

012

**INICIATIVA "POR UNA COMUNIDAD DE ARTES VISUALES"
PROGRAMA "LUNES DE CRÍTICA"
UNIDAD 1: ARTE, ESTADO E INSTITUCIONES PRIVADAS**

**MESA 1: "LUCES SOBRE EL MERCADO DEL ARTE CONTEMPORÁNEO DESDE LA
TEORÍA A LA PRÁCTICA"
LUNES 30 DE OCTUBRE DE 2017**

PONENTES: STEPHAN GRUBER, ALEJANDRA MONTEVERDE, MAX HERNANDEZ
MODERADORA: SAIRAH ESPINOZA

Miembro organizador: Buenas noches a todos. Estoy aquí en representación de un grupo que es bastante más grande que está detrás de todo el proyecto en general, hemos empezado en mayo a reunirnos mensualmente. Voy a hacer un brevísimos resumen de lo que es la iniciativa. Por una comunidad de artes visuales se gesta con estudiantes, gestores culturales, curadores, artistas visuales, académicos en general que están preocupados por la situación actual que está aconteciendo en la escena de arte local, está disgregada, hay inconvenientes que están afectando de alguna manera al grupo que no está sabiendo hacer frente a esta situación con una postura unificada de crítica. Las reuniones empezaron en mayo por el asunto relacionado a la Bienal de Venecia, y a partir de eso constantemente todos los lunes con apoyo de Andrea Elera y la Sala Miró Quesada se empezó a gestar esta idea, Por una comunidad de artes visuales, que lo que hace es pensar en plataformas para empezar este proyecto de gestar una comunidad, una organización un gremio, etc. Pero que empiece principalmente por los actores, es decir, cómo todos nosotros nos vamos a involucrar en un proyecto o cómo va a despertar en nosotros el sentido crítico para empezar el proyecto. Bueno, la primera mesa, que es la primera mesa de lunes de crítica y del primer módulo, se titula "Luces sobre el mercado contemporáneo desde la teoría de la práctica". Sairah Espinoza es la moderadora y es historiadora del Arte por la UNMSM, estudió en la Maestría de Antropología Visual de la PUCP y actualmente es asistente de curaduría de arte contemporáneo y coordinadora del comité de adquisiciones de arte contemporáneo del Museo de Arte de Lima.

SAIRAH: Buenas tardes, como bien presentó Raúl, la primera mesa de este programa de Lunes de crítica se llama "Luces sobre el mercado del arte desde la teoría y la práctica". Hay un texto bastante interesante que los mismos participantes del colectivo han preparado y que me parece interesante compartir con ustedes. Voy a leerles rápidamente: El auge del mercado ha maquillado ciertas falencias del arte contemporáneo peruano. Incluso muchos ámbitos artísticos como la crítica, la curaduría y la misma producción se fueron amoldando o desapareciendo antes los requerimientos del mercado. Este proceso llegó a su pico con la aparición de las ferias de Arte PARC y Art Lima. Hoy, sin embargo, el retroceso de la economía en el mercado del arte evidencia en cada vez más aquellas falencias. Y en falencias, por lo que me comentan es que se hablan de este tipo de

personajes que de alguna forma se tienden a contrarrestar la movida mercantilista podría decir del arte ¿no? Digamos, esos personajes dentro del campo del arte, quizás los curadores o los críticos del arte que puedan de alguna forma dar luces también a cómo este movimiento se está desarrollando y cómo de alguna forma hay poca teorización sobre eso también. Sobre ese monte habría reemplazarse la relación de la escena artística con el mercado. No en oposición como en la vida del mercado simple, sino que ha ido planteando... a ver, perdón. Aunque la huida del mercado siempre ha sido planteada no como la posición ética del arte sino como una relación balanceada que entienda la reciprocidad de los distintos espacios para la creación de una escena saludable. En donde los proyectos, cualquiera sea el objetivo que tengan, no se responsa solo en una direccionalidad mercantil sino a posturas críticas, políticas comunitarias activistas o incluso búsquedas estéticas distanciadas de los requerimientos del mercado. Para esto, es imperativo entender cómo funciona el mercado del arte contemporáneo global y local, así como repensar las estrategias de cada espacio o artista a la hora de abordar su relación con él. Asimismo, es importante evaluar cómo funcionan las instituciones, museos, galerías, y el Estado y los actores individuales que han construido la escena que cohabitamos.

Voy a presentar a los ponentes de la sesión de hoy, Alejandra Monteverde. Ella estudió administración en la Universidad del Pacífico y en el 2016 participó del programa Finance and the art Market Social Institute en Londres. Es directora de Crisis Galería y se desempeña como asistente de dirección y ciencia en el MALI. Stephan Gruber es economista de la PUCP, realiza los estudios en la Maestría de Filosofía en la misma universidad. Ha publicado ensayos sobre crítica cultural, economía política, historia económica y teoría crítica. Actualmente enseña en la escuela Corriente Alterna y en la PUCP. Es editor asistente de la revista académica del Departamento de economía de la Universidad Católica, así como asistente de investigación del mismo departamento. Max Hernández es curador independiente, investigador y crítico de arte, ha publicado diversos textos sobre arte y cultura contemporánea en Perú, Estados Unidos y Europa. Actualmente vive en Lima y es profesor en la facultad de artes de la PUCP y en la Maestría de Historia del Arte y Curaduría en la misma universidad. Entonces, empezamos con Alejandra Monteverde. Cada uno va a tener 15 minutos para desarrollar su ponencia y después vamos a tener una breve discusión.

ALEJANDRA: Bueno, primero tengo que decir que me parece muy interesante y necesario este tipo de conversatorios. No hay muchas ponencias que aborden el tema del mercado de una manera abierta y crítica y los únicos espacios donde yo he visto que se hayan realizado conversatorios sobre el mercado son en ferias de artes y es un lugar donde no se sigue un debate tan profundo. Mi perspectiva en cuando al mercado del arte es básicamente en cuanto a las experiencias que he tenido en espacios comerciales del arte, pero bueno, de hecho, me parece acertado por parte de los administradores invitar a un representante de esta parte ya que la teoría no es suficiente para un análisis crítico y verídico de lo que realmente

ocurre en la práctica. Estudié en la Universidad Pacífico, como todos saben es una universidad de lo que se entendería como Derecha y que sigue una línea neoliberalista pro Milton Friedman, y bueno, todo lo que discutíamos en la gran mayoría era maximización de ingresos, minimización de costos, y en realidad entré a la carrera de economía y cuando llegué a Mate para Economistas ahí sí fue... y bueno, me pasé a administración, pero durante ese época iba mucho a la Católica y bueno, porque la mayoría de mis amigos estudiaban ahí y bueno, es una universidad que sí te permite disfrutar de un campus porque la Pacífico no hay áreas verdes y recuerdo que la primera vez que entré a la facultad de arte me pareció la cosa más extraña del mundo. Ningún alumno estaba en ninguno de los salones y no habían carpetas, recuerdo haber visto a un amigo dar un examen en medio de uno de los jardines colindantes a la cafetería y me pareció la cosa más... me pareció extrañísimo porque yo tenía una idea de qué es estudiar en una universidad ¿no? Y bueno, un choque similar me ocurrió cuando entré a trabajar en 80mts cuadrados. Cuando entré se encontraba en exposición la muestra de William Córdova, es un artista que me tomó mucho tiempo entender y ahora me encanta, pero la mayor... de hecho el mayor impacto para mí fue ser parte de la producción de la muestra de Ximena Garrido-Lecca, Arquitectura del Humo, ahí simplemente no entendía qué estaba pasando. En ese sentido, mi idea de lo que significa un negocio o cómo me han enseñado que se maneja un negocio, porque al final una galería de arte es un negocio comercial, ¿qué pasa con lo que está ocurriendo en ese espacio? No solo podía ser proyecciones de demandas, nunca pude hacer una proyección, algo que fue bien frustrante para mí, no podía realizar calendarios de producción, flujos de caja y todas esas herramientas de administración que se utilizan normalmente en cualquier otro negocio. O sea, con estos ejemplos quiero enseñar lo típico e incomprensible del arte, el mercado del arte, especialmente el mercado del arte contemporáneo, no tiene un comportamiento normal o típico y lo mismo ocurre en el mercado financiero del arte que es lo que en realidad a mí me llama más la atención. Y que es lo que me gustaría seguir indagando en el futuro. Justamente esa parte financiera del mercado, pero también me pasó que mientras más estuve relacionando con artistas e individuos que forman parte de este ecosistema, me fui dando cuenta del rechazo que existe hacia el mercado. Por un lado, sí lo entiendo, pero por otro lado, creo que también hay una generalización que tiene como base la falta de información o la especulación de los medios sobre ciertos datos. El arte, por mucho tiempo, ha utilizado o ha sido... sigue siendo resistente hacia la mercantilización, produciendo obras de arte de carácter efímero, piezas que carecen de un valor útil, inevitablemente lo que ocurrió en el mercado fue dotarlo de un valor financiero. Y bueno, ahondando en ese tema, la obra de arte es considerada en los mercados financieros internacionales lo que se denomina *Asset Class*. Un activo financiero. Y bueno, la inversión en el arte contemporáneo ha aumentado de manera dramática en los últimos años, no solamente en Perú, sino en el mundo entero. Bueno, impulsado en gran medida por economías en crecimiento.

O sea, en los últimos años como la economía de... como Asia, por ejemplo... de pronto también existen estos nuevos millonarios que quieren acceder a buen arte y que se encuentran en museos en NY, Londres, París y tienen el dinero para acceder a ellos y tienen que comprarlas en subastas. Por ejemplo, en el 2015, se vendió un Modigliani por 170 millones de dólares y lo compró un millonario Chino que tiene un museo y justificación para la compra de esta obra por este precio, bueno a parte de la evidente importancia que tiene la obra en sí, es un Modigliani, sabemos que es un artista que no vivió muchos años, no tiene muchas obras... pero él atribuía que la publicidad que estaba ganando por la compra a una puja abierta ya de por sí justificaba ese precio. Todo el mundo sabe que esa obra está en su museo y todo el mundo querrá ir a verlo y su objetivo final es que la gente en China pueda acceder a un buen arte, sin tener que salir de China, y bueno, para un Chino cuyo capital asciende a las 22 billones, al final 170 millones no es tanto como para una persona regular como nosotros. O sea, simplemente intentando también, claro es un monto astronómico, pero tiene una justificación y no es puramente especulación, se basa en muchas cosas que no se ven a primera vista en un artículo que puedes ver en el Comercio, o no sé. Y bueno, las tendencias al final las imponen ciertos personajes, ciertos coleccionistas llamados *Taste Makers*, probablemente espero estén bien asesorados o quiero pensar que está bien asesorados...y sí, o sea eligen grupos de artistas y los ponen un poco de moda y el resto de sus contemporáneos también quieren tenerlos y es un poco un juego de poder. Pero en ese sentido, en los últimos años es el mercado principalmente el mercado asiático o los nuevos ricos los que han elevado los precios a niveles impensables porque ellos también quieren acceder a todas esas obras que ven en estos museos y pagan precios impensables por ellos. Pero el año pasado, que llevé estos cursos, dentro de los conversatorios que tuve uno de ellos fue de una chica que trabaja en un *Art Fund* que son fondos, como los fondos mutuos, como los fondos en los que inviertas, pero lo que hacen ellos es conseguir grandes fondos. Hablamos de varios millones y con ello lo que hacen es comprar y vender arte, buscando una rentabilidad en ello. O sea, dicen que tienen una rentabilidad del 14% lo cual me parece extremadamente alto, no sé si decirles si eso es cierto o no, pero sí me pareció gracioso que hablara justamente sobre que el mercado asiático está cayendo y el mercado latinoamericano está muy caliente ahora. De hecho, es un mercado en la que muchas partes del mundo lo tiene bastante en cuenta y bueno, una de las cosas que dijo fue de hecho me interesa bastante el mercado latinoamericano a menos que entre un dictador, y todo se vaya... me pareció bastante divertido. De hecho, también, me pareció hasta... bastante frío de su parte porque una de las cosas que ella dijo fue que el arte no le interesaba, y quizás eso es necesario para tomar este tipo de decisiones financieras ¿no? Pero, la manera en la que es percibida estos activos en el mercado del arte, el arte contemporáneo que tiene un alto riesgo y eso quiere decir una mayor ganancia, tiene un alto riesgo porque está... el arte contemporáneo son en su mayoría artistas jóvenes y tú no sabes si de acá a 10 o 20 años va a seguir haciendo lo que hace y nada te asegura que sea el siguiente... todo galerista busca eso ¿no? El

siguiente Picasso, nada te asegura que un artista joven vaya a hacer eso entonces tiene mayor riesgo, pero tiene una mayor ganancia. Entonces es ese juego al que se juega un poco ¿no? Y mientras que el arte moderno, los *old masters*, tienen un bajo riesgo y una ganancia más moderada. Es la manera en la que funciona las cosas y en los mercados financieros internacionales, pero bueno, en el Perú esto no ocurre de igual manera, son muy pocos los artistas y que son, o sea, no tienen... el mercado no es tan dinámico. Igual, eso está cambiando cada vez más. De hecho, en mercados más desarrollados, las obras de arte tienen una rotación más dinámica, se compra y se vende mucho más. Y las entidades financieras son parte, los bancos aceptan hipotecar obras, extienden préstamos hipotecarios a cambio de obras, porque bueno una obra de arte tiene un valor ¿no? Pero bueno, supongo que la pregunta es qué tipo de mercado queremos tener y bueno, no sé si podemos decidir con un mercado internacional como funciona en este momento, o sea, desde mi posición de administradora a mí lo que me interesa la asesoría de arte, decirle a los coleccionistas qué comprar, sí me interesa que el mercado se expanda, que la industria cultural crezca, de hecho me encantaría ver a más artistas peruanos en subastas internacionales, pero de hecho eso también me genera un montón de otro tipo de preguntas porque de hecho, sí creo que deberíamos ser parte del juego pero o sea, es un juego que no sé si las reglas son tan chéveres. Igual, siento que hay mucho por hacer, o sea, comenzando que tenemos un estado ineficiente, pero que tampoco se entera de las posibilidades que tiene el sector cultural. Las galerías yo siento que no están funcionando bien, hay una falta de gestión y profesionalización de ser galerista que me frustra en verdad y también las galerías no son rentables, por lo menos las que conozco. No hablo de ti, pero las que conozco a profundidad, pero a pesar de esto creo que el sector cultural no puede darle la espalda al mercado, creo que necesita de él para su crecimiento y creo que sí es importante pensar en un crecimiento, pero pensar cómo ¿no? Bueno, nada más. Gracias.

STEPHAN: Ok. Muchas gracias por la invitación. La gente del colectivo. Un gusto poder estar acá y ser parte de esta mesa. Quiero decir un poco más, más precisamente, estoy de acuerdo con lo que se está haciendo lo que está haciendo el colectivo de crear discusión, no solamente por discutir, sino que es un debate como estamos acostumbrados a hacer en la Academia, sino que yo hay un proyecto y un objetivo concreto detrás. Está bien que se hagan debates y que se hagan discusiones, las vamos a tener hoy día, pero también es importante que hayan estos momentos de usar, instrumentalizar con todo lo que carga esta palabra estos conocimientos, estos mapeos, cartografías, lecturas del ambiente en el que nos desarrollamos como el mercado o la historia del arte para producir un cambio, una transformación o impedir que algo peor suceda.

Ok, entonces en ese espíritu, estaba pensando trabajar unos temas, quería ver no sé cuánto me tocaba así que no me arriesgué a hacer un texto por si alguien decía lo mismo que yo iba a decir y me veía en aprietos así que hablar de unos temas y luego seguimos la discusión con una mirada más teórica, a la práctica de lo que sería el mercado del arte, la economía del arte, lo que está un poco en

juego alrededor de lo que es el intercambio o ni siquiera intercambio, existencia de estos objetos o experiencias que son excepcionales, que son artísticas.

Un primer punto que quería plantear es un principio metodológico que me gustaría dejar en claro y es que para... yo considero al menos y eso trato de trabajarlo en un artículo que publiqué en Bisagra, en el último Bisagra, hace poco, que tenemos que salir de cierta lectura del arte en el mercado, que se detiene en un dilema entre la mercantilización, o la resistencia o la obra de esta está subsumida por el capital, cosificada y transformada y el mundo del arte es un espacio reificado o el arte o la institución del arte es resistente ante la mercantilización para algún tipo de característica intrínseca. La obra de arte es efímera, entonces no puede ser rendida, o la obra de arte es algo que no tiene utilidad y por lo tanto no puede ser un valor de uso. Eso serían las dos posiciones. Yo considero que esa dicotomía es problemática porque leer de forma equivocada cómo opera la sociedad y opera el mercado. Un primer problema es pensar que... tener una especie de característica en la obra, algo inherente que la vuelve incomercializable, o que se substraer al espacio de la producción de valor, la valorización. O sea, la experiencia de la propia... arte contemporáneo moderno, la historia de las vanguardias es básicamente esta historia de darse cuenta que todo puede ser más o menos transformado y valorizado de cierta manera. Primero tuvimos el momento de Adorno, Teoría estética donde proponía que hagamos una obra negativa, que se resista al significado, al placer, a los colores y el modernismo, el alto modernismo negativo y bueno, poco después ahí los *lobbies* de los hoteles y esas cosas por el estilo. Entonces los conceptualistas se les ocurre... por qué no hacemos... nos deshacemos de la obra y somos una desmaterialización, una obra que cuando me acerque desaparezca, entonces eso es ya pues, no tengo de dónde cogerlo, venderlo y puede quedarse el valor alrededor de la persona que lo hizo, o los documentos del momento en el que lo hizo y ahí tenemos el boom de la documentación, de los archivos y la circulación es a través de los museos, a través de colección es la gran historia ahí, pero también se engañan quienes asumen lo opuesto, que el mercado... que el arte está totalmente mercantilizado y que el capitalismo es una especie de máquina tan, tan, poderosa y omnipresente que no da requisito a nada y que todo va a ser mercantilizado inmediatamente en el momento en el que está siendo producido. ¿Por qué creo que eso también sería un error? Es porque está precisamente abstrayéndose de investigar las verdaderas maneras o las maneras precisas en las que se da este proceso de mercantilización y valoración y qué verdaderamente implica, ese reflejo asumido en donde tenemos el artista que de alguna manera su obra de arte produciría algo que es distinto al capitalismo, distinto a lo mercantil y que va a capturar la idea de la colonización del arte, de la esfera de la cultura por el mercado.

Y eso es a partir de los presupuestos que no necesariamente porque habría algo que conservar en lo que está haciendo el artista ¿por qué el mercado sería necesariamente malo? O ¿qué es realmente un mercado? Y si te pones a pensar, una serie de relaciones humanas que

están tratando de organizar algún tipo de existencia en el mundo, intercambiando objetivos y cosas por el estilo. Entonces, el otro problema con esto es que se crea un enemigo demasiado poderoso e invencible, la fe en donde yo solamente exponen varios críticos y curadores, pero yo estoy diciendo esto, pero bueno sé que todo va a ser mercantilizado, absorbido por la revolución capitalista que está sucediendo actualmente, entonces ya no hay mucho más que hacer ¿qué puedo hacer yo si estoy luchando contra un enemigo tan poderoso? Entonces, entre mala fe y la ingenuidad pues yo creo que se debe atravesar esa dicotomía, no son 2 esferas. No solo está la esfera del arte y la esfera del mercado, que está de alguna manera cooptándolo. No es que la esfera del arte esté llena de significados y valores, que la esfera del arte mercado como una especie de mundo inmoral y puramente mecánico e instrumental que estaría volviéndolo una pieza más en su juego financiero, sino que son cosas entremezcladas que tienen pros y contras en ambos lados. Hay que romper esta especie de caja negra que transformaría el mercado simplemente en esta operación de coaptación. Creo que esto es importante y pasar a investigar cómo un artista en cierto contexto, con ciertas condiciones de mercantilización de capitales y las relaciones sociales, etc. Sucede su paso al mercado y cómo, qué implica esta circulación ¿no? Si es una especie de llamada, sobre la especificidad de la producción, la circulación y distribución del arte. Que es parte lo que ha leído Sairah sobre lo que le interesa al grupo entonces en un principio metodológico.

Luego, un tema importante y ya para pasar... estaba pensando en comentar lo que había dicho Alejandra, que es la pregunta sobre el valor. Como economista, en el fondo, creo que la gente que entra a economía ¿cómo es esto de producir valor y precios? ¿no? ¿Por qué las cosas tienen precios? ¿Qué determina los precios? ¿Qué es el precio? Y el arte, sin duda es el gran misterio. Desde Adam Smith, David Ricardo, desde los primeros pensadores económicos siempre fue este momento en el que tienen que hacer su teoría y esa es la excepción ¿no? Pero bueno, ahí también los vinos antiguos y las obras de arte que parecen tener... parecen saltarse las teorías del valor, trabajo y cosas por el estilo. Entonces, saldrán preguntas sobre qué es el valor del arte y bueno ya Alejandra nos dio varios ejemplos de demenciales de alta valorización del arte ¿no? Pero esto tiene un truco ¿no? Vemos que hay obras de arte con mucho valor, exorbitante... obras de arte que tienen un valor ¿no? La gran mayoría probablemente no tiene un valor de los que quieren que sean obras de arte, sumaríamos el total de las obras posiblemente, sería bastante parecido a lo que cuesta un lapicero si hacemos un promedio de todas las obras del arte, las personas que quieren creerse artistas, desde los niños hasta todos y su valorización en el mercado no hay tanto valor como comparado con la producción industrial, pero a lo que quiero ir es a cómo pensamos el capitalismo como un sistema que produce valor y que usa el valor y crea diferencias para poder sacar beneficio.

El rol del arte tiene su lugar, tiene un lugar importante y cada vez más en ciertos sentidos. Acá estoy haciendo eco a varias teorías contemporáneas que piensan cómo el capitalismo está transformando

hacia lo que sería un capitalismo cultural, el capitalismo artístico como lo llamó Lipovetsky, o el último libro de Luc Boltanski y Arnaud, que lo llaman una teoría del enriquecimiento, en el sentido de que el arte contemporáneo y el arte en general lo que habría es que hay que producir un extra de valor donde ya no se puede producir diferencia. Es decir, la economía capitalista se muere por encontrar beneficios, entonces hay que hacer todo lo posible para encontrar beneficios... innovo tecnológicamente, probablemente el vecino lo hace y me quedo sin beneficio, hago un golpe de estado para que un dictador baje los salarios de... los trabajadores y empiezo a disfrutar eso y de la nada sacan al director y empiezan a recomponerse los sindicatos y me quedo sin beneficio, voy haciendo maniobras, financiarizo la economía y uno de estos requisitos últimos es el espacio de lo cultural ¿no?

Lo cultural te permite crear ciertas diferencias porque los objetos culturales tienen este extra de ser algo pues, experiencia, algo vital, algo único, algo auténtico, permite una diferencialidad donde puedo producir y conseguir beneficios. Entonces lo que se lee de estas lecturas del capitalismo contemporáneo es que... entonces el arte tiene un rol en... una especie de espacio nuevo del capitalismo para conseguir otras formas de edificio ¿no? Y Boltanski lo pone de manera interesante, que habrían 3 formas de valorización, uno sería la valorización industrial típica de crear mercancías que sean valiosas en sentido de su uso. Otra sería la financiera que es más bien valen porque en el futuro van a valer algo o porque están guardando valor para el futuro. Y el caso del arte sería según Boltanski sería que tienen el pasado. Es decir, es un pasado que está guardado ahí, el caso serían obras de arte antiguos, de grandes maestros, pero también el arte contemporáneo. Boltanski dice que el arte contemporáneo cuando consigue su valor, se produce como un pasado, este artista es pasado y va a trascender en el tiempo. Y con eso, es que logra tener un valor distinto al simple objeto. Entonces ahí habrían tres formas de beneficio que dependería de cómo está transformado el capitalismo, para ver cuál sería la más dominante, en el siglo XIX era la época industrial y ahora parece que en esta economía de crecimiento del valor que produce... se produce en el arte también tiene mayor circulación ¿no? Podemos recurrir a ciertas estadística, las industrias culturales que tenemos, en Francia es de 3 o 4% del PBI de todo Francia tiene que ver con las industrias culturales, obviamente acá el arte contemporáneo es una parte muy pequeña en relación al turismo que sería la más alta, pero es interesante cómo ver que el arte contemporáneo puede ayudar al turismo y cómo puede ser una de las razones por las que la gente viene a este país. Con esto quiero decir que un puntito último antes de terminar es que hay ciertas paradojas en la manera en la que produce valor el arte, creo que la más interesante es la siguiente: para que se de enriquecimiento del objeto, es decir, para que este objeto sea distinto a los demás, se necesita que tenga un valor, un valor artístico, un valor cultural. Este valor cultural lo determina una serie de personajes desde curadores, críticos, los propios artistas, la prensa, los propios mercaderes del arte, etc. Y una serie de agentes que harían...determinar este valor. El deseo del capitalista, el deseo que está trabajando en el mercado del arte

sería maximizar ese precio al máximo ¿no? Y sobre todo tener la ventaja de que al principio no vale nada, es decir que el costo de producción es pequeño y las cantidades de rentabilidad son enormes, pero es una especie de paradoja porque por un lado si la obra es realmente invaluable pues no tiene un precio. Sale del mercado por ser invaluable, está más allá del cálculo económico y no se podría tranzar. Y, pero si más bien quiero hacerlo invaluable, que se me nota que quiero que tenga un precio muy elevado, es decir, si esto cuesta mucho y me salto un poco las aduanas de su valorización artística, si no recurro a un crítico o historiador independiente, entonces se nota que de verdad no tiene un valor artístico. Lo que quiero decir es que tienes... o tu obra es autónoma y es invaluable o más bien tu obra tiene un precio y ya deja de ser autónoma, por eso el arte siempre tiene que mantener esta especie de frontera movediza entre volverse invaluable o volverse un precio sin caer en ninguno de los dos. Por eso todos estos rituales es extraño que está ligado al mundo del arte, las formalidades, back rooms de las galerías, toda esta especie de informalidad...cuando uno piensa económicamente, como tú decías, no tiene sentido esto que está pasando acá, no hay demanda, no se puede hacer tal cosa, no puedo en general. No se puede hacer mucho. Los instrumentos económicos como que fallan con el arte y es algo improductivo, es todo lo contrario, precisamente por todas esas fricciones, y esas informalidades y escondrijos que tiene el arte en su... es que permite estas rentabilidades altas que es... su nicho de rentabilidad. Gracias.

MAX: Hola a todas, primero que nada, gracias por venir acá un lunes a esta hora. Segundo, gracias a las personas que me han invitado, no sé si debo agradecer o reclamárselos, pero igual es un gusto y gracias también a Augusto. Es un gusto volver a estar aquí más o menos luego de 3 mil años y yo estuve en Lunes de Crítica hace siglos cuando probablemente mis panelistas estaban en una fiesta *teenager* y estaba hablando chorradas sobre el mundo del arte. Bien, quería comenzar con una consideración previa, es solo una constatación y no es una toma de partido. No hay arte contemporáneo fuera del mercado. Esto necesita aclaraciones, todos los aparatos de circulación, acumulación y reconocimiento del mundo del arte tiene vínculos con el mercado. Algunos más directos que otros. Piensen en cualquier artista, contemporáneo o contemporánea que consideran trascendentes y cuya obra les interese, si la conocen o lo conocen es por los aparatos del mercado. Las carreras de los artistas y las colecciones de arte tienen como un algo, se construyen en alianza con el mercado, no siempre son alianzas fáciles, no siempre son instantáneas, pero ahí están. Un ejemplo que... lo tomo de los grandes *hits* de historia del arte o del mercado: los impresionistas. No es posible concebir a los impresionistas sin su galerista, que les pagaban asignaciones mensuales, les daban exposiciones individuales, les publicaban catálogos, les compraba series enteras, les garantizaba exposiciones de obra futura y exponían sus obras internacionalmente. Ahora, ¿cuál es el chiste? Que hace todo esto entre 1870 y los tempranos 1880, la primera exposición de los impresionistas fue en 1874. Y lo interesante es que solo con la muestra que Ruel organiza en NY en 1886 cuando Durand Ruel está casi

en la bancarrota que el impresionismo comienza a tener éxito comercial, es decir, antes era un *fuckin* fracaso. Ahora, si digo que fuera del mercado no hay arte contemporáneo, no es solo porque no conocemos, fuera del capitalismo, como dice el economista suizo Christian Marazzi, el problema no es el Capitalismo en sí, es Capitalismo en mí. Y digo esto porque el valor artístico y el valor económico se generan de maneras interconectadas, dicho en otra forma, el prestigio que llamamos capital simbólico, y el dinero que es relativo a los precios que podríamos llamar capital financiero se retroalimentan y eso ocurre porque muchos aparatos del mercado son aparatos de difusión como es el caso de las galerías de arte, o como es el caso de las ferias de arte. Claro que hay espacios alternativos, claro que hay galerías dirigidas por artistas, talleres experimentales, etc. Pero están ligados al mercado de una u otra forma así sea aspiracionalmente. Igualmente, para efectos prácticos, los eventos no ligados al mercado, están ligados al mercado. Tomo como ejemplo uno de los ejemplos artísticos más importantes del mundo, la Documenta... la edición de este año del 14 incluyó un gran número de artistas que tenían grandes reputaciones internacionales. Sus galerías expusieron las obras, publicitaron anuncios promocionales en las revistas importantes, comercializaron sus trabajos en expediciones, en ferias, etc. Y la Documenta es uno de los eventos artísticos más prestigiosos y serios del mundo. Para ir a algo más cercano, tomo la feria de arte de Bogotá ArtBo, el programa de invitados especiales incluía hace un par de días una visita a un proyecto de Iván Argote que Iván mismo estaba guiando la visita, el proyecto fue comisionado por el Museo de Arte Moderno de Bogotá, Argote estaba presente en una sección de la feria, pero también estaba claramente representado por su galería brasileña en la sección principal de la feria. Y esto porque desde el siglo XVIII más o menos la visibilidad de una exhibición tiene una enorme capacidad de repercutir en las ventas de un artista. Ahora, me remito al XVIII, qué se yo, pero en verdad las cosas son distintas ahora. Hoy en día, el mercado ejerce un dominio enorme en el campo del arte, ¿qué significa esto? Que estar fuera del mercado de arte supone estar excluido del sistema. Es decir, carecer de posibilidades de crecimiento en cuanto a una carrera artística. Ahora, la cosa es más compleja, porque ese dominio del mercado significa algo más. Fuera del mercado del arte, hay otro mercado, la exclusión del mercado del arte es también un campo del mercado. Este es el lado oscuro del triunfo del mercado de la inclusión en el mercado del arte. Suena un poco enredado, pero igual. Y aquí, con lo que se transa, la mercancía es la ilusión de ser incluida o incluido en el circuito oficial. Pongo como ejemplo una anécdota de un par de días. Estaba en ArtBo y estaba conversando con algunos amigos y amigas galeristas extranjeros y veo sobre las mesas de alguno de ellos un libro, que decía: 40 peruanos y atrás decía al límite de la editorial chilena Arte al Límite. El libro es grande, tiene 250 páginas, tapa dura, buen papel, a todo color, tiene la apariencia de una publicación seria. Pregunto por el libro y me cuentan que había aparecido ahí sobre la mesa de su *stand*, como que de repente se fueron a tomar una cerveza o hacer pila y de repente les dejaron el libro. Se los dejaron ahí subrepticamente a la espera de que, en medio del tedio

de tener un *stand*, los galeristas se dan una ojeada porque entre paréntesis, cuando estás en una feria y tienes un *stand* es un coñazo mayúsculo. Ahora, sentado ahí en la mesa, decido hacer justo aquello que esperaba la persona que había dejado el libro y le di una mirada. Veo el índice y de esos 40 artistas peruanos, 20% no sabía quién diablos son, no es que tenga que saber, pero algo estoy metido en el negocio. Y cuando veo las imágenes, me doy cuenta que hubiese preferido no conocerlos nunca. Ahora, de esos 40, un 10% sí tienen una presencia real en el circuito artístico ¿por qué digo que este es el lado B? Porque esta editorial se financia cobrando a los artistas por incluirlos en sus libros, es decir, el criterio de selección es capacidad financiera antes que calidad artística. Y algo clave en esta historia es la distribución guerrilla del libro, es decir, ese radio clandestino, porque busca llegar clandestinamente a la mano de importantes agentes del mercado latinoamericano e internacional. Si de paso das una imagen pésima del arte peruano, *whatever*, lo que la editorial vende en el fondo es una falsa llegada a agentes internacionales. Dicho sea de paso, cuando hablaba con mis patas, además de decir que el libro les parecía una mierda, para decirlo en francés, no pensaban llevarse el libro ni de broma. Lo mismo sucedió hace un par de años en esta gran nación, el Perú, con otro libro, con otra selección de otros 40 artistas, editado por un pseudo museo en Florida que es más o menos de vientre de alquilar que se hace pasar por museo. Y este libro lo regalaban a las galerías que participaban en la feria de arte de Dubái en donde probablemente no sepan ubicar a Perú en el mapa. Este libro dio lugar a una exposición que se perpetró en la galería Pancho Fierro en el 2015. Bajo el título, "Los del libro de Dubái: arte peruano traspasando fronteras". Como si estar en el libro y traspasar las fronteras de esa manera vale algo. Claro, con esa lógica *spamear* es algo que se llama ahora "traspasar fronteras" ¿no? Pero en fin. Entonces a lo que voy es que el triunfo del mercado se refleja también en ese lado B, en donde prosperan negocios fraudulentos que giran en torno a la búsqueda de inclusión en el lado A del mercado. Pero el lado A tiene más lados que un lado. Y en ese sentido, el mercado del arte local está hecho de muchos mercados. Metafóricamente hablando canalizan vías mercados, vías mercado, mercadillos, ambulantes, ideas de productores, etc. Por eso, una teoría macro que englobe la realidad del mercado limeño sobretodo es complicada porque estos distintos canales terminan teniendo una cuota de mercado más o menos significativa sea por el nivel de precio que consiguen, sea por el volumen de transacciones que genera, sea por la amplitud de cartera de clientes que tienen, o sea por la cantidad de obras que pueden colocar. En todo el mercado, en cualquier parte hay un universo de canales de comercialización, pero en las escenas más precarias a nivel institucional, la nuestra, los canales que en otros lados pueden ser pocos relevantes aquí adquieren un papel significativo. La falta de institucionalidad, o la débil institucionalidad, la falta de información, hace que se confundan los términos de ese intercambio entre capital financiero, capital simbólico.

Surgen canales de circulación y sobretodo de colocación de mercado que no generan capital simbólico. Es decir, que no dan visibilidad.

Y ¿por qué lo digo? Porque el capital simbólico requiere de visibilidad dentro de los artistas para actos de valoración artística. Galerías, salas de exhibición, las salas, el universo de profesionales que trabaja en esa vaina. Así, por ejemplo, un grupo de agentes de mercado importante aquí y que está fuera del radar de mucha gente está conformado por decoradores y decoradores que definen compras que son tanto parte de un paquete de estilo de vida en donde te venden sofá, mesa, alfombra, jarrón y cuadro, como parte de una suerte de servicio auxiliar de decoración que poner encima de tu sofá o comedor. Ahora, entre los muchos decoradores que hay en Lima, diría que hay una decena que tiene una gran capacidad de colocar obra. Eso significa que hay más o menos, tantos decoradores y decoradoras que hacen de marchantes como galerías comerciales en la ciudad. En otras palabras, tú tienes un aparato de mercado centrado en carreras artísticas, las galerías y un número similar de agentes que están centrado no en carreras, sino en venta de objetos y si resalto esto es porque el mercado peruano es muy social y eso hace que ese canal, adquiera relevancia. El gusto limeño está muy orientado socialmente, podríamos decir para usar una jerga que más o menos me va, que hay un montón de *influencers* que orienten al mercado y den pautas de mercado. Que era algo que también mencionaba Alejandra, solo que lo decía con más seriedad de la que me puede salir a mí. Por ello, cuando visitas casas de compradoras, de coleccionistas locales, vas a ver que muchas se repiten los mismos nombres, cuando no el mismo tipo de obras. Es decir, que en esta ecuación entre capital simbólico y capital financiero, típica del mercado del arte, habría que incluir claramente a nivel local la variable capital social ¿no? Todos esos valores compartidos que permiten colaboraciones entre miembros de un grupo, los códigos, la confianza, etc. Algo así pasa con el campo de la consejería de arte que los gringos llaman *Art and influencers* y eso tiene síntesis similares porque ahí lo que importa mucho es el capital relacional, conocimientos basados en relaciones, proveedores, etc. Algunos, bien pocos coleccionistas locales trabajan con consultores extranjeros que te cobran una *paste*, en Lima operan *give or take 4* consultores locales, y es una cosa bastante reciente. Y nuevamente, siendo Lima, Lima tiene tintes muy sociales. Ahora, pero en realidad hay como les decía antes con los decoradores que te venden el paquete, no solo te venden el paquete sino también te pueden dar una suerte de consejería, de venta y también hacer labores de intermediación para la compra. Es decir, labores típicas del *art advisory*, y por ese papel de consejero que ejercen varios diseñadores y diseñadoras locales, ocurren cosas peculiares porque como es una cuestión social, eso implica que lo social va a determinar lo que va a hacer... no de manera absoluta, pero va a influir en aquello que va a ser influido, pero también va a influir en las carteras de clientes que van a tener estos mismos agentes. Ahora, el capital social es un recurso en general ahora que todo lo terminado lo convertimos en conceptos de capital y es un recurso de consultoría, pero acá por sobre todo, con esta consultoría llevada a cabo por decoradoras y decoradores, se vuelve un criterio medular y eso es importante porque es gente que termina influyendo en colecciones incipientes, sin contar el conocimiento necesario para guiar la construcción de una colección

pero además esas ventas que promueven influyen en ciertas carreras artísticas es decir, permiten que ciertos artistas puedan sostenerse mucho mejor que otros porque ser artista es una cagada y lo sé porque alguna vez fui artista.

Ahora, las galerías de representación suelen ser el canal oficial, y suelen ser el canal más oficial en general y en las galerías hay representaciones de esta articulación de lo cultural entre comillas y lo marcial sin comillas, es muy clara porque el trabajo que hace un galerista o se supone que hace, es construir una carrera que es construir una reputación que es construir una clientela, es construir un nivel de precios también. Y si bien a veces hay y en ese sentido uso lo que dijo Stephan hace un rato, que hay esta lógica un poco paranoica con el trabajo que hacen y que los galeristas, las galeristas buscan la obra comerciable, cuando realmente hace planta en serio, no es cuando satisface, es una demanda preexistente cuando inventas una demanda ¿no? Y ahí puedes poner de ejemplo a varios, como Picasso quien empieza a representar en el 8, luego de pintar Las Señoritas de Avignon, todo el mundo le pareció horroroso, Matisse odia el cuadro, en el 8 de Braque que le parece y le parece una cagada, en fin. Tú tienes un escenario así. Ahora, para cerrar un poco esta cosa, es que también habría que tomar en cuenta que el mercado local tampoco... local, realmente porque tiene grados de deslocalización porque el mundo del arte contemporáneo y el arte contemporáneo tiene en su internacionalidad uno de sus rasgos característicos y ahí tú tienes todos estos aparatos como lo son las ferias internacionales por definición que establecen puentes y demandan operar en lógicas propias de esos otros lugares, articularse a sus modelos, a sus dinámicas que pueden ser regionales, que pueden ser locales, así que pueden ser así y asá. Y eso, te somete a unas presiones muy particulares. Lo último, lo último que en ese sentido nuestro mercado local necesita ser abordado y estudiado lo que no es nada fácil porque la gente no quiere hablar de plata, es sobre todo en el campo del arte porque hay vía romanticismo la idea del arte por el arte, por el amor al arte y esas huachafadas suponen que en realidad eres un lobista profesional o una cosa así ¿no? Pero, hay que hacerlo. Tienes muchos canales, muchos modelos, acá conviven muchos modelos profesionales, criollos, informales, tienes también lógicas de afuera ligadas a comercialización, evasión fiscal que acá no es muy fuerte, lavado de activos, que acá no es fuerte por si acaso, porque si acá las galerías cierran y los museos luchan por su sobrevivir y si realmente con lo que tenemos plata en corrupción y narcotráfico, sino tendríamos un MoMa en cada esquina ¿no? Hay que entender lo que hay, hay que poder describir lo que hay y eso significa trabajo de campo que es bien yuca por lo que ya dije. Nada, gracias.

Sairah: Bueno, gracias a los 3 ponentes por darnos luces de esta escena artística y del mercado que por lo general muchos de nosotros, que somos investigadores, incluso estudiantes de arte en los años de estudio, no tenemos mucho acceso y no podemos aterrizar muy bien sobre este tipo de información ¿no? Pero, lo que me parece interesante saber y no sé qué ustedes opinan, un poquito más abordar sobre los temas de agentes mismos del mercado de arte local ya que

hemos hablado y han hecho unos trazos bastante panorama bastante extenso de cómo se maneja también el mercado global ¿no? Pero ¿cómo se está desarrollando el arte local? aterrizando realmente con este tipo de exposiciones o ferias internacionales como PARC o Art Lima? ¿Cómo saber si realmente este tipo de eventos o ferias condicionan de alguna forma el mercado o los calendarios mismos de producción de arte si condicionan la estética misma de los artistas y bueno, la misma circulación? ¿no? De hecho, cuando hablas de la internacionalización de los artistas y como ellos se manejan en diferentes plataformas y los mecanismos que se están dando ¿no? Como quizás los libros de arte que mencionas como arte... arte libre... Arte al Límite. De hecho, es bastante interesante ¿no? Y el libro de Dubái que son plataformas internacionales que de hecho con el boom de las bienales internacionales que muchas veces se han establecido estas bienales localizadas digamos en Dubái, en la India, en Asia, Japón donde hay mucha circulación internacional del arte y cómo estos artistas de alguna forma podrían hasta concebir como exóticos porque están de alguna forma circulando en espacios que no necesariamente son de fácil acceso para este tipo de público o de mercado, pero, sin embargo, la Bienal termina siendo una plataforma para conocer a estos artistas ¿no? Muy aparte de conocer y reconocer a los artistas que tienen un prestigio internacional y que de hecho es muy difícil que las Bienales ¿no? Se vendan digamos obras de artistas modernos, ya reconocidos porque son piezas que no se pueden... los precios son increíblemente excesivos para un mercado como el de las bienales ¿no? Está este hecho de la circulación de los artistas prometedores o jóvenes ¿no? Hay el tema de la especulación también y estos mecanismos alternativos como dices el Arte al Límite, muchos lo podríamos relacionar incluso a cómo estos mecanismos de economía o emprendedurismo, que son mecanismos que nosotros mismos en la escena limeña usamos en diferentes tipos de campos en la economía en general ¿no?, y el arte no está fuera de eso ¿no? Entonces salen este tipo de mecanismos es bastante interesante porque son en realidad plataformas y herramientas que los mismos artistas pueden usar y quizás son una opción para los artistas para poder tener esta facilidad de tener estos públicos internacionales que de alguna forma terminan construyendo un CV o algo que pueda de alguna forma alimentar un contenido para luego poder obtener otros objetivos de otros artistas como tener más exposiciones, cómo uno se presenta a una galería también me parece interesante saberlo ¿no? Y cómo alimentan esos contenidos para poder, las galerías, bueno de hecho ellos también tienen un riesgo cuando aceptan a un artista para representarlo, no solo en la plataforma local sino internacional ¿no? Entonces, bueno, más o menos me gustaría saber qué opiniones tienen cada uno de eso y sobretodo este condicionamiento que a mí me preocupó un poco si el mercado llega a condicionar la producción artística misma de los artistas.

ALEJANDRA: Me pareció interesante lo que dijiste. O sea, que bueno, todos lo sabemos de alguna manera. La capacidad financiera antes de la calidad artística ¿no? ¿Qué mecanismos tenemos para contrarrestar eso? O sea, yo de hecho lo pienso bastante y no depende solo de una persona, depende de una estructura... pero claro, creo que este tipo

de mesas ayudan a pensar qué estructuras o mecanismos tenemos para poder porque sí me parece esa... ese ejemplo del libro es... pero ¿qué puedo hacer yo que tengo una galería?, que no tengo el capital para... cómo me encantaría hacer un libro por exposición porque creo que el libro es la publicación, son súper importantes para la construcción de la carrera del artista, pero necesitas capital, necesitas dinero porque un libro cuesta y como galería... cuesta. Yo pienso ¿feria o libro? Y claro, no sé qué mecanismos hay. O sea, no sé...

MAX: Me parece... pienso que tu posición es interesante porque tienes una galería nueva, porque no estás dada por un gran capital, podrías presentarte a Joaquín Ramírez o alguien así y lo que pasa es que el triunfo del mercado para llamarlo como es en términos de lo que termina dominando el aparato que hay, impone como dices tú, ritmos de producción conozco a un artista o una artista pata mía que no se queje de que tiene que producir algo para la feria, o no sé qué tal o tal. Y un día, pone un ritmo que es más acelerado que es el ritmo de procesamiento de idea y yo creo que es un modelo que tiene límites en ese sentido, pero también para las galerías ¿no? Porque tienes 4 días para el *opening* de una feria. Lo último que me acuerdo es que tenía 4 días... Entonces tú tienes un ritmo feroz, muy desgastante y eso jode y tienes por otro lado, los procesos ponte, una cosa que estaba pasando que leía hace tiempo y no quería capturar este micrófono y este modelo lo que hace es enjuiciar sobre todo a los del medio, tienes las galerías fuertes que pueden... que como tienen tantos artistas conocidos que vendes una pieza de 1 millón de dólares y pagaste tu feria y más como las huevas y estás alojado en no sé en los Tres Reyes en base, lindísimo frente al río, súper pituco y tal, pero si manejas precios bajos ¿cuántas piezas necesitas vender para pagar un *stand* que te cuesta 10 mil dólares? Y eso es solo sin contar nada más. Entonces, esa situación es difícil. Por otro lado, las publicaciones hay cosas y modelos que yo sí he visto, tipo que sacan publicaciones en PDF, obviamente es mucho mejor, es más bonito en papel, pero incluso el PDF puedes esperar la posibilidad de hacer plata y sacarlo a destiempo, pero creo que es cuestión de buscar canales alternativos y posibilidades de alianzas. Creo que parte del problema está en que... en este modelo absolutamente neoliberalizado y las únicas relaciones que conseguimos, no todas las personas, pero en general en términos de discurso es la competitividad ¿no? Y eso es una caída.

STEPHAN: Bueno, yo puedo darte la recomendación... no conozco a nadie, podrías conocer y tener éxitos en las ferias. Quizás podría decir, de lo que comentó Sairah yo rescato 2 preguntas. Una es una pregunta de fondo ¿no? Desde la teoría es ¿qué busca el mercado? O sea, ¿qué busca más allá de...? Bueno, busca competir, ganar, acumular dinero. Moralmente ¿por qué hay mercado? Es decir, ¿por qué nos juntamos para hacer mercados los seres humanos en distintas esferas de la vida y por qué en el arte hay un mercado no? La respuesta rápida es bueno, para sobrevivir a los artistas, para que haya una especie de... como estamos en una época de mercado, los mecenas y los estilos pues es lo que mantiene vivo al artista para que siga produciendo ¿no? Para mantener vivo al artista para que siga produciendo se necesita

cierto dinero que es menos del que aspira el artista y circula en los mercados del arte, así que si en verdad esa sería la razón del mercado en el mercado del arte y no creo que lo sea. No es solamente eso, también hay reconocimiento y en general el mercado sería también un mecanismo para decirnos que...para reforzar cierto reconocimiento a nivel de crítica e historia que tendría una obra ¿no? Democráticamente todos están fascinados con cierto artista y el mercado le va a retribuir eso. Pero también los mercados crean estructuras sociales ¿no? Es decir, estructuras de jerarquías y clases sociales, dependiendo del mercado. En el mercado del arte también tenemos una estructura de clases sociales muy particulares. Una particularidad es que usualmente es una estructura de clase que no se reconoce como tal o que somos iguales, yo puedo cambiar posiciones y consideramos que yo el que trabaja con Nicholas Serota, el fondo puede ser Nicholas Serota, que es un tipo que sabe de la literatura y es el mismo mundo socialmente porque es un requisito para entrar a la educación necesaria para poder estar ahí. Entonces, usualmente no se reconocen como proletarios, como en el mundo industrial y eso por lado puede ser chévere y súper horizontal, pero por otro lado es falso porque esconde un desequilibrio de poder bien fuerte. Entonces, viendo esas 3 dimensiones, podemos preguntarnos también qué mercado queremos, qué mercado se quiere, si es solamente lo que quiero hacer con el mercado que le vaya bien, tener éxitos en las ferias, tener éxitos en los distintos lugares del mercado que cumplen ciertas características, pero hay otras estructuras que quizás no las queremos reproducir participando en ellas y se tiene que pensar en una salida, pero como dijo Max y como yo también creo, no es solamente un afuera, donde va a estar todo luces y colores y va a estar todo genial, pero estaba pensando en decir que la revolución es o los cambios que necesita uno afuera, estaba pensando en Marx, y según él no hay un afuera, solo hay un adentro lleno de contradicciones. Entonces, más que pensar un afuera es pensar en qué nos está satisfaciendo este mercado y sus promesas que tienen. Entonces, esas son otras dimensiones morales que supuestamente el mercado del arte debería crear, qué tipo de sociedad y qué tipo de estructura de clase está creando y qué lugares chirria y qué gran cantidad de gente estaría por fuera. Esta especie de materia oscura, esta masa crítica de un 99% de la gente que participa en el arte que en verdad no tiene ningún tipo de retribución más que la ilusión de ser el siguiente Basquiat, el siguiente Serota o un agente importante del arte. Esto es sumamente desigual, jerarquizado, y además con el velo de su no jerarquía y su no desigualdad ¿no?