

CARTA DEL EDITOR

PUERTAS ABIERTAS

Una de las tareas que debería abordar urgentemente el sector es la popularización de las subastas. Parece evidente que el tradicional secretismo en el que se ha movido buena parte del mercado del arte no sólo ha contribuido al desconocimiento general, sino que ha propiciado la distancia entre los posibles compradores.

La inmensa mayoría de los ciudadanos no tienen la menor idea de cómo funciona una subasta, ni de los precios y objetos que salen a remate. A eso han contribuido eficazmente todos los medios de comunicación nacionales e internacionales, recogiendo y magnificando únicamente los precios de adjudicación de obras que sólo están al alcance de unos pocos multimillonarios. La imagen que se traslada, pues, es la de que o tienes tres o cuatro millones de euros a mano o si no, es mejor que no te acerques a una sala.

A esto hay que añadir también el escaso interés que algunos implicados han puesto en popularizar sus salas, con el consiguiente perjuicio que les reporta. Si el gran público tuviera acceso a la oferta habitual del mercado, se incrementarían considerablemente las ventas.

A la transparencia que debe presidir toda actividad comercial y profesional, urge sumar aquí y ahora una campaña coordinada de difusión y popularización del sector que alcance no sólo a las salas, sino también a anticuarios y galeristas, y en conjunto a todos los interesados.

Para un país de más de cuarenta y cinco millones de ciudadanos, el que la cifra de compradores más o menos habituales no supere los diez mil, no deja de ser ridículo y sorprendente. Sobre todo cuando se ha comprobado, como ahora, que en tiempos de dificultad económica el sector ha aguantado el tipo y no se han desplomado las ventas.



Urge una campaña coordinada de difusión y popularización del mercado del arte

Hay, por tanto, que desterrar el concepto de que el buen paño en el arca se vende y aceptar sin reservas que la publicidad no es un gasto, sino una inversión, y que una de las principales tareas de los agentes del sector debe ser el acercamiento al público en general, para conseguir saltar la barrera actual que no beneficia a nadie e impide avanzar al mercado. Y no es tarea imposible. En varios países de nuestro entorno hace mucho tiempo que lo han conseguido. Basta con imitar su modelo.

garciajuez@subastassigloxxi.com