

# La guía del coleccionista **COLLECTING**

# 101



**artprice.com™**

## Bienvenido a

### ART STAGE SINGAPORE 2013

Tenemos el placer de anunciarles la colaboración entre Art Stage Singapore y Artprice.com (líder mundial de información sobre el mercado del arte), que todos esperamos sea duradera. Una de nuestras iniciativas clave es publicar análisis del mercado del arte y un flujo digital continuo de información para proporcionar valor añadido a los coleccionistas de arte.

Dado que los coleccionistas y los compradores asiáticos están ampliando su presencia en el mercado del arte, Art Stage Singapore y Artprice.com tienen el deber de ofrecer a dichos coleccionistas, tanto a los nuevos como a los experimentados, la información que les permita realizar compras con pleno conocimiento en cualquier circunstancia. Con este espíritu, hemos creado la guía Collecting 101, que desarrolla las siguientes cuestiones clave:

#### ■ PARTE I: ¿DÓNDE COMPRAR ARTE?

Comprar en el mercado primario

Comprar en el mercado secundario

Los protagonistas del mercado: galeristas, ferias, casas de subastas; el papel de Internet

#### ■ PARTE II: ¿CÓMO INFORMARSE?

Informarse sobre el artista

Informarse sobre la obra

Comprender el precio

A propósito de la galería o del marchante

#### ■ PARTE III: ¿CÓMO COMPRAR?

Tomar su propia decisión

Negociar una rebaja

El arte como inversión

#### ■ PARTE IV: ¿CÓMO CONSERVAR SU OBRA DE ARTE?

Esperamos que la disfruten.

## PARTE I: ¿DÓNDE COMPRAR ARTE?

### Comprar en el mercado primario

01

Con la expresión mercado primario se designa a las obras que son puestas a la venta por primera vez. Se trata de obras frescas, salidas directamente del taller del artista. Esta producción inédita resulta particularmente estimulante. Es propensa a disparar la adrenalina de los coleccionistas durante las sesiones previas de las galerías y de las ferias de arte.

#### *El vendedor*

El galerista obtiene la obra directamente del artista y la ofrece a sus clientes. Fija el precio de la obra por primera vez. Generalmente el precio resulta atractivo, es decir, menos elevado que las cifras alcanzadas en el mercado secundario, especialmente en las casas de subastas. Esta política de precios por debajo de la cotización en las subastas permite a la galería vender a un artista con rapidez y durante todo el año.

#### *La demanda*

El éxito de un artista se mide por su grado de demanda. Si el artista que usted codicia está muy solicitado, puede verse en una larga lista de espera... Toda vez que las galerías venden de manera prioritaria a grandes coleccionistas e instituciones.

#### *La decisión de comprar*

Si la obra le gusta, tome inmediatamente su decisión antes de que otro comprador sea más rápido que usted (la trayectoria de un coleccionista a menudo está jalonada por disgustos, pero raramente con remordimientos). Tenga siempre presente la famosa réplica del gran marchante Larry Gagosian: «You snooze, you lose!» (Camarón que se duerme, se lo lleva la corriente). Si toda la producción del artista ya ha sido vendida, es mejor figurar en la lista de espera que comprar una obra de peor calidad desenterrada entre las existencias.

**Lorenzo Rudolf**

Director y fundador  
Art Stage Singapore

**Thierry Ehrmann**

Presidente y director general  
Artprice.com

## PARTE I: ¿DÓNDE COMPRAR ARTE?

### Comprar en el mercado secundario

El mercado secundario está compuesto por obras que han sido vendidas como mínimo en una ocasión. Si un coleccionista, un marchante o una galería revenden una obra que ya ha sido objeto de transacción, la obra pasa al mercado secundario. La mayoría de las reventas se produce en salas de subastas, aunque no únicamente allí. Son numerosos los profesionales especializados en la recompra y la reventa de común acuerdo.

#### *El vendedor*

Puede ser un agente (actividad confidencial para una red privada cualificada, ideal para garantizar su anonimato como vendedor o como comprador), un marchante especializado (este especialista en un período, un género o un movimiento artístico a menudo es un experto en la materia), una galería (la galería oficial de un artista, es decir el mercado primario, también puede desarrollar una actividad de reventa), casas de subastas (ventas privadas de común acuerdo y ventas al mejor postor).

#### *La demanda*

La información es el nervio de la guerra. Su usted busca una obra en concreto, hágaselo saber a los galeristas y a los marchantes correspondientes. Sea preciso en cuanto al tema, el período y la calidad deseados, así como acerca del presupuesto de que dispone. Los profesionales pueden no sólo avisarle llegado el momento, sino también llevar a cabo un trabajo de investigación.

#### *La decisión de comprar*

Si un artista ya está muy solicitado en el mercado primario, le saldrá todavía más caro en el mercado secundario, especialmente en el marco de una subasta. Las subastas se anuncian públicamente (catálogo, comunicado de prensa, correos electrónicos, aparición en diversos medios de difusión, etc.) y atraen a todos los entusiastas del artista susceptibles de pujar.

## PARTE I: ¿DÓNDE COMPRAR ARTE?

### Los protagonistas del mercado

Lugar de exposición y de venta de obras artísticas, la galería es uno de los principales protagonistas del mercado del arte. Algunas galerías están especializadas exclusivamente en el mercado primario (trabajan directamente con artistas jóvenes o con artistas vivos ya confirmados), otras en el mercado secundario (trabajo de recompra y de reventa sin contrato con el artista), pero numerosas son las que las desarrollan su actividad en ambos.

- Promueven a los artistas, les garantizan una notoriedad creciente y fomentan su desarrollo comercial.
- Garantizan la venta y proporcionan a los artistas la solidez económica necesaria para producir.
- Controlan el precio de las obras, mantienen e incluso hacen progresar las cotizaciones.
- Defienden a sus artistas a largo plazo y acumulan existencias con vistas a su revalorización.

El mercado del arte ha cambiado notablemente en los últimos veinte años, y con él lo ha hecho la profesión de galerista. Éste ya no es solamente un intermediario entre el artista y el coleccionista. Su ámbito de intervención se ha ampliado y ejerce una actividad con múltiples facetas, más aún si se especializa en arte contemporáneo.

#### *El galerista de arte contemporáneo*

Mantiene vínculos estrechos con sus artistas, fundados en un respeto mutuo y una relación complementaria: el artista aporta su talento y el galerista su experiencia y su capacidad de venta. Si trabaja solo, debe desarrollar sus aptitudes como descubridor, promotor de talentos, mediador, comisario de exposición, administrador de obras, experto, consejero artístico, asesor, productor, especialista en comunicación y marketing, sin perder la intuición. Habitualmente, la complejidad del trabajo exige la ayuda de un equipo, amplio o reducido, según la capacidad de la galería.

*Promocionar*

La función de la galería de arte contemporánea es sacar a la luz a sus artistas y revalorizarlos mediante exposiciones regulares en la galería, pero no solamente eso. Para garantizar la proyección de sus artistas, también organiza exposiciones externas para bienales, museos, instituciones diversas o ferias de arte contemporáneo. Actualmente, promocionar a un artista supone un esfuerzo financiero considerable. Para dar a conocer a un artista no basta, como en los años cincuenta, con exponer en París y en Nueva York. Con el desarrollo de las grandes ferias internacionales, las galerías deben asumir la globalización y pasar como mínimo por Basilea, París, Londres, Nueva York, Miami, Hong Kong y Singapur.

*Producir*

Las producciones artísticas también han evolucionado significativamente y, con ellas, los modos de financiación de las obras. Los artistas contemporáneos producen obras de gran formato, utilizan materiales costosos, así como técnicas que precisan la participación de gremios especializados, vídeos e instalaciones con un coste elevado. En definitiva, las necesidades financieras exigen encontrar socios (empresas, coleccionistas, mecenas, instituciones). Las galerías intervienen cada vez con mayor frecuencia en el proceso de producción de las obras. Su red y su poder financiero son bazas nada despreciables a la hora de realizar proyectos ambiciosos que acelerarán la notoriedad del artista.

*Contrato y remuneración*

Hoy en día, el contrato moral entre artista y galerista resulta insuficiente. Es necesario formalizar y proteger los intereses de ambas partes. El contrato tradicional contempla un margen del 50% del precio de venta de una obra para la galería, en compensación por sus servicios. Sin embargo, los acuerdos pueden ser mucho más complejos. En determinados contratos de exclusividad, el artista reserva toda su producción (en todo el mundo o dentro de un país) a su galerista habitual y puede esperar en contrapartida un ingreso mensual sustancial que le dará libertad para crear. Son muy infrecuentes los casos de artistas que en el comienzo de sus carreras disfrutaban de semejante seguridad financiera. En general, los artistas emergentes y sin cotización establecida dejan sus obras en depósito para que el galerista gestione su venta.

*Ferias de arte*

Abiertas a aficionados al arte, a curiosos, pero sobre todo a coleccionistas acreditados, las ferias de arte permiten contemplar, descubrir, formular preguntas, comparar. Tienen una función educativa, permiten capacitar la mirada, aprender a desentrañar las obras, sentir las grandes tendencias.

Desde hace veinte años, las ferias de arte (antiguo, moderno y contemporáneo) desempeñan un papel cada vez más importante en el mercado del arte. Una feria bien orquestada puede ofrecer obras de tal calidad y diversidad que nada tendrán que envidiar a las sesiones más prestigiosas de las grandes casas de subastas. Para mantener un nivel de calidad, los expositores y las obras son sometidos a una criba meticulosa por parte de un director y un comité profesional. Esta selección concienzuda genera un clima de confianza que propicia las transacciones y que permite exhibir obras icónicas o inéditas.

*Cualidades de una feria*

Las virtudes de una feria se miden con arreglo a varios aspectos. Actualmente, el alcance internacional es el objetivo principal de las grandes ferias, y el grado de excelencia de esta proyección depende de una identidad bien definida (las directrices, el director, el comité de selección) y de la calidad de las obras expuestas. La importancia de una feria también radica en los eventos que organiza: conferencias, rebajas de precios, visitas privadas, sinergias con otras instituciones culturales durante la feria, estados de ánimo y propuestas de estilo artístico de vida. En cuanto a las menos veteranas, se las juzga por su inventiva y su espíritu de iniciativa.

*Los negocios y lo demás*

Las ferias son necesarias para el equilibrio del mercado del arte por diversos motivos. Constituyen el único modo que tienen los marchantes para encontrar coleccionistas que normalmente no acudirían a su galería. Por tanto, desempeñan una función esencial al servicio de las galerías para la comercialización de sus obras. Al margen de lo relacionado con los negocios, las ferias permiten establecer contactos en escasos espacio y tiempo con los coleccionistas y los galeristas, desde luego, pero también con periodistas, editores, críticos de arte, comisarios artísticos, consejeros, directores de museos y otras personalidades del mundo del arte. En particular, constituyen un trampolín esencial para las galerías todavía desconocidas y los artistas emergentes.

Una sala de subastas tiene algo de electrizante. La competencia entre los postores, los precios en ascenso, el ritual del golpe de martillo... Algunas obras desatan una auténtica fiebre compradora y los precios alcanzados en ocasiones se sitúan al margen de la realidad del mercado.

#### *La adrenalina de las subastas*

Basta con que dos postores deseen la misma obra en el mismo momento para que su precio se dispare literalmente. Y ocurre que los precios de algunas piezas rompen todos los récords en cuestión de minutos. Pocos meses después, serán revendidas por decenas o cientos de miles de dólares menos. Por tanto, conviene no dejarse llevar por la adrenalina de las pujas para no pagar un precio desmedido. Antes de pujar por un lote, fíjese un límite. Por otra parte, algunos postores se dejan llevar por el juego de las pujas más allá de su capacidad financiera. Una situación que termina volviéndose contra ellos. En efecto, cuando el adjudicatario no cuenta con los medios para hacer efectiva su puja ganadora, se le culpa de «locura en la subasta». En tal caso, el objeto en litigio es puesto de nuevo a la venta y la diferencia con el nuevo precio de adjudicación correrá por cuenta del postor enajenado, que puede llegar a perder mucho dinero... A cambio de nada.

#### *Informarse sobre un lote*

Antes de pujar por un lote, obtenga toda la información posible. Puede solicitar a la empresa de ventas «un informe de condición» que detalle el estado de conservación de la obra. Y no se detenga ahí: infórmese sobre la cotización del artista y sobre el tipo de obra (técnica, época, tema) consultando los resultados de adjudicaciones en Artprice o bien haciendo tasar la obra a un profesional independiente de la empresa encargada de la venta. La cotización de una obra depende de varios elementos: su precio puede aumentar si procede de una colección prestigiosa o si ha sido cedida a exposiciones importantes. Por el contrario, su cotización puede verse perjudicada por trabajos de restauración o porque la obra ha sido presentada demasiadas veces en salas de subastas.

#### *¿Cómo pujar?*

Dispone usted de cuatro posibilidades para pujar por una obra: puede pujar estando presente físicamente durante la venta (con un sencillo gesto de su mano dirigido al comisario subastador, una señal con la paleta numerada o una puja realizada en voz alta), aunque no es necesario desplazarse. También puede pujar a distancia por teléfono durante la venta (recibirá una llamada poco antes de la salida del lote), dejar una orden de compra al comisario subastador o al secretario con motivo de las exposiciones, o incluso pujar en línea en determinadas casas de subastas que ofrecen una plataforma virtual adaptada.

#### *¡La adjudicación no es el precio final!*

En una subasta, el precio final equivale al precio de adjudicación más los gastos fijados libremente por las empresas de ventas. Por tanto, preste atención. Tenga siempre presente que su puja final no corresponde al importe real que deberá desembolsar. Según el país de venta, la empresa, el origen de la obra y su gama de precio, deberá añadir al precio de adjudicación los gastos de venta (que oscilan entre un 10% y un 30%, de promedio) y en ocasiones diversos impuestos (IVA, derechos y gravámenes a las importaciones)

## El papel de Internet

En pleno año 2012, el número de usuarios de Internet se acercaba a 2.500 millones de personas. Los protagonistas del mundo del arte utilizan esta herramienta global en diversos ámbitos (sitios oficiales, redes sociales) para comunicar, promocionar, informarse, comprar, vender, etc.

*Prepare su visita a una feria*

Tres o cuatro días para visitar una feria, descubrir cientos o miles de obras: es muy poco tiempo. Las páginas web de las ferias hacen posible preparar esta visita. En general, presentan a los concurrentes con un enlace a sus páginas web oficiales, publican el programa de conferencias, ofrecen información útil para desenvolverse in situ y difunden datos de todo tipo en las redes sociales, como Facebook y Twitter. Además, las ferias evolucionan con la técnica. Para su edición de 2013, Art Stage ha creado una auténtica feria virtual que complementa a su feria física y que permite conocer las obras por adelantado, tres días antes de la apertura oficial.

*Compra / venta en línea*

Hoy en día, casi el 100% de los marchantes y de las galerías de arte cuentan con un sitio Internet que permite enlazar con mercados virtuales. La compra en línea se ha rápidamente democratizado para las obras del mercado secundario (artistas ya conocidos) y funciona cada vez mejor para algunas obras del mercado primario, como fotografías o grabados. Los compradores y vendedores en Internet dan prioridad al circuito más rápido, menos costoso en términos de gastos y más líquido, al que permite encontrar un precio de mercado en tiempo real con una masa crítica de participantes. Las traducciones en varios idiomas y los servicios de alerta de correo electrónico son algunas de las soluciones estudiadas para que el comprador y el vendedor puedan encontrarse rápidamente desde dos ubicaciones geográficas distantes. En diez años, Internet ha pasado de ser un instrumento de promoción a convertirse en una herramienta esencial de compra y venta.

## Informarse sobre el artista

El hecho de obtener información precisa y útil le permitirá adoptar la decisión correcta. Una manera excelente de aprender suele ser establecer vínculos con algunas galerías reconocidas, con coleccionistas o con consultores de arte. La mayoría le recibirá y le informará cordialmente, incluso si usted no está familiarizado con el arte. Un consejo: no sea tímido. ¿Cómo descifrar la biografía del artista? ¿Cuáles son los datos claves y por qué?

*Edad*

La edad de un artista es la primera información que se facilita en su biografía. Céntrese en esta cuestión porque tiene repercusiones en el potencial de carrera. Un artista joven tiene todo el futuro por delante (sobre todo si está respaldado por una galería importante), mientras que uno de edad avanzada tiene pocas posibilidades de desarrollar una carrera si no lo hizo anteriormente.

*Formación*

a menudo, todo comienza con una buena formación. Determinadas escuelas de prestigio son auténticos trampolines para los jóvenes titulados, que en ocasiones son reclutados por las galerías apenas finalizan sus estudios. Centros como la Universidad de las Artes (UAL; antiguos alumnos: Anish Kapoor, Lucian Freud), el Royal College of Art de Londres (RCA; antiguos alumnos: Henri Moore, Tony Cragg), la Corporación Kaikai Kiki fundada por Takashi Murakami en Tokyo (antiguos alumnos: Aya Takano, M. Chiho Aoshima) o la Academia Central de Bellas Artes de Pekín (CAFA; antiguos alumnos: Fang Lijun, Liu Wei) dan testimonio de la calidad de la enseñanza recibida y constituyen un punto favorable en cualquier CV.

*Reconocimiento*

las recompensas son importante, ya que suponen un reconocimiento del medio profesional. El artista laureado puede obtener más notoriedad, una publicación, una exposición o una suma de dinero beneficiosa para ayudarle a financiar un proyecto. Existen numerosos premios y recompensas. Entre los más importantes, podemos citar: el premio Turner (se concede sólo a artistas británicos. Antiguos galardonados: Antony Gormley, Damien Hirst), el premio Hugo Boss, gestionado por la Fundación Guggenheim de Nueva York (antiguos galardonados: Douglas Gordon, Pierre Huyghe), el premio de arte de Hiroshima (antiguos galardonados: Cai GuoQiang y Yoko Ono) o incluso el premio de arte de China (Chinese Art Prize o CAP, para pintores emergentes de este país). Un galardón prestigioso constituye un impulso para la carrera de un artista. Sin embargo, son pocos los artistas que pueden presumir de un reconocimiento de este tipo.

*Exposición y colección*

La importancia de las exposiciones se mide más en términos de calidad que de cantidad, ya que depende del prestigio de la institución, del galerista, de la bienal o de la feria de arte en cuestión. Para un artista, exponer en una galería o en un museo de fama mundial es un signo claro de reconocimiento internacional. Lo mismo sucede con el grado de notoriedad de las colecciones públicas o privadas: la adquisición de una obra por parte de un coleccionista influyente (como Charles Saatchi, Uli Sigg, Zhang Rui, Budi Tek o François Pinault) lanza la carrera del artista y estimula a otros compradores.

*Publicación*

La prensa especializada en arte no registra tiradas llamativas, pero resulta esencial. La notoriedad de sus críticos de arte, la categoría de sus lectores y el aura de la publicación llaman la atención.

*Artistas de mercado secundario*

En el caso de los artistas antiguos y modernos, la notoriedad depende de la huella que hayan dejado en la historia. Infórmese sobre el papel desempeñado por el artista en su época y sobre su influencia posterior. ¿Formó parte de un movimiento artístico? Dicho movimiento ¿era desconocido o tuvo importancia en la historia del arte? ¿Es del agrado de los críticos? ¿Es popular? ¿Ha inspirado al mundo de la moda, el cine o la publicidad?

*La influencia de Internet*

Gracias a Internet podemos encontrar gran cantidad de información sobre los artistas. Sin embargo, no podemos juzgar la notoriedad de un artista solamente en función de su presencia en la Red. Cualquier artista autoproclamado puede crearse una imagen, una biografía, una reputación gracias a una actividad asidua en el ciberespacio. Por tanto, la presencia en Internet es necesaria pero no basta. La notoriedad virtual no puede sustituir el filtro de las galerías, los críticos, las instituciones culturales y las ferias.

*Recomendación*

Determinados artistas se benefician del efecto de las modas. Logran una enorme notoriedad en un momento dado y después caen en el olvido. Así pues, se aconseja no guiarse exclusivamente por el renombre, ya que la posteridad puede olvidar rápidamente a los artistas que estuvieron de moda en vida.

*Informarse sobre la obra**Autenticidad*

La autenticidad es el nervio de la guerra. El factor riesgo es mínimo para los artistas vivos, ya que los certificados de autenticidad son fáciles de obtener. Por el contrario, con las obras de artistas fallecidos es preciso actuar con cautela. Para evitar sorpresas desagradables, solicite antes de la compra los documentos que acompañan a la obra. El certificado de autenticidad debe haber sido emitido por una persona considerada una autoridad en el artista. Más que de obtener un certificado, se trata de conseguir el certificado correcto, gracias al cual no se podrá poner en duda la autenticidad de la obra. Este documento es a la vez una garantía cultural y una garantía del valor financiero de la obra. Otra prueba de autenticidad: la mención de la obra en el catálogo razonado del artista es una información fiable.

*Autoría anónima*

Puede suceder que resulte imposible atribuir una obra a un autor. En tal caso, usted escuchará de marchantes y de casas de subastas expresiones como “al estilo de”, “talante”, “manera de”, “género de”, “según”, “modo de”, etc. Preste atención, ya que no suponen ninguna garantía concreta en cuanto a la identidad del artista. Las obras anónimas, como por ejemplo una estatua china antigua, deben ser analizadas y declaradas auténticas en función de la exactitud de su historia o de la procedencia que se les atribuye.

*Peritaje*

El peritaje es un examen en profundidad tras cuya realización el experto determina o no la autenticidad de la obra. El informe de peritaje también debe incluir un informe del estado de la obra en el que se indicará si ha experimentado daños o restauraciones. Esta información es importante, ya que afectan al precio final. El valor de una obra deteriorada o muy restaurada desciende considerablemente. En las salas de ventas, los expertos y los comisarios subastadores que investigan las obras antes de sacarlas a subasta a menudo son generalistas. Por tanto, pueden verse engañados por una falsificación habilidosa o, por el contrario, no reconocer una firma de prestigio. Si se produce un problema semejante, el comprador o el vendedor puede obtener la anulación de la venta y exigir un reembolso, o bien la devolución de la obra (la legislación varía según cada país).

*Obra original o edición*

Lógicamente, la obra original y única resulta más cara que una obra múltiple, ya que ofrece a los coleccionistas el atributo de rareza que buscan. Sin embargo, determinadas obras “originales” y “únicas” no son realizadas íntegramente por el artista, ya que muchos artistas trabajan con ayudantes o con proveedores externos. Los talleres de algunas estrellas contemporáneas como Jeff Koons, Damien Hirst, Takashi Murakami y Zhang Huan cuentan con más de cien ayudantes cada uno.

Generalmente, las obras múltiples son menos caras que los dibujos o las pinturas. Así pues, se trata de un ámbito excelente para iniciar una colección sin asumir riesgos financieros. Las obras múltiples deben ser puestas en circulación en una cantidad limitada. Cuanto más bajo es el número de ejemplares, más influye el criterio de rareza en el valor. Para estar seguro sobre la edición, verifique el marcado de la obra (su número de ejemplares; por ejemplo: 2/8) y la presencia de la firma del artista.

#### *Esculturas :*

En principio, las esculturas de madera, metal o arcilla son piezas únicas, pero las obras realizadas con bronce, otras aleaciones o algún tipo de resina suelen ser múltiples. Estas últimas se realizan gracias a un molde que permite obtener varios ejemplares. La tirada debe efectuarse con la autorización y bajo el control del artista. Una vez finalizada, la destrucción del original (la escayola o el molde) garantiza en principio la autenticidad, si bien algunos falsificadores llevan a cabo sobremoldeos y ediciones no autorizadas.

■ Ediciones tradicionales de figuras de bronce : la rareza marca el precio. Por lo general, las figuras de bronce se editan con un límite de doce ejemplares numerados, incluidas las pruebas de artista (numerados así: 8 + 4 pruebas de artista). Las obras más valoradas lucen tanto la firma del artista como la del fundidor.

■ Ediciones numeradas y firmadas : por encima de los doce ejemplares tradicionales, los precios bajan. Verifique la fecha del vaciado, la presencia de una firma y de la marca del fundidor. Exija un certificado de autenticidad.

■ Ediciones recientes : existen ediciones post-mortem (realizadas tras el fallecimiento del artista) autorizadas por los beneficiarios. Deben ir selladas o bien lucir una marca grabada, así como el cuño de la tirada. Son mucho menos caras que las ediciones efectuadas en vida del artista. Su valor también depende del número de ejemplares.

■ Ediciones no numeradas : algunas esculturas no están numeradas. Atención a las garantías, ya que puede tratarse de una mera reproducción y no de una obra original (por ejemplo, las podemos encontrar en las tiendas de los museos) o incluso de una falsificación (sobremoldeo).

#### *Grabado y fotografía*

Las fotografías y los grabados son obras múltiples, salvo que se indique lo contrario; por ejemplo, “monotipo”, “pieza única” o 1/1. La sensación de rareza les da un valor más elevado. Al igual que con la escultura, los grabados y las fotografías originales incluyen una numeración (edición limitada) y una firma de la mano del artista (en el anverso para los grabados y a menudo en el reverso para las fotografías). También aquí, cuanto más limitada sea la edición, más preciada y cara será la obra.

■ Edición de fotografías : solamente las tiradas firmadas y numeradas con un límite de treinta ejemplares (incluidos todos los formatos y todos los soportes) y realizadas por el autor o bajo su control disfrutan de la condición de verdadera obra rara. Por encima del número reglamentario, la obra pierde su originalidad y se define como un múltiplo, cuyo precio es más bajo. Para que las fotografías de los artistas asiáticos contemporáneos sean valoradas adecuadamente en Europa y en los Estados Unidos, la obra no puede tener una edición superior a treinta ejemplares.

■ Edición reciente : determinadas fotografías tienen tanto éxito que son retiradas, en ocasiones tras la muerte del artista. Las pruebas más caras son las de tipo vintage y cuanto más reciente es la tirada, menor es el precio.

■ Edición de grabados : no existe un límite para la producción de grabados. De algunos de ellos se tiran quince, cien o quinientos ejemplares. En el mercado también es posible encontrar pruebas de artista (con la anotación EA, “épreuves d’artiste”, en el margen) destinadas al autor del grabado, y pruebas “fuera de comercio” (con la anotación HC, “hors commerce”, en el margen) reservadas inicialmente a los colaboradores o a los amigos del artista y del grabador.



## Comprender el precio

.....

Determinar el precio de una obra de arte exige una pericia notable. El neófito a menudo queda desarmado frente a importantes diferencias de precio entre dos artistas de la misma generación o entre dos cuadros de un mismo artista. Aquí son algunas pistas para entender qué elementos intervienen a la hora de fijar el precio.

### *Notoriedad artística*

Se trata de la importancia de un artista en la historia del arte, o de su grado de innovación dentro de un movimiento o de un grupo. Para los artistas contemporáneos, que no han pasado todavía la prueba del tiempo, es recomendable confiar en asesores profesionales.

### *Notoriedad mediática*

Son las repercusiones mediáticas, particularmente en los medios especializados. Aceleran el reconocimiento por parte de los profesionales del arte.

### *Pedigri*

Es la trayectoria del artista o de la obra: exposiciones (privadas o institucionales), número de artículos de prensa significativos, adquisición de una obra por parte de un gran marchante, de un coleccionista renombrado o de un museo prestigioso, etc. Todos estos factores tienen un efecto palanca sobre el precio.

### *Rareza*

El principio de rareza tiene una incidencia clave sobre la ley de la oferta y la demanda, y afecta en consecuencia al precio de una obra. En general, cuanto más rara es una obra, más cara resulta.

### *Técnicas empleadas*

Escultura, instalación, pintura, dibujo, fotografía, vídeo, grabado, etc. Como norma general, una pintura es más cara que una escultura y mucho más cara que un dibujo.

### *Materiales*

El coste de los materiales y los costes de producción naturalmente tienen su protagonismo a la hora de fijar el precio. Una escultura de mármol (material noble) se venderá en principio más cara que una talla en madera, un material más común.

### *Fecha de realización*

Determinados períodos están más cotizados que otros. Si un artista ha sido importante en el arte durante los años ochenta, sus obras de esa década serán más caras que su producción más reciente.

### *Dimensiones*

.....

En general, cuanto mayores son las dimensiones de una obra, mayor es su prestigio y más elevado su precio. Hablamos de lienzos de “dimensiones museísticas” para los formatos de gran tamaño.

### *Estipulación de los precios*

En el mercado primario, el galerista fija por primera vez el precio en una sala o en el marco de una de sus exposiciones. Si el artista ya ha pasado al ámbito de las subastas, es más fácil obtener horquillas de precios de referencia y establecer un precio en función de la cotización oficial del artista para obras similares.

Acerca de la galería o del marchante

Encontrar información en Internet sobre un marchante puro (con actividad exclusivamente en el mercado secundario) o sobre un agente no es tan sencillo, toda vez que estos vendedores mantienen cierta confidencialidad (sobre todo el agente). Para asegurarse de la seriedad de su vendedor, infórmese en tales casos recurriendo a un consejero especializado o a coleccionistas que ya hayan adquirido sus obras. Obtener información resulta más sencillo si su vendedor es una galería de arte, ya que estos establecimientos suelen contar con un sitio Internet para promocionar sus actividades y a sus artistas. Para valorar la seriedad y la solidez de una galería es preciso conocer aspectos como la trayectoria profesional, la programación y la transparencia de la información.

Trayectoria

Céntrese en la trayectoria del galerista. ¿Desde cuándo existe la galería? ¿Cuál es su experiencia en el mundo del arte? ¿Posee un conocimiento adecuado del arte (formación o trayectoria profesional anterior)? ¿Cuenta con una o con varias galerías? ¿Qué proyectos maneja? ¿Cuáles son sus aspiraciones para los artistas a los que representa?

Participación en ferias internacionales

Si la galería participa en ferias de renombre internacional, es una buena señal. La selección de las galerías en estos eventos profesionales es ciertamente muy rigurosa. Muchos son los llamados y pocos los elegidos. Además, estas grandes ferias permiten a las galerías hacer realidad la apuesta de la globalización y ofrecen a los artistas representados por éstas la oportunidad de exponer ante grandes coleccionistas o en instituciones representativas.

Un programa serio

Analice la programación de la galería al margen de la feria: ¿organiza exposiciones de manera regular? ¿A cuántos artistas respalda? La presencia de artistas establecidos y reconocidos es una garantía de confianza. Si la galería se compromete únicamente con artistas emergentes, un grupo de diez artistas contemporáneos empieza a ser un contingente notable. Las galerías de arte contemporáneo más poderosas sostienen a veinte, treinta o incluso cuarenta artistas. En cuanto a los galeristas que trabajan también en el mercado secundario, pueden presentar un catálogo de artistas impresionantes, con 100 o 150 creadores. Esta enorme diversidad certifica la riqueza de sus existencias.

Fíjese también en si la galería consigue colocar a sus artistas en colecciones (públicas o privadas) importantes y en si es capaz de introducir a sus artistas en exposiciones de envergadura. Este labor es importante, puesto que genera un pedigrí beneficioso para el artista y hace posible su proyección internacional.

Información de calidad

Informar a los clientes es uno de los aspectos de la profesión de galerista o de marchante. El vendedor no sólo tiene el deber de proporcionar, por escrito, información clara y precisa sobre sus obras (procedencia, autenticidad, estado, cualidades o defectos diversos) y sobre el artista (biografía, exposiciones, publicación, notoriedad, etc.), sino que su seriedad se mide en función de su actitud tras la compra. Un buen galerista le mantendrá informado de la evolución del artista al que usted sigue o cuya obra ha adquirido, sobre su nueva producción y sus últimas apariciones, precios o exposiciones.

## Tome su propia decisión

El arte PUEDE ser una inversión. Los coleccionistas, al igual que los inversores, son conscientes del valor monetario de las obras que poseen. Invierta usted en obras que conozca y en las que tenga confianza. Si no tiene conocimientos de arte pero aun y así desea invertir, hágalo preferentemente en un galerista reconocido...

*Rentabilidad:*

Si compra usted una obra con un precio superior al millón de dólares, la posibilidad de una recuperación de la inversión a corto plazo puede antojarse complicada. Sin embargo, las cifras confirman el aforismo recurrente de las galerías: “las obras más caras son las mejores inversiones”. El mercado de gama alta es mucho más pujante y más rentable que el de las obras más comunes. La rentabilidad de la adquisición de obras de arte se basa ante todo en el renombre del artista. A mayor reconocimiento y celebridad del artista, mayor densidad de su mercado secundario, y menores riesgos. En este juego, los mayores beneficiados por el alza de los precios son los coleccionistas con un presupuesto medio por obra superior a 10.000 dólares.

*Los fondos de arte*

Los fondos de arte se han multiplicado en los últimos tiempos. El arte se ha convertido en un tipo de activo financiero alternativo en el que invierte principalmente una clientela acaudalada. El ticket de entrada en estos fondos de arte raramente es por debajo de 10.000 dólares, y con frecuencia supera los 100.000 dólares. Esta tarifa le dará acceso a una “cuota” de una colección de obras de arte o a una “cuota” de una obra de arte en concreto. En general, estos fondos de inversión se fundamentan en compras directas a galerías, marchantes, casas de subastas o artistas. Primer obstáculo: usted dependerá totalmente del comprador. Asegúrese de su seriedad (su experiencia debe ser doble: financiera y artística). Segundo obstáculo: el interés artístico suele ser limitado... Usted posee una cuota de una obra de arte, pero no experimentará un auténtico disfrute. Poseer físicamente la obra y vivir con ella resulta más satisfactorio...

*Compre lo que le guste*

En principio, usted no va a renunciar a su obra de arte. Quiere vivir con ella. De ahí la importancia de adquirir una obra que le guste. No invierta en arte únicamente por el dinero. La satisfacción obtenida va mucho más allá de lo pecuniario. Si compra usted arte, también estará invirtiendo en usted mismo, en una actitud diferente, en una nueva manera de mirar la vida y el mundo que le rodea... Es decir, se trata de una inversión que enriquecerá su existencia. Si analiza las colecciones más valoradas del momento, descubrirá que han sido construidas con inteligencia y pasión. Tienen una identidad propia. Ninguna parece una cartera comercialmente correcta.

## Tome su propia decisión

Para comprar de manera inteligente, el diálogo con galeristas, críticos de arte, consejeros y artistas le permitirá afinar su visión, desarrollar sus conocimientos y su sensibilidad. Encuentros, visitas y lecturas harán de usted un coleccionista informado y, gracias a la experiencia que acumulará, su actividad como coleccionista será cada vez más satisfactoria.

*Enfréntese al arte*

La curiosidad y el entusiasmo son dos de los ejes de la actividad del coleccionista. No tema sufrir una indigestión. Cuando las exposiciones y las ferias de arte son de calidad, nutren y jamás empalagan. Seleccione con cuidado las exposiciones, los museos, las ferias y las conferencias. Cuanto más aprenda, más se desarrollará su sentido crítico y más pertinentes y personales serán sus elecciones.

*Obtener la información adecuada*

Seguramente le dirán que no es necesario comprar con el oído, sino con los ojos. En efecto, no debe dejarse llevar por el efectismo de los colores, la obra debe gustarle; pero esto no quiere decir que no haga falta informarse. Por el contrario, la información precisa es una fortaleza. Antes de tomar su decisión, reúna tanta información como pueda, interrogue a varios profesionales y compare los datos.

## Negociar una rebaja

*¿Con quién?*

¿Le agrada la obra pero supera su presupuesto? No se deje intimidar: pregunte a la galería o al marchante si pueden ayudarle. Algunas galerías y marchantes de arte están abiertos a la negociación (especialmente durante las ferias de arte) y pueden acceder a un descuento de entre el 5% y el 15%.

Determinados vendedores profesionales también aceptan pagos en varios plazos. Atención: pese a que las facilidades de pago y de rebaja son frecuentes con los galeristas y los marchantes, incluso en un sitio de Internet, esto resulta imposible en las casas de subastas. En la sala de pujas, un precio de adjudicación es un precio de adjudicación: no se negocia después del martillazo.

*¿Qué clase de obras?*

Como regla general, es más sencillo negociar una rebaja para obras de artistas emergentes (aún sin una cotización establecida) que para artistas ya conocidos y cotizados. La notoriedad de un artista puede ir contra usted, ya que cuanto más solicitado esté, más difícil resultará negociar el precio.

.....

El autor francés Jean-Jacques Rousseau afirmaba que “el primer sentimiento del hombre fue el de su existencia y el segundo el de su conservación”. Lo mismo sucede con las obras de arte, que requieren cuidados para evitar los daños y para retrasar su deterioro.

#### *Conservación preventiva*

Además del hecho de contratar un seguro que le protegerá de un posible hurto o de un perjuicio vinculado por ejemplo a daños por agua o a un incendio, recomendamos que lleve a cabo una conservación preventiva. Esto le permitirá disfrutar de su obra el máximo tiempo posible, e incluso transmitirla a las generaciones futuras o revenderla en las mejores condiciones sin que su valor financiero se reduzca debido a algún desperfecto.

Ante todo, resulta esencial prestar atención a los factores ambientales, ya que el medio debe ser lo más estable posible: los cambios de temperatura y la humedad deben ser mínimos y queda prohibida la incidencia de la luz diurna directa sobre las obras. Deben evitarse los rayos del sol sobre pinturas, dibujos y fotografías, ya que el calor y los rayos ultravioletas perjudican la estabilidad de los materiales.

#### *Obras en lienzo (no muy frágiles):*

Con el tiempo, la tela del lienzo se retrae o se afloja, el esmalte de las pinturas se oxida, cambia de color y arruga la superficie. El porcentaje de humedad ideal se sitúa en torno al 55% si la temperatura es de unos 20 °C.

#### *Obras en papel (muy frágiles):*

Luz, calor y humedad son los enemigos declarados del papel, que se degrada químicamente. El ambiente debe ser saludable para evitar el desarrollo del moho. El papel es sensible al polvo y a las sustancias ácidas, y determinados insectos se alimentan con él.

#### *Obras en madera (resistentes)*

Evite los cambios de temperatura y los insectos. Al igual que con los lienzos, el porcentaje de humedad ideal es del 55% para una temperatura cercana a los 20°C.

#### *Fotografías (muy frágiles)*

.....

Es preciso manipularlas con la mayor de las precauciones, evitando el contacto directo con la piel. Son muy sensibles a las variaciones de humedad y de temperatura, y deben ser protegidas de la luz directa.

#### *Obras en metal (resistentes)*

Para evitar el óxido, se recomienda una humedad máxima del 30%.

#### *Obras contemporáneas y técnicas mixtas (la fragilidad depende de los materiales):*

Las obras recientes deben ser protegidas y expuestas en unas condiciones de conservación adecuadas. Para anticiparse y conservar lo mejor posible su obra, documéntese o pida consejo a un restaurador para saber cómo estabilizar los materiales de una manera óptima.

Si detecta una circunstancia anormal en su obra y en sus materiales (degradación de los colores, pérdida de material, etc.), las condiciones de conservación no son óptimas y no debe dudar en pedir la opinión de un profesional.

# artprice.com<sup>TM</sup>

Artprice.com, líder mundial de información sobre el mercado del arte, constituye un acceso exclusivo a la información sobre subastas de Bellas Artes en el mundo, que le permitirá conocer los precios de las obras de arte, tanto si usted compra, vende o invierte en arte.

Artprice.com es el sitio de Internet de referencia que permite encontrar la información detallada sobre subastas (pretéritas y futuras), seguir las tendencias del mercado del arte y saber cómo evoluciona el mercado de sus artistas.

Artprice.com es un mercado en línea donde los profesionales y marchantes promocionan sus obras y objetos de arte, piezas de diseño y antigüedades.

ArtMarketInsight, la agencia de prensa de Artprice.com, analiza y da a conocer los mecanismos y los secretos del mercado del arte en el mundo, y suministra de manera continua las tendencias del Mercado del Arte a las principales agencias de prensa y a 6.300 publicaciones en todo el mundo.

Dedicado a mejorar la transparencia del mercado, Artprice.com, junto a sus especialistas, historiadores y economistas del arte, recopila, procesa y analiza desde 1997 la información y los datos procedentes de 4.500 casas de subastas. De esta manera ha creado la base de datos más exhaustiva del mundo, que ofrece más de 27 millones de índices y cotizaciones, resultados de adjudicaciones y anuncios de subastas detallados desde el siglo XVII hasta nuestros días, para más de 500.000 artistas.

Tanto si es usted un experto, un galerista, un conservador o un coleccionista (experimentado o neófito), en Artprice.com encontrará las herramientas y los servicios que necesita para optimizar sus transacciones, entre una amplia oferta de accesos ilimitados a partir de 99 euros anuales.

*Collecting 101* ha sido publicada con motivo de ART STAGE SINGAPORE, celebrada del 24 al 27 de enero de 2013.

©2013 by artprice.com

Edición limitada

Impreso en Singapur