influye en la oferta. Artistas hay, y miles. Pero no todos logran precios altos y mucho menos mantenerlos estables. El galerista y el artista pueden atribuir un valor inicial, pero la demanda es la que determina el precio y el valor de mercado no necesariamente responde al valor histórico.

Para que un artista llame la atención del medio –y por tanto se valore– se requiere (salvo algunas excepciones) que haya efectuado estudios de artes visuales y que su obra se circunscriba a las prácticas del arte. Su trabajo debe romper con los cánones de representación (originalidad) y, si no lo hace, al menos debe interpretarlos de una manera propia y eficaz. Es decir, tener su propio estilo. También debe cumplir con una serie de condiciones que incluyen desde el título de la obra o la procedencia hasta la literatura al respecto. Y es importante que al artista lo conozcan artistas, curadores y críticos antes de que el mercado lo identifique, lo cual suele conducir a ser incluido en exposiciones y publicaciones y finalmente a ser adquirido o coleccionado por los llamados *arbiters of taste*.

Todo es relativamente calculado. El caso de Óscar Murillo –que tanto llamó la atención

por el precio que alcanzó en una subasta– no es un golpe de suerte. Cumple con todas las características que se requieren para darle valor a una obra: ser un artista reconocido; estudiado (en Londres y en una buena escuela de arte donde fue identificado rápidamente por curadores, galeristas y coleccionistas); tiene amigos con posición y poder; tuvo exposiciones en espacios no comerciales y galerías hasta llegar a que lo compraran los Rubell, los grandes coleccionistas de Miami, y otros tantos menos conocidos por nosotros antes que ellos.

**A**sí opera esta tripartita de poder controlada por el galerista, el artista y sus coleccionistas. La obra se trata de colocar en buenas colecciones y museos antes de vendérsela a desconocidos. Con ello se crea el deseo de poseer lo mismo que los poderosos. Y a esto se le suman los resultados de la oferta y la demanda: mientras más deseo y poca oferta, mayor precio. Esta ecuación la comprueban los resultados recientes en subastas públicas. Hay algo de *timing*, o en que Murillo (al igual que otros como Tauba Auerbach y Wayne Guyton) esté de moda, pero no lo llamaría “suerte”. Aunque estar en el lugar adecuado, en el momento adecuado, sin duda, ayuda. 📍

\*ANA SOKOLOFF: Asesora en arte, residente en Nueva York.  
[www.sokoloffart.com](http://www.sokoloffart.com)