

UACM

Universidad Autónoma
de la Ciudad de México

Nada humano me es ajeno

COLEGIO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

LICENCIATURA EN ARTE Y PATRIMONIO CULTURAL

**‘Modelos de gestión de galerías de arte contemporáneo
en la ciudad de México’**

TRABAJO RECEPCIONAL
PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADO EN
ARTE Y PATRIMONIO CULTURAL

PRESENTA:

ABEL MATUS VERDUZCO

Directora del trabajo recepcional:

Mtra. Brenda Judith Caro Cocotle

México, D.F., junio 2012

SISTEMA BIBLIOTECARIO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO COORDINACIÓN ACADÉMICA

RESTRICCIONES DE USO PARA LAS TESIS DIGITALES

DERECHOS RESERVADOS ©

La presente obra y cada uno de sus elementos está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor; por la Ley de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, así como lo dispuesto por el Estatuto General Orgánico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México; del mismo modo por lo establecido en el Acuerdo por el cual se aprueba la Norma mediante la que se Modifican, Adicionan y Derogan Diversas Disposiciones del Estatuto Orgánico de la Universidad de la Ciudad de México, aprobado por el Consejo de Gobierno el 29 de enero de 2002, con el objeto de definir las atribuciones de las diferentes unidades que forman la estructura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México como organismo público autónomo y lo establecido en el Reglamento de Titulación de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Por lo que el uso de su contenido, así como cada una de las partes que lo integran y que están bajo la tutela de la Ley Federal de Derecho de Autor, obliga a quien haga uso de la presente obra a considerar que solo lo realizará si es para fines educativos, académicos, de investigación o informativos y se compromete a citar esta fuente, así como a su autor ó autores. Por lo tanto, queda prohibida su reproducción total o parcial y cualquier uso diferente a los ya mencionados, los cuales serán reclamados por el titular de los derechos y sancionados conforme a la legislación aplicable.

ÍNDICE

Introducción.....	5
--------------------------	----------

Capítulo 1

Del marchante al galerista.....	11
1.1 Breve recuento.....	13
1.2 Los primeros espacios de venta de arte.....	15
1.3 La primera galería.....	19
1.4 La postguerra y sus efectos.....	21
1.5 El octubre mexicano.....	24
1.6 Neoliberalismo, crisis y arte.....	25
1.7 Los noventa.....	28
1.8 El boom mexicano.....	30
1.9 Conclusión.....	32

Capítulo 2

Las galerías y el mercado del arte en la ciudad de México: definiciones y marco de acción	35
2.1 Mercado del arte y mundos del arte.....	35
2.2 Metodología.....	44
2.3 Cuadros comparativos.....	50
2.4 Mapas.....	72
2.5 Directorio de artistas representados por galería.....	83
2.6 Conclusiones.....	98

Capítulo 3

Conclusiones finales: ¿Modelos de gestión?.....	101
--	------------

Anexos

I Transcripciones.....	116
Andrés Arredondo.....	116
Andrés Basurto Portillo.....	130
Alfredo Ginocchio.....	141
Daniela Elbahara	150
Fernando Mesta.....	159
José García.....	169
Luis Adelantado.....	177
Manola Samaniego.....	190
Mariana Pérez Amor.....	198
Mauricio Galguera.....	217
Patricia Ortiz Monasterio.....	232
Rodrigo Borrás.....	244
II Directorio de galerías.....	254
Bibliografía.....	275

Agradecimientos

A todas las personas que me apoyaron en la conclusión de este trabajo, a Elena Román, Lorena Méndez, Pablo Calatayud y Jorge Linares por sus comentarios e interés. En especial a Brenda Caro que siempre estuvo animando y compartiendo su sabiduría e interés; gracias por formar parte de esta etapa de mi vida profesional, lo disfrute y aprendí mucho de ti.

A mi familia, profesores y amigos por su paciencia y apoyo: mi papá, a mi mamá, a mis hermanos, a Denali por su motivación, a Armida por su amistad y a todos los que no nombro pero que están día a día a mi lado y han sido parte importante en mi vida académica, personal y profesional; muchas gracias por creer en mí y en lo que hago.

A la Universidad Autónoma de la ciudad de México por ser mi alma máter y por su apoyo para la impresión del presente trabajo recepcional.

INTRODUCCIÓN

La ciudad de México se ha caracterizado por su importancia económica, política, social y cultural, ya que nuestro país cuenta con una política de centralización del poder. Esto no es diferente a la hora de hablar del campo artístico. La capital de México es un importante centro de educación artística, además de contar con una oferta cultural amplia. En las últimas dos décadas, el mercado de arte contemporáneo local se ha ido fortaleciendo y consolidando, aunque aún no se compara con los grandes mercados internacionales de ciudades como Nueva York, Londres, París, Berlín y actualmente, el mercado Chino.

La presente investigación surge de la necesidad de esbozar un acercamiento al mercado del arte mexicano, e incidir en la generación de conocimiento sobre el mismo, específicamente en lo que respecta a quienes se encargan de la distribución de los trabajos artísticos en el mercado primario. Me refiero a las galerías de arte, esos espacios que venden obra de artistas jóvenes y consolidados, se encargan de organizar exhibiciones, de buscar a los artistas que en un futuro sean esa figura que represente grandes obras y por lo tanto, mejores beneficios –de todo tipo– y de colocar piezas en alguna colección privada o museo público importante, entre otras cosas.

Compilar información sobre estos actores y personajes no fue tarea fácil; la mayoría de estos espacios aparecen y desaparecen antes de que se pueda escribir algo sobre su existencia e incidencia en el medio. Ésta fue una de las razones principales que motivaron la elaboración de la presente investigación; sin embargo, una vez ubicado el objeto de estudio, surgió la pregunta: ¿qué es lo que se quería saber de las galerías de arte contemporáneo? Una de las líneas de trabajo –que me pareció la más apropiada– estaba directamente relacionada con un eje de la licenciatura en Arte y Patrimonio cultural: la gestión cultural; en este caso, aquélla que no depende de la administración pública. Qué mejor oportunidad para indagar sobre las formas de organización de las galerías, su modo de operar y el plan de trabajo que determina sus actividades a corto y a largo plazo.

Las principales fuentes de la presente investigación fueron la bibliografía relacionada con el campo artístico, el mercado del arte, la problemática de

presentación del objeto artístico, la gestión cultural; la información proveniente de fuentes directas y una importante labor de trabajo de campo: entrevistas a profundidad, análisis estadístico, mapas, revisión e investigación hemerográfica.

Uno de los textos consultados fue el de Adam Lindemann (2006), el cual brinda una interesante reflexión sobre cómo funciona el mercado internacional del arte contemporáneo y, sobre todo, nos permite conocer qué piensan sus principales actores y protagonistas. Su libro, *Coleccionar arte contemporáneo*, concentra una serie de entrevistas a algunos de los artistas, galeristas, críticos, coleccionistas, asesores, directores de museos y casas de subastas más importantes de la escena actual del mundo del arte.

Vicenc Furió (2000) fue otro de los autores que incidió en la investigación, ya que el campo artístico no está desligado, ni es independiente de otros como lo son el político, el económico y el social. El matiz sociológico de la presente investigación es importante, mas no rector de los propósitos y objetivos de la misma.

Existe una gran diferencia entre México y otros países –principalmente con Estados Unidos de Norteamérica– en cuanto a la cantidad de literatura que existe sobre el mercado del arte. En la búsqueda de bibliografía que acompañó mi investigación, noté que existen libros en inglés que desarrollan puntualmente el arte de manejar el negocio de una galería (Horowitz, 2011), otros abordan el tema de cómo se manipulan los precios de obras en el mercado contemporáneo (Velthuis, 2005), unos más versan sobre técnicas y estrategias para iniciar una colección (Bamberger, 2007) y hasta existen guías para que quien esté interesado en abrir su propia galería, lo pueda hacer con cierto conocimiento del medio y de la particularidad que significa ser dueño de una en nuestros días (Winkleman, 2009).¹ En fin, circulan varios títulos que de una u otra manera abarcan el negocio de la compra-venta de obras de arte en la actualidad.

¹ Este último fue un libro que ilustra eficazmente ciertos aspectos, sobre todo administrativos, que quizá no siempre son tomados en cuenta a la hora de iniciar actividades por muchos galeristas.

De los trabajos publicados en México sobre el mercado artístico destaca el libro de Christine Frérot, *El mercado del arte 1950-1976* (1990), el cual presenta una de las investigaciones más concretas sobre el mercado del arte mexicano hasta la fecha. Su trabajo es muy ilustrativo, ya que contextualiza el surgimiento de un mercado del arte local, así como su desarrollo.

El trabajo de Frérot me vinculó con otra importante investigación, relativamente reciente. En *El arte del mercado del arte* (1998), Josu Iturbe y Miguel Peraza hacen una interesante aportación gracias a su análisis de la obra de arte como mercancía en un medio económico. Podría ser lo más cercano al trabajo de Frérot, actualizado, pero no tan extensivo.²

Para conocer el momento que vive actualmente la producción artística y su mercado, los artículos de revistas internacionales especializadas como ARTNEXUS, ARTNEWS, FRIEZE, FARENHEIT, ARTE AL DIA y los textos de crítica de arte publicados en otras fuentes hemerográficas fueron de vital importancia; así como los catálogos de subastas y galerías, además de las publicaciones y la información escrita que se generó con motivo de la feria ZONA MACO en su edición del 2010 y 2011, realizada en la ciudad de México, y de ARCO MIAMI en 2010, en los Estados Unidos.

En el aspecto legal, los estudios relacionados con la legislación del tráfico de obra, los contratos de compra-venta, la relación laboral entre artista-galerista, la normatividad en materia de establecimientos mercantiles, tienen una presencia importante en el contenido del presente trabajo; en fin, los problemas operativos que en la práctica impiden o limitan las funciones del negocio que significa emprender la apertura de una galería.

Debido al perfil que tiene *Modelos de gestión de galerías de arte contemporáneo en la ciudad de México*, el trabajo de campo fue fundamental, como se señaló en párrafos anteriores. Se realizó una selección de 12 galerías³ y

² Se han hecho algunos esfuerzos por documentar el tema, pero considero que falta mucho por hacer.

³ Conforme a criterios específicos, mismos que se explicitan más adelante.

se llevó a cabo una serie de entrevistas a profundidad con los directores de las mismas. Otras dos herramientas metodológicas utilizadas fueron la realización de mapas y un directorio, el cual se actualizó de manera constante. Lo anterior tuvo por objetivo ubicar los sectores y las zonas en que estos espacios desarrollan sus actividades, así como hacer un recuento de los movimientos, cambios, cierres y aperturas de las galerías durante 2011.

Como puede observarse, el trabajo empleó procedimientos de investigación cercanos a la sociología de la cultura, por ello, se utilizaron conceptos que nos sirvieron para observar y describir situaciones y procesos sociales ya analizados desde este enfoque. Los aportes de Pierre Bourdieu, Howard Becker, George Dickie, fueron clave para la construcción argumental de este trabajo.

La investigación se presenta organizada en tres partes. En el primer capítulo se hace un recuento general, por periodos, del surgimiento, consolidación y papel de las galerías dentro del mercado del arte en México. Se presenta un resumen del surgimiento de los primeros espacios dedicados a la venta de obra hasta el contexto actual en el cual operan las galerías; pretende además señalar el papel de quienes estaban involucrados con la distribución y exhibición del objeto artístico y que actualmente gestionan su mercantilización en la ciudad de México. En este apartado se explicita qué es lo que entendemos, para fines de la investigación, como modelo de gestión y que se servirá para poder entender y verificar aquellas similitudes y diferencias que existen entre una galería y otra; se apunta también un conjunto de variables que consideré determinan el trabajo de las galerías de arte contemporáneo de la ciudad de México.

El capítulo dos contiene las doce entrevistas que se realizaron a 6 galerías en proceso de consolidación y a 6 galerías consolidadas. Se especifica la metodología utilizada para la recopilación de la información. Se concentra aquí todas las herramientas cualitativas y cuantitativas: cuadros comparativos en los que se focalizan las respuestas de los directores de las galerías para conocer su particular gestión; mapas de localización de estos centros de venta, distribución y promoción de arte contemporáneo para conocer la concentración y las zonas en

que se ubican las galerías privadas en la ciudad de México y una lista de los artistas que representa cada espacio.

Estas técnicas se emplearon para obtener la información de quiénes son, qué hacen, cómo operan y qué determina que se mantengan activos por mucho tiempo como negocio redituable y como espacio de exhibición imprescindible del mercado mexicano.

Por último, el tercer capítulo tiene todas las conclusiones que arrojó la investigación; las ideas que se refuerzan y se refutan de acuerdo con el análisis de la información. Se responde sobre la pertinencia de hablar acerca de **un** modelo de gestión en las galerías o si, por el contrario, se debe hablar de una pluralidad de gestiones en el ámbito privado.

En la parte de los anexos se encuentra la transcripción de las 12 entrevistas completas y un directorio con de las galerías privadas que en la ciudad de México se dedican al arte contemporáneo.

Modelos de gestión de galerías de arte contemporáneo en la ciudad de México es un análisis sobre uno de los agentes del mercado del arte; sobre las formas –en plural– de distribución del objeto artístico en la actualidad y sobre los personajes que están al frente de los espacios privados expositivos que operan en el Distrito Federal. Se suma como una investigación seria a los puntuales trabajos que se han venido agregando sobre el tema. Considero que sigue siendo uno de los sectores más desatendidos en nuestro país por el medio académico y por la escasa crítica artística. Como línea de investigación propone y abre caminos a seguir en futuros estudios.

“el arte sólo vale lo que alguien esté dispuesto a pagar por él”

Anónimo

Capítulo I

Del marchante al galerista

En México, el sector privado de la gestión de la cultura y el arte representa una veta importantísima de información que aún no ha sido explorada como debería: no abundan las investigaciones que den cuenta de sus actividades, no sobran los artículos o fuentes que detallen sus intenciones, modos de operar y los resultados que obtienen de sus actividades no son información de primera mano. El mercado local del arte no escapa a esta situación: precios de obra de arte,⁴ control de tráfico de obra, inventarios, rendición de cuentas, criterios de selección, bases de datos que muestren quiénes son, donde están y a quién venden⁵; políticas de conservación y difusión, reportes de actividades, etcétera; no son una constante a la hora de consultar libros y trabajos académicos sobre el tema.⁶ Todo esto vuelve al mundo del arte contemporáneo⁷ –ya sea local o global, alternativo o del *mainstream*– un espacio selectivo, excluyente, encriptado, disperso y arbitrario para la gran mayoría. Si bien existen trabajos puntuales sobre el tema, hace falta más investigación sobre el asunto.

El Estado mexicano ha venido cediendo paulatinamente su protagonismo al sector privado en cuanto a la función de gestor, promotor y mecenas del arte

⁴ Los precios de las obras de arte, en su mayoría, son transacciones privadas cuyos niveles de precios sólo conocen los directamente involucrados. No existe un mecanismo, organismo o empresa que publique de manera sistemática información confiable sobre los precios de todos los canales de distribución de este mercado [...] (Gómez Maqueo, 2002: 130).

⁵ Es difícil encontrar datos sobre los compradores, sobre todo por el cuidado que éstos tienen por su propia seguridad y por evitar a la Secretaría de Hacienda, como al Internal Revenue Service de Estados Unidos, que investiga evasiones fiscales; así como a las policías que persiguen el lavado de dinero, a traficantes de drogas o cualquier otro “negocio” que involucre a un coleccionista.

⁶ Aunque cabe aclarar que los galeristas llevan un riguroso y confiable registro de sus ventas y exposiciones, pero al ser un archivo privado, no tienen por qué publicarlo. La información está ahí, hace falta analizarla.

⁷ “La propuesta de llamar contemporáneo a un género artístico que nació en los años sesenta del siglo XX y se prolonga a nuestros días, supone que disponemos de una definición unitaria, capaz de dar coherencia a prácticas tan disímiles como el *Land art*, el *conceptual* y los *performances*... (De Azúa, 2003: 11).

contemporáneo⁸ y de vanguardia; desde aquella participación clave de la Reforma Educativa impulsada por José Vasconcelos en el primer cuarto del siglo anterior, la administración pública ha cedido terreno a los intereses privados enfocados en la cultura y el arte. El periodo conocido como “Posguerra” posiciona a Nueva York como la capital mundial del arte, hecho que coincidió con el inicio de una especie de decadencia del protagonismo internacional que México conoció con la Escuela Mexicana de Pintura y sus tres grandes muralistas: Orozco, Rivera y Siqueiros. Esta apuesta de Nueva York por la vanguardia artística y el apoyo del capital privado provocaron el surgimiento de un mercado de arte sólido, en parte por un incremento en el coleccionismo que apostaba por los jóvenes artistas. Lo anterior consolidó un campo de intermediación: las galerías privadas de arte y sus exposiciones.

En nuestro país, por el contrario, la innovación plástica o pictórica no era vista con buenos ojos y las influencias extranjeras en materia artística se percibían como contrarias al *arte de mensaje*,⁹ es decir, al “arte oficial”, y por ello no tenían un lugar en el México vasconcelista de murales en espacios públicos y nacionalismo exacerbado. Con su “plan de salvación y regeneración de México por medio de la cultura” (Del Conde, 2003: 24), Vasconcelos y el gobierno mexicano adoptaron una política cultural paternalista, donde el interés privado no tenía la incidencia y la penetración que goza en la actualidad; terreno que ha ido ganando desde entonces y que genera el contexto actual: una política económica de carácter mixto, donde el mercado libre dicta las reglas del juego.

A continuación, analizaremos los periodos que dan muestra de los cambios y el desarrollo que se han suscitado en la distribución del arte; desde la aparición de la figura del *marchand* (marchante) hasta la escena actual del arte contemporáneo.

⁸ Utilizo aquí el término en el sentido estricto de aquel arte que pertenece a su tiempo.

⁹ “todavía a fines de los años cuarenta y principios de los cincuenta, el nacionalismo triunfante marcaba pauta y existía rechazo, si no de facto, si psicológico y social hacia todo lo que tuviera aroma extranjero” (Del Conde: 2003: 80)

1.1 Breve recuento

“La compra-venta de bienes estéticos es tan antigua como estos bienes; pero el trabajo simple que ella es, no tuvo siempre las mismas motivaciones, contexto e importancia sociales” (Acha, 1984: 22). Para encontrar el origen de las galerías privadas –al igual que nuestra idea actual del arte– tenemos que remontarnos a las exposiciones de pintura de la segunda mitad del siglo XIX en París con sus famosos *salones*. Se suele atribuir al marchante Paul Durand-Ruel (1831-1922) el inicio del *sistema galerístico*,¹⁰ basado en la iniciativa privada tal como lo conocemos ahora, el cual sirvió de alternativa al *sistema del Salón*¹¹ de entonces. En 1865 Durand-Ruel abre su galería. Se traslada a Londres en 1870. Dos años después regresa, creando así las condiciones para un mercado internacional de pintura francesa. Destacó por ser el primer marchante en apoyar decididamente a los impresionistas: Manet, Courbet, Monet, Daumier, Pissarro, Renoir, Gauguin, Degas, etc. “[...] su fe en ellos lo llevo al borde de la ruina. Su empresa fue uno de los canales principales utilizados por el coleccionista americano Barnes”¹² y los rusos Morozov¹³ y Shchukin¹⁴ para formar sus respectivas y magnificas colecciones de pintura moderna francesa, las cuales pasarían a formar parte de los Museos Hermitage y Pushkin.

En México, fue José Bernardo Couto, el Presidente de la Academia de San Carlos, quien a mediados del siglo XIX “reorganizó y enriqueció las viejas galerías

¹⁰ Características: Forma de organización basada en la libre iniciativa privada; realización de exposiciones individuales y colectivas, locales y en el extranjero; promoción a través de revistas y críticos y realización de contratos legales con los pintores.

¹¹ Que consistía en la celebración anual por parte de la Academia de Bellas Artes de París, en una exposición donde se mostraban los trabajos de sus egresados.

¹² Dr. Albert C. Barnes. (1872-1951). Fabricante de Fármacos, coleccionista y promotor de las artes. Posee una de las mejores colecciones sobre Matisse, Cézanne, Picasso y Renoir.

¹³ Ivan Morozov. (1871-1921). Empresario Ruso. Sus joyas la constituían 17 obras de Cézanne. Su colección se nacionalizó en 1918.

¹⁴ Sergei Shchukin. (1854-1936). Coleccionista y Mecenaz Ruso. En 1873 compra un Monet a Durand-Ruel, su colección cuenta con Gauguin, Monet, Renoir, Matisse (37 obras) y Picasso (51 obras).

de la Academia, pero además instituyó las exposiciones anuales” (Manrique, 2000: 147). Este hecho permitió un ambiente en donde se podía ver la producción artística de los alumnos y de extranjeros que producían en nuestro país, además de propiciar “en la prensa una incesante actividad crítica y aparecieron, así sea débilmente, los coleccionistas privados”¹⁵ (Manrique: 2000: 147). La Academia hizo una labor importante en cuanto a exhibición, promoción y adquisición de obras de arte (principalmente de tema religioso y mitológico) para aumentar su acervo:

“...la Academia incrementó considerablemente sus colecciones con obras que ingresaron de diferentes maneras: por encargos hechos ex profeso a artistas europeos; por compras realizadas en México de artistas nacionales y extranjeros; como condición estipulada en los contratos de los maestros europeos; por medio de las pensiones que la Academia otorgó en el extranjero a sus alumnos y por los envíos que éstos hacían desde Europa; por la compra de las obras premiadas de los discípulos al final del curso escolar; por los premios que la Academia tomo como suscriptora en las exposiciones celebradas anualmente; por los encargos que la Junta Directiva hizo a maestros y alumnos de la Institución; por donaciones y por las compras y transacciones hechas en las comunidades religiosas” (Velázquez, 1987: 89).

De esta manera se inauguraba en México una dinámica similar a la que tuvo lugar en el París del siglo XVIII, es decir, celebrar públicamente al término del año escolar, los adelantos y las obras acabadas de los alumnos y maestros de la Academia en una exposición. La Academia de San Carlos, que había sido el principal espacio de exhibición de pintura, escultura y grabado, tuvo que cerrar durante tres años debido a la lucha armada.¹⁶

¹⁵ “Alrededor de 1850 se citaba a cuatro coleccionistas como los más importantes en México: José Gómez de la Cortina, José María Andrade, Manuel Eduardo Gorostiza y Francisco Modesto Olaguíbel y, en Puebla, a Manuel Cardoso” (Frerot, 1990: 197)

¹⁶ La Revolución (1910-1917)

1.2 Los primeros espacios de venta de arte

Al comenzar el siglo XX, la acción gubernamental que merece destacarse es la promovida por Justo Sierra, primer intelectual involucrado directamente en la creación y gestión de instituciones culturales. “Por iniciativa de Justo Sierra se crea la Secretaria de Instrucción Pública y Bellas Artes en 1905, que además de los proyectos educativos se ponga en práctica, de manera explícita, una política cultural” (Maass; 41).

Durante el periodo comprendido entre 1910 y 1921, México estuvo en una etapa de lucha social y política que no era la más adecuada para el desarrollo de un mercado de obras de arte.

Mientras tanto, en Nueva York tenía lugar un importante acontecimiento: *La Exposición Internacional de arte moderno: The Armory Show en 1913* (De Zayas, 2005: 133); además, un mexicano, Marius de Zayas (Veracruz, 1880-1961), contaba con dos espacios propios: la *Modern Gallery*,¹⁷ *De Zayas Gallery*,¹⁸ además de colaborar en *The Little galleries of the Photo Secession*¹⁹ con la idea de atraer a la ciudad el mercado del arte mientras Europa se encontraba en guerra.

El periodo que le sucedió a la etapa conocida en nuestro país como Revolución Mexicana, propició un contexto en el que el Estado mexicano vio la necesidad y la oportunidad de ser el rector de la vida pública del país: en lo referente a educación, cultura y arte. Con José Vasconcelos como Secretario de Educación, México encontró en el arte una herramienta educativa incomparable para promover una conciencia nacionalista:

¹⁷ Abierta de 1915 a 1918. Expuso a Van Gogh, Brancusi, Picasso, Cézanne, Diego Rivera, escultura negra de África, entre otros. (De Zayas, 2005: 329-331).

¹⁸ Abierta de 1919 a 1921. Expuso a Cézanne, Matisse, Manet, Renoir, Seurat, Degas, Sheeler, Escultura China, Gauguin, Rousseau, entre otros. (De Zayas, 2005: 332-333).

¹⁹ Abierta de 1905 a 1917. Expuso principalmente fotografía. En pintura y gráfica tuvo exposiciones de Cézanne, Toulouse-Lautrec, Rodin, Picasso, Matisse, Francis Picabia, Georgia O’Keeffe, Walkowitz, entre otros. (De Zayas, 2005: 321-328).

“Vasconcelos encabezó esa nueva relación del Estado con los artistas que fue fructífera en más de un sentido ya que, además de las obras que han perpetuado sus nombres y el del propio secretario en importantes inmuebles de la ciudad, propició una intensa relación de trabajo en la que ya no se apoyaba al creador por otro medio que no fuera su propio trabajo; éste, además quedaría a la vista de todo el público capitalino” (Maass, 2006: 51).

Con el triunfo del Obregonismo²⁰ (1920-1924) y la aparente estabilidad política que esto acarreó, el proyecto educativo –a través del arte público y los murales en los principales edificios gubernamentales– pretendía, entre otras cosas, educar a una población mayoritariamente analfabeta. Fueron los tiempos en que era necesario impulsar el nacionalismo y rescatar el pasado y sus respectivos héroes e ídolos; era el momento de crear una nación unida a través de los conceptos de identidad y de autonomía, de pertenencia y de unidad. En este contexto, todos los recursos eran propiedad de la patria, el arte social²¹ ocuparía los muros de los principales edificios públicos para enseñar la grandeza de la raza mexicana.

A esta primera etapa, conocida como el ‘Estado Protector’, corresponde una política en la que México es un país soberano, el cual administra sus recursos y toma decisiones a su favor. Todo lo que no tuviera un sentido nacionalista, patriótico y de reconstrucción social, fue visto con malos ojos, incluido el arte, que en ese momento debía ser un arte social, estandarte del trabajador y del obrero.²²

²⁰ “Se inicio la nueva etapa de reconstrucción nacional que a lo largo de la década de los veinte dirigió el proceso de definición ideológica y de consolidación del orden institucional nacido de la revolución”. (De la Cueva, 2005: 46).

²¹ Este término viene del constructivismo ruso que consideraba al arte en “*el sentido de que debe dejar de ser algo distanciado, separado de lo real, y debe por tanto implicarse en la construcción de lo real (social)*” (Juanes, 2010: 176). En México tuvo su matiz marxista al intentar integrar a la población indígena, negada durante la Colonia y a la mayoría de sus habitantes, entonces analfabetos, por medio del Muralismo.

²² “Hay que hacer una nueva historia del arte mexicano que explique en detalle por qué los artistas de vanguardia apolíticos fueron silenciados o excluidos, cuando no obligados al exilio o a vivir en el *underground*” (Juanes, 2010: 217).

Incluso los extranjeros que vinieron a México en estas fechas, tuvieron y llevaron su práctica por esta línea, y aunque Rivera y otros reconocidos artistas mexicanos estudiaron fuera del país y tenían influencias europeas, no siguieron estas últimas de manera significativa. No olvidemos que la pintura de caballete era vista como elitista y burguesa, ya que no representaba los intereses revolucionarios y de alcance masivo que sí tenían los murales.

Un buen dato que refleja el interés que tenía el Estado por la educación es que en 1921, Vasconcelos consiguió reformar el artículo 73 constitucional, consiguiendo que se le otorgara a la SEP un presupuesto sin precedentes: “le asignaron 30 688 465 pesos, correspondientes al 20 por ciento del total del presupuesto público” (Azuela de la Cueva, 2005: 47).²³

En este contexto, los artistas trabajaban como maestros, diseñadores gráficos, promotores culturales y creadores, ya que “en el terreno del arte se carecía de un mercado, pues no existían las galerías, y los posibles compradores –clases media y alta– casi todos también eran víctimas de la pauperización generalizada (Azuela de la Cueva, 2005: 47). “...una quinta parte de la sociedad mexicana de 1921 se dedicaba al campo, una tercera parte al hogar y al trabajo doméstico, otra tercera parte a la labor de crecer (menores de edad) y el sobrante en proporciones mínimas repartidas por orden descendiente a la industria, el comercio, las finanzas, los servicios, las comunicaciones, el gobierno y la minería” (Aguilar Camín y Meyer, 1989: 73). Mientras tanto, en el país vecino del norte:

“las galerías de arte, comenzaron pronto a exponer y a vender obras mexicanas –portátiles–, y con bastante éxito, aún en los años de la depresión. Galerías como las de Erhard Weyhe, y Alma Reed en Nueva York, las de Jake Zeitlin y Earl Stendhal en Los Ángeles, competían para obtener obras importantes y mandaban a veces representantes a México con el fin de piezas de calidad...Orozco y Tamayo fueron a Estados Unidos a buscar galerías que los representaran, y dólares, antes que permanecer en México, donde la situación financiera y política

²³ En el 2011 el presupuesto para educación fue de 218 mil 825 millones 901 mil 397 pesos;²³ esta cifra es menor al 8% del Producto Interno Bruto que La Ley General de Educación recomienda destinar a la educación.

era bastante menos atractiva” (Oles, 1997: 631).

Aunque los datos nos señalan que la primer galería privada en México abre en 1926, la Galería de Arte Moderno (Hernández Doring, 1998: 58), no se puede hablar de una galería tal como la conocemos ahora, ni mucho menos de un mercado local, ya que es hasta la década de los cincuenta cuando se puede empezar a hablar de la aparición de las primeras galerías privadas que manejaban lo contemporáneo en el sentido más estricto, es decir, las creaciones artísticas del momento que estaban buscando su lugar en la historia del arte. Los primeros antecedentes de lugares donde se exhibía y vendía arte públicamente fueron los cafés convertidos en espacios de exposición improvisados, o en tiendas de artesanías administradas por extranjeros en la capital:

“Una de estas tiendas, conocida como *The Aztec Land* y dirigida por un refugiado húngaro, Otakar Rubicek, se recuerda aún, principalmente porque patrocinó una exposición de fotografías de Edward Weston durante su residencia en México en los años veinte. La tienda de Frederick Davis²⁴ fue más importante; era también uno de los más importantes coleccionistas estadounidenses de arte mexicano” (Oles, 1997: 632).

Otros espacios que abrieron en este periodo fueron la Galería Excélsior, en 1931, y la Galería Posada y Misrachi, en 1932 (Oles, 1997: 632) “...Los artistas se veían obligados a exhibir en fondas, como *Los Monotes*, de familiares de José Clemente Orozco, o en otros lugares de fortuna, no instituidos como galerías como el expendio de publicaciones de Alberto Misrachi” (Manrique, 2000: 148). Cuando el “renacimiento cultural mexicano”²⁵ surgió en los primeros años veinte, “los artistas mexicanos buscaron la representación de una galería en

²⁴ Obras de Rivera, Orozco y Tamayo se expusieron en su tienda en 1927.

²⁵ “El auge de la pintura de caballete de los artistas de la Escuela Mexicana, que corre parejo al movimiento de pintura mural...” Término que usó de Teresa del Conde (1994: 110).

Nueva York, o vendieron directamente en sus estudios, porque en México aún no había galerías profesionales dedicadas a la venta de arte moderno” (Oles, 1997: 632).

Es Carlos Chávez, como jefe del Departamento de Arte de la Secretaría de Educación Pública, quien organizó a principios de los 30 “una galería de arte en el edificio de la propia Secretaría, en las calles de Argentina (...) Carolina Amor participó en las tareas de la galería, invitada por Carlos Chávez” (Oles, 1997: 632).

Este periodo se caracteriza, entre otras cosas, por el auge de un coleccionismo de arte mexicano por parte de extranjeros²⁶ –principal y esencialmente estadounidenses–: negociantes (Frederick Davis, Frances Toor), visitantes (Mrs. James B. Murphy, MacKinley Helm), residentes (Salomon Hale, Jacques Gelman) y profesores (Thomas Cranfill, Edward Stowe Akeley), sin mencionar a aquellos que compraban obra mexicana en el extranjero. Otro hecho importante al final de este periodo fue el ánimo y el interés de la iniciativa privada en Estados Unidos por impulsar a sus artistas, para irse desmarcando de la escena europea, e incidir directamente en la construcción de un arte norteamericano, vanguardista y propositivo. Uno de los hechos que ejemplifican lo anterior es la fundación en 1929 del Museum of Modern Art de Nueva York (Rurhberg, 2005: 271).

1.3 La primera galería

Con el inicio del régimen de Lázaro Cárdenas, llegó a la Secretaría de Educación Muñoz Cota, el cual clausuró la galería de la Secretaría, lo que dejó sin trabajo a Carolina Amor. Gracias a la experiencia de la galería pública, Carolina vio la oportunidad de empezar un negocio propio, y luego de reunirse con varios artistas en el Café París, crea su propia galería: “En enero de 1935 tuvo lugar la primera exposición de la que entonces se llamó Galería de Arte (más tarde Galería de Arte

²⁶ “Inés Amor nunca negó que en las primeras décadas de su galería, eran los estadounidenses a quienes proveía y quienes permitieron que su negocio prosperara” (Manrique y Del Conde, 2005: 23).

Mexicano²⁷) [...] la primera exposición fue colectiva y el primer cuadro que se vendió fue uno de Angelina Beloff” (Frérot, 1990: 109). Cabe aclarar que, años antes de que se inaugurara la Galería de Arte Mexicano, sólo existían dos lugares para la exhibición de obras

“En 1932, Emilio Amero –maestro litógrafo- abrió una galería en las calles de Orizaba, cerca de la Avenida Álvaro Obregón. Tuvo que cerrarla después de una primera y última muestra de pequeñas escultura de Federico Canessi y dibujos de Alfredo Zalce. No se paraban ni las moscas. También se exhibía en una tienda de decoración situada en las calles de 16 de septiembre y Bolívar, propiedad de Eduardo Méndez. En ambos locales los resultados fueron pobres (Romero Keith, 1985: 14)”.

Unos meses después de la apertura de la galería, Inés Amor se quedó a cargo de la misma, la que desde entonces se ha consolidado como una de las galerías de mayor tradición y como un negocio próspero. La galería supo cubrir una necesidad que no estaba satisfecha entonces: la de comercializar la obra de arte.

“Al hacerlo así contribuyo [*sic*] a una mayor conciencia de los valores de la producción plástica mexicana, en un momento en que apenas se acababa de inaugurar el Palacio de Bellas Artes y no había –como no lo hubo sino después de 1946, con la creación del Instituto Nacional de Bellas Artes- una promoción oficial con planes coherentes y recursos. Al hacerlo así también incitó al coleccionismo, hasta entonces casi inexistente, y desde luego propició la aparición de otras galerías, de diversa fortuna y diversa longitud de vida, que participarían en la ampliación de ese espacio artístico necesario” (Frérot, 1990: 109).

Este periodo tiene la característica de que el mercado del arte mexicano

²⁷ La GAM, creada en 1935, jugó un papel de difusión importantísimo para la consolidación de la Escuela Mexicana en el extranjero, con exposiciones en el extranjero, sobre todo en los Estados Unidos con la ayuda de Alberto Misrachi (a partir de 1936), fundador de la galería que lleva su nombre. (Frérot, 1990: 109).

moderno creció primero en los Estados Unidos antes que en nuestro país, y alcanzó su apogeo en 1940, cuando el Museo de Arte Moderno montó una importante exposición de arte mexicano “y los grandes almacenes Macy’s, también en Nueva York, tuvieron una gran venta de pinturas y grabados mexicanos modernos” (Oles, 1997). A finales de los años 40, el comienzo del auge industrial de la posguerra cambió drásticamente a México: “los coleccionistas nacionales (Marte R. Gómez, Alvar Carrillo Gil, Dolores Olmedo y María Asúnsolo) empezaron a jugar un papel importante en el mercado nacional” (Oles, 1997).

1.4 “La postguerra y sus efectos”²⁸

A finales de los años cincuenta la producción artística cambia vertiginosamente y comienza a consolidarse lo que Marcel Duchamp y Picasso (entre muchos otros), tiempo atrás habían iniciado con las vanguardias artísticas.²⁹ Los actores del mundo del arte comienzan a sacudir las viejas estructuras de producción, difusión, creación y conceptualización artística. París ya no es el centro mundial del arte: Nueva York se convierte en la nueva capital artística. Lo anterior no puede entenderse sin analizar la participación que tuvo el capital privado. En Occidente, el consumo del arte alcanzó un nivel que nadie pudo haber imaginado. El arte moderno se volvió un asunto público y popular. “El mejoramiento de los métodos de reproducción e impresión, hasta llegar al dudoso avance de la producción en serie de obras de arte, llevó al arte contemporáneo a capas de población a las que nunca antes había llegado” (Rurhberg, 2005: 72). Estados Unidos –que desde su fundación ha tenido una economía mixta– se caracterizó por ser una nación en la que el capital regía e imponía el destino de su vida social.

En este periodo, algunos de los galeristas que consolidaron un mercado de

²⁸ Respuesta de Rufino Tamayo a la creación por parte de Miguel Alemán de la Comisión de Pintura Mural bajo el control de los “tres grandes” en el periódico *El Nacional*, México 22 de septiembre de 1947, citado en (Barrios, 2004: 189).

²⁹ “La vanguardia representa el nuevo orden artístico, las revoluciones, la ruptura de los cánones, de las rutinas, el vehículo de la subversión, la destrucción de las categorías obsoletas, del arte oficial y del *establishment*” (Juanes, 2010: 162).

pintura moderna americana en Nueva York fueron: Charles Egan (representando principalmente a de Kooning) y su galería homónima, abierta en 1945, y la galería Macy's, de Sam Kootz, que abrió en el mismo año y que:

”Pidió, sabiamente, a hombres de letras que escribieran las introducciones de los catálogos, de modo que la obra de los artistas solía estar presentada con ensayos críticos bien escritos. Fue también suficientemente astuto como para llenar su trastienda con Picassos para mantener la galería en marcha hasta que se materializara un mercado para sus jóvenes rebeldes” (Ashton, 1998: 229).

La galería homónima de Betty Parsons, abierta en 1946, fue otro importante espacio: “su amistad con personajes influyentes como Frank Crowninshield de *Vanity Fair* (amigo íntimo de la mayor parte de los miembros originales del consejo de administración del Museo de Arte Moderno) hizo, sin duda, más fácil su entrada en el terreno del comercio de arte” (Ashton, 1998: 231).

Estos nuevos galeristas trabajaban eficazmente con los museos y la reducida prensa que simpatizaba con ellos, lo que sirvió para crear un interés cada vez más amplio. Las estrategias que desplegaron y alianzas que buscaron son sólo algunos ejemplos del apoyo del capital privado al arte en ese momento, sin mencionar la proliferación de galerías privadas que consolidaron la denominada escuela de Nueva York –a finales de los 40 y los primeros años de los 50– y, posteriormente, al *Minimal Art*, al *Conceptual Art*, al *Land Art*, al *Body Art*, al *arte povera*, etc.

Mientras Estados Unidos le robaba protagonismo a Europa con el expresionismo abstracto, el gobierno mexicano recordaba con melancolía al Muralismo, y tachaba de rebeldes a los jóvenes que intentaban desviarse de la ruta marcada por los tres grandes.

El *Salón de la plástica Mexicana* fue un intento del Estado por intervenir en la promoción, difusión, exhibición y comercialización de las artes plásticas. Fue creado en 1949 con el patrocinio del Instituto Nacional de Bellas Artes, con la intención de ser un espacio paralelo a la galería privada:

“se requería un establecimiento que expusiera, circulara y comercializara la obra de arte, pero que no atendiera a los intereses particulares de un negocio, sino a otros más generales y a los específicos de los artistas...que diera a los creadores los beneficios de una galería, pero que los liberara de la explotación del marchand” (Manrique, 2000: 148).

Para el año de 1956, la capital contaba con alrededor de 20 galerías (Frérot, 1990: 104); en 1966 eran 32 (Acha, 1984: 115).³⁰

Ante la opresión y regulación casi policiaca que representaba la presencia de Orozco, Rivera y Siqueiros, el surgimiento de lo que conocemos como “generación de la Ruptura”, “ocurre a través de la nueva burguesía liberal que se desarrolló durante los años cincuenta en México” (Garduño, 2006: 37). Esto supone desde luego la apertura de nuevos espacios públicos y privados: la *Prisse* en 1952, *Proteo* en 1954, *Havre* en el mismo año y *Juan Martin* en 1961. “La galería será el ámbito en que estos artistas podrán tener un juego político y comercial mayor y donde las poéticas de la vanguardia encontrarán su dinámica de legitimación en los procesos de legitimación del arte, y ya no en la épica pública de la Escuela Mexicana de Pintura y en la política cultural nacionalista que las sustentaba” (Barrios, 2004: 147). En este punto cabe destacar la importancia que tuvo la figura de Juan García Ponce: “Desde una postura más bien aristocratizante y de corte fuertemente intelectualista, la *Revista Mexicana de Literatura* y la crítica especializada ocuparán un lugar importante en la legitimación de estos espacios” (Barrios, 2004: 147).

³⁰ En el directorio que se realizó para éste trabajo de investigación se comenzó con un registro de aproximadamente 100 galerías al 1 de enero de 2011, de las cuales sólo 86 se mantienen en activo al cierre el 31 de diciembre de 2011. Este dato nos indica que existe dentro del mercado local una oferta constante de obra artística. Son varias las galerías que cambian su dirección, cierran, reinauguran con otro nombre, abren sucursales en hoteles, pero no disminuye el casi centenar de estos espacios; aunque hay que mencionar que éste número no parece suficiente.

1.5 El octubre mexicano

Los años sesenta fueron una década con importantísimos cambios en todas las esferas de la sociedad. Los movimientos estudiantiles en París, Praga y México – entre otras importantes ciudades de América y Europa– durante 1968, pertenecen a esta etapa de clara represión social. “Dichos movimientos están insertados en una lucha de emancipación de generación, género, raza, e ideología del sistema histórico-social del mundo occidental... en México, el movimiento se definió más como una lucha contra el sistema político-moral, llevada a cabo por una generación ilustrada a la que se unió la protesta de la clase obrera” (Barrios, 2004: 147).

Existen dos características que definen el escenario artístico en los últimos años de la década de los sesenta y setenta: 1) La práctica artística en México pasa de entender la obra como comunicación y no sólo como contemplación (e.g. la gráfica del 68), 2) la conformación de *los grupos* de artistas (trabajo colectivo del arte) entre los que destacaron: SUMA, MARCO, EL COLECTIVO, NO GRUPO, PEYOTE Y LA COMPAÑÍA, MIRA, PROCESO PENTAGONO, TALLER DE ARTE E IDEOLOGÍA (TAI), TALLER DE INVESTIGACIÓN PLÁSTICA, GERMINAL Y TEPITO ARTE ACÁ. Esto generó un entorno que dio origen al Salón Independiente (1968 a 1970),³¹ antecedente importante de una nueva forma de organización de la promoción del arte: la autogestión y organización independiente.

Una de las exposiciones de gran relevancia y resonancia en los 60 fue “Los Hartos”, exhibida en la galería *Antonio Souza* en noviembre de 1961, la cual “definió a la tendencia mexicana como una confrontación internacional de *hartistas* contemporáneos” (Reyes Palma, 2004: 208).

Para 1970, aproximadamente 80 galerías operaban en la ciudad de México; en 1974 lo hacían 124 y en 1979, unas 140 estaban activas (Frérot, 1990).

³¹ La intención de este evento era que los artistas pudieran reunirse fuera de la dirección de los organismos estatales, sin convocatorias y sin premios... (Eder, 1988: 365)

1.6 Neoliberalismo, crisis y arte

Durante la década de los ochenta se implementa un modelo político y económico que supondrá una serie de cambios en las instituciones y políticas públicas del país: el liberalismo económico. El Estado deja de tener un papel proteccionista y paternalista, y abre sus puertas al capital extranjero y privado –cuya participación era hasta el momento restringida–, bajo una serie de desregulaciones y ante su incapacidad para cubrir todas las necesidades de la población.

“El nuevo papel de la iniciativa privada, que marca su presencia con la fundación del Museo Tamayo (ahora institución del Estado), deriva al Centro de Arte Contemporáneo de Televisa y se multiplica en la creación de nuevas galerías, en los libros de arte publicados para los bancos o en acciones como las que ha propiciado DIMART, incluso en acciones más independientes aún, como la que representó el premio Casa de Bolsa México” (Del Conde, 1998: 341).

Algunos de los espacios que incidieron en la paulatina consolidación de una escena artística fueron: la Quiñonera, “la primera obra que montamos fue en la Quiñonera, que ya entonces era el lugar alternativo de la vanguardia mexicana de finales de los ochenta” (Margolles y Sánchez, 1997: 114); los Salones de arte como el llamado *confrontación 86* –muestra que funcionó a manera de salón nacional de pintura–; la galería Orozco, los libros de arte de tiraje limitado exhibidos en la Galería el Archivero, la Galería Pintura Joven, la galería OMR.

Estos espacios participaron en la consolidación de un mercado de arte que

“...estuvo en gran medida conducido y soportado no sólo por el boom especulativo que caracterizó al mercado inversionista de los ochenta, sino también por un renaciente sistema de galerías nacionales. Entre las que tuvieron un rol de pioneras en la imposición de estos nuevos lenguajes, con un papel inicial determinante hacía finales de la década de los años setenta, estuvo La OMR, por su parte, fue clave en la promoción del arte neomexicanista, ya que contaba con la representación de artistas como Adolfo Riestra, Javier de la Garza, Rocío Maldonado, Dulce María Núñez y Rubén Ortiz Torres, entre otros. La Galería de

Arte Mexicano tuvo también relevancia en la difusión del arte de los años ochenta, entre sus representados vinculados al neomexicanismo se encontraban Nahúm B. Zenil, Esteban Azamar, entre otros... Al seno de este creciente éxito de los pintores neomexicanistas, ya durante los años ochenta, fue cuando se dio el surgimiento de otros espacios y galerías independientes que impulsaron y apoyaron de creación marcadas por componentes (pos) conceptuales; y cuya gestión no necesariamente estaba determinada por el mercado establecido...” (Ortega, 2011: 9).

Otro de los factores que incidieron en la creciente aceptación comercial por parte de la pintura mexicana de los ochenta, fue la primer subasta de arte mexicano realizada en Shoteby's. “A partir de ahí la presencia de arte mexicano es constante, y los precios de las obras alcanzan cifras nunca antes vistas” (Ortega, 2011: 18).

Un suceso importante en el escenario político y cultural fue el terremoto de 1985, que puso en crisis la organización central del Estado y reveló su grado de corrupción, hecho que provocó el surgimiento del poder de la sociedad civil y su capacidad para organizarse por un fin común en respuesta a la política de bajo presupuesto y las alianzas con la iniciativa privada. Dos de las colonias que sufrieron mayor daño fueron la Roma y la Condesa, que en los años posteriores al sismo se desarrollaron como zonas de galerías y centros culturales de la ciudad de México.

Surgió entonces la oportunidad de transformar estas colonias, de desarrollar el área cercana a la zona rosa y sus galerías ya establecidas, de fortalecer los lazos entre quienes estaban interesados por mostrar su trabajo y generar nuevas formas de hacer y difundir el arte de su generación. Los proyectos alternativos y los espacios de artistas en estos años fueron una constante: “*La Agencia (1987), Curare (1991), El Departamento (1990), El Ghetto (1989), El Foco (1990), Pinto mi Raya (1990), la Quiñonera (1988), Temístocles 44 (1993), entre otros*” (Mayer, 2006: 36).

En lo que respecta al fomento a la producción artística, en 1989 se crea el

FONCA (un año después de creado el CONACULTA), que desde entonces ha tenido el objetivo de “fomentar, estimular e incrementar la creación artística”,³² tarea que ha sido insuficiente y selectiva. La UNAM tuvo un importante papel como promotora de la escultura pública en los ochenta. Las obras de Sebastián y Federico Silva en el Centro Cultural Universitario; la exposición en 1988 de Francisco Toledo, quien expone exclusivamente su obra gráfica en el Mexican Fine Arts Center Museum de Chicago, o la controvertida muestra *México: Esplendores de treinta siglos*³³ en el MoMA, en 1990,³⁴ son algunos ejemplos de la proyección internacional que tuvo impacto en la recepción y comercialización del arte mexicano.

En lo que respecta a incrementar el acervo cultural, el Estado Mexicano ha tenido un claro desinterés en adquirir obra contemporánea. Desde 1972, el Estado dejó de comprar arte contemporáneo. Su política para ampliar las colecciones de los museos se reduce a donaciones, cobro en especie y declaraciones,³⁵ todo esto de forma paralela al hecho de que durante la década de los ochenta se experimenta el *boom* del arte internacional, los precios record en las casas de subastas y el resurgimiento de la pintura (en México, el neomexicanismo se suma

³² Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, (2012). <http://fonca.conaculta.gob.mx/institucional.html> [En línea]. México, disponible en: <http://fonca.conaculta.gob.mx/institucional.html> [Accesado el día 14 de agosto de 2011].

³³ Esta exposición se inaugura primero en México en 1992, en la reapertura ya como centro de arte del Antiguo Colegio de San Ildefonso. La polémica se dio en tanto se consideró a la muestra como parte de una política exterior y económica, centrada en permitir la firma del TLC. Antiguo Colegio de San Ildefonso, (2012), <http://www.sanildefonso.org.mx/index.php>, [En Línea], México, disponible en: <http://www.sanildefonso.org.mx/frame.php?sec=11> [Accesado el día 7 de septiembre de 2011].

³⁴ Paralelo a dicha exposición, las galerías OMR, GAM y Arte Actual Mexicano (Monterrey) organizan un interesantísimo proyecto: *Parallel Project*. Financiado por las tres galerías mencionadas y llevado a Nueva York, San Antonio, Washington y Santa Mónica (ver entrevista Patricia Ortiz Monasterio).

³⁵ “En el marco de las conmemoraciones del bicentenario del inicio de la lucha por la Independencia Nacional y del centenario del inicio de la Revolución Mexicana en 2010, la Cámara de Diputados asignó un presupuesto extraordinario de cien millones de pesos para la adquisición de obras artísticas que deberían incorporarse a las diversas colecciones de los museos del INBA”... (Vicencio, 2011: 7).

a este renacer pictoricista Internacional).

“precios astronómicos en subastas de arte, en 1987 un cuadro de Van Gogh: su Iris se vendió en 53.9 millones de dólares y sus girasoles por 39.9 millones. Y otras dos obras del mismo autor se vendieron en 20 y 13.75 millones de dólares”
(Freeland, 2003: 117).

1.7 Los noventa

El arte de los ochenta en adelante es esencialmente un bien de consumo: sea como un objeto de coleccionismo o como parte de la industria del ocio y el entretenimiento. “Esta es la percepción que se tiene actualmente del arte a nivel internacional, y también en México: el arte que cuenta, el arte visible, representativo y con presencia mediática, es aquel que se ofrece en el mercado -- galerías, museos y centros de arte (López Cuenca, 2004: 142).

En esta lógica, podemos ver un proceso de descentralización cultural y artística y el surgimiento de nuevas capitales en México: Tijuana (InSite, 1992); Oaxaca (Museo de Arte Contemporáneo de Oaxaca, 1990); Monterrey (Museo de Arte Contemporáneo de Monterrey, 1991); Guadalajara (Feria de Arte Contemporáneo, 1992) y Puebla (Museo Amparo). Lo anterior generó un entorno propicio para la consolidación de un escenario mexicano con espacios, actividades y eventos que le dieron visibilidad en el mundo y el mercado del arte internacional. Existe una irrupción precipitada y acelerada de museos financiados y administrados por la iniciativa privada.³⁶

“En la última década del siglo XX fue perceptible un nuevo desplazamiento hacia la exhibición de arte contemporáneo, en buena medida como consecuencia de la globalización y la irrupción en México de lo que en términos culturales se ha

³⁶ El Museo Rufino Tamayo de Arte contemporáneo (1981). “Producto de una primera alianza entre la iniciativa privada (Televisa) y el Instituto Nacional de Bellas Artes, esta relación no fue lo que se esperaba y en 1987 se funda el Centro Cultural de Arte Contemporáneo como respuesta de la empresa privada a su rompimiento con Tamayo. Cerró en 1999” (Barrios, 2004: 169).

llamado postmodernidad y que en materia de política económica se denomina neoliberalismo” (Garduño, 2011: 23).

En 1994, el TLCAN (Tratado de Libre Comercio para América del Norte) no fue más que la confirmación del interés del Estado por compartir el gasto con el sector privado en varios ámbitos de la sociedad. De esta manera, la economía mixta se convierte en una realidad, aunada a la crisis económica de 1994. Es posible ver dos fenómenos relacionados: por un lado, la cultura y el arte no son una prioridad para el gobierno en turno y por el otro, el mercado de arte internacional goza de momentos históricos en la venta de pintura impresionista. Se ven los mejores momentos comerciales para el arte y se reafirma la idea de considerar aquél como una inversión redituable.

“El asesinato del candidato oficial y el nacimiento de la guerrilla zapatista abrirán una nueva dinámica de las políticas culturales del Estado: el indigenismo y el multiculturalismo” (Barrios, 2004: 159). Cabe mencionar que las políticas se quedaron en el nivel de retórica y demagogia, lo cual influyó en el discurso político de los artistas y los espacios de fin de siglo en México, es decir: el escepticismo y el desencanto ante los problemas sociales, económicos y políticos. Los espacios independientes o “alternativos”, dirigidos en su mayoría por artistas, fueron una constante en esta década [...] “no eran ya una respuesta a un desacuerdo político, sino más bien a un desacomodo dentro de una estructura institucional artística ineficaz, e incapaz de generar nuevos discursos y de entender la transformación e hibridación cultural que se estaba generando en el país” (Macías, 2006: 366). Algunos ejemplos de esta actitud fueron la creación del colectivo SEMEFO y La Panadería³⁷ (1994-2002):

“asumió su discurso con una implicación política de la estética de la ironía y

³⁷ [...] espacio independiente creado bajo la iniciativa de Yoshua Okón y Miguel Calderón; dos artistas jóvenes que al regreso de una estancia larga en el extranjero, se confrontaron con las carencias culturales de México, lo que hacía prácticamente imposible desarrollarse como artistas en su país” (Macías, 2006: 368).

tiene que ver con el uso del desenfado y el cinismo como una retórica implícita en sus creaciones. Anclados en los imaginarios de su generación y en una educación de clase muy específica, los integrantes de La Panadería apuestan a una política de la risa” (Barrios, 2004: 176).

Además de La Panadería, los noventa fueron el escenario de otras galerías que propiciaron y generaron una comunidad artística que en los siguientes años fomentaría nuevas dinámicas de legitimación para el arte mexicano: la promoción, el autofinanciamiento y la investigación. Algunos espacios importantes que abrieron en este periodo fueron: *Temístocles 44* en 1993³⁸ (Haydée Rovirosa, Abraham Cruz Villegas, Pablo Vargas Lugo, Alise García y Daniel Guzmán), alianza de trabajo entre promotores privados y artistas; *Art Deposit* en 1995 (Édgar Orlaineta, Stefan Brüggermann); *Zona* en 1995 (Manuela Generali, Yolanda Mora, Alfonso Mena, Gustavo Monroy, Roberto Turnbull, Germán Venegas y Boris Viskin); *Pinto Mi Raya* en 1989 (Víctor Lerma y Mónica Mayer); *Art&Idea* en 1996 (Haydée Rovirosa y Robert Punkenhofer) y *Curare* en 1991 (Karen Cordero, Olivier Debrouse, Rina Epelstein, James Oles, Francisco Reyes Palma, Armando Sáenz y Ana Isabel Pérez Gavilán). Este último si bien no era una galería sino un proyecto editorial dedicado a la curaduría, la investigación y la crítica de arte, merece la inserción en esta investigación ya que “la narrativa fundante de Curare nace no sólo de la oposición a los espacios oficiales de difusión y exhibición del arte, sino también de la necesidad de un descentramiento de la autoridad académica...” (Barrios, 2004: 164).

1.8 El *boom* mexicano

El año 2002 presencié lo que algunos llaman un “boom” del arte contemporáneo

³⁸ “Con *Temístocles 44* comienza el ascenso de espacios alternativos de jóvenes artistas que asumen las políticas de globalización del arte, de organización democrática y social de los espacios y que se alejan de las jerarquías de poder y de los organismos corporativos” (Barrios, 2004: 164).

mexicano a nivel internacional.³⁹ Es también en esta primera década del siglo XXI que se registran otras ventas récord a nivel internacional, indicativo del estado saludable del mercado:

“False Star, de Jaspers Johns, vendido en 17,7 millones de dólares en Shoteby’s en 1988, retuvo, durante 19 años, el récord del precio más alto jamás pagado en subasta por la obra de un artista vivo. En junio de 2007 fue destronado por Damien Hirst, cuyo Lullaby spring se vendió por 22, 7 millones. La obra de Hirst, a su vez, cayo del primer puesto cuando Hanging Heart (Magenta/Gold), de Jeff Koons, se vendió por 23,6 millones en noviembre de 2007, y el Koons fue superado por Benefits Supervisor Sleeping de Lucian Freud, vendido por 33, 6 millones en mayo de 2008. Más tarde se revelaron los nombres de estos compradores: la jequesa Al Mayassa, Victor Pinchuk y Roman Abramovich; tres billonarios para los que estas cifras parecieran ser más que un vuelto (Thornton, 2009: 49)”.

Cabe señalar que a diferencia de lo que sucede en los Estados Unidos donde el mercado del arte está activado por el capital privado, en México se depende casi de manera total del patronazgo estatal: becas de creación del FONCA, presupuesto de los museos y centros de arte y los apoyos para exposiciones en el extranjero.

La crisis económica mundial de 2008⁴⁰ influyó en todos los mercados y el del arte no fue la excepción: ventas récord y cotizaciones elevadas vieron disminuidas su tendencia iniciada a finales de los años noventa, debido a la

³⁹ Entre el 13 y el 21 de septiembre del 2002, fueron inauguradas las exposiciones: “Axis México, Common Objects and Cosmopolitan Actions”, en el Museo de Arte de San Diego; “20 Million Mexicans Can’t be Wrong”, en la South London Gallery; “Zebra Crossing”, en el festival “Mex-Artes-Berlin.de” para la Hauses der Kulturen der Welt de Berlin y; la segunda versión de “Mexico City: an Exhibition about the Exchange Rate of Bodies and Values” que estuvo primero en PS1 en Nueva York y se llevó a la Kunst –Werkeen Berlin. (Eduardo Abaroa, Francys Alÿs, Teresa Margolles, Santiago Sierra y Melanie Smith aparecen en 3 de las 4 exposiciones mencionadas) (Debroise, 2005: 181).

⁴⁰ Todavía en “2007, Christie’s vendió 793 obras de arte por más de un millón de dólares cada una. En un mundo cultural de bienes culturales clonables, los objetos de arte únicos se comparan con propiedades inmobiliarias. Son considerados posesiones sólidas que no van a desvanecerse de un día para otro. Las casas de subastas también han seducido a gente que tal vez, en otros tiempos, se sentía excluida de la compra de arte. La visible promesa de reventa ha engendrado la idea, relativamente nueva, de que el arte contemporáneo es una buena inversión, y ha otorgado mayor liquidez al mercado”. (Thornton, 2009: 14)

especulación, situación que generó cierres de espacios –como el de las hermanas Pecanins –; pero, sobre todo, generó adecuaciones en sus líneas de trabajo y una actitud distinta respecto a sus formas de difusión y comercialización, diferente a la que venían desarrollando durante la última década. ¿Cuáles fueron estos cambios?: una mejor planeación de sus exposiciones, la reducción en los costos de producción, aumento de la participación de otros actores en su programa (patronatos, museos públicos y empresas).

Actualmente, muchos artistas se han vuelto los nuevos millonarios y la galería actual es un negocio con mucho glamour y estatus, los museos han visto incrementar significativamente su número de visitantes y el arte parece interesar repentinamente a todos. A todo esto, surge una pregunta: ¿Qué hace que el arte se haya vuelto tan “popular”? Según Sara Thornton:

“Hemos desarrollado un apetito por bienes culturalmente más complejos...Idealmente, el arte estimula el pensamiento requiriendo un esfuerzo activo y disfrutable. Así como ciertos sectores de la de la escena cultural parecen ir volviéndose cada vez más básicos, una considerable audiencia visual se dirige hacia un terreno que intenta sacudir hábitos perezosos, atolondrados...aunque estemos mejor educados, leemos menos. Ahora nuestra cultura pasa por la televisión o por YouTube. Si bien hay quien lamenta esta oralidad resultante, otros señalan un incremento de la alfabetización visual, que acarrearía mayor placer intelectual a través del sentido de la vista... en un mundo cada vez más global, el arte cruza las fronteras. Puede ser lengua franca e interés compartido como no podría serlo nada ligado a la palabra e irónicamente: porque es tan caro. Los precios altos dominan los titulares de los medios, que han popularizado la noción de arte como bien de lujo y símbolo de estatus. En los últimos diez años, la porción más adinerada de la población se ha vuelto aún más rica, y hemos asistido al ascenso de los billonarios”. (Thornton, 2009: 13).

1.9 CONCLUSIÓN

Es innegable la importancia del rol como intermediarios que desempeñan en el mercado las galerías de arte.⁴¹ Hemos visto a lo largo de este primer capítulo

⁴¹ “El nicho mexicano es pequeño y en proceso de maduración. Es un sector marcado, sobre todo, por la informalidad. Según cálculos de El Economista, en el 2011 tuvo un valor de 20 millones de dólares, de los cuales 6.5 millones de dólares se movieron en operaciones en casas de subastas;

cómo ha cambiado el contexto en que operan y cómo se han ido profesionalizando sus distintas actividades hasta convertirse en una especie de maquinaria que trabaja arduamente para incidir en el aumento de valor artístico (y por ende, económico) de los artistas que representan.

El mercado mexicano no cuenta con un gremio galerístico tan sofisticado como el que existe en ciudades como Nueva York o Londres, aunque es claro que desde hace tres décadas el arte hecho en México o por mexicanos ha ido incrementando en importancia, presencia y calidad en los escenarios internacionales. Esto ha generado un ambiente de bonanza para quienes se han aventurado a abrir un negocio de este tipo, con alguna o mucha experiencia, con buenas o malas intenciones y con poca o demasiada ingenuidad (o inocencia); pero pareciera que ser dueño de una galería o artista se volvió una moda; que tener colgado en tu sala un Carlos Amoraes o un Takashi Murakami (según los ceros que se tengan en la cuenta bancaria) te vuelve *cool* y te da estatus.

Las predicciones parecen buenas, pero hay mucho por hacer y aunque los galeristas se han vuelto protagonistas del rumbo del mercado global, no son los únicos que inciden y afectan el precio y el valor de los artistas. Las casas de subastas, las fundaciones de arte, los museos, los nuevos coleccionistas, los *dealers*, los artistas y las políticas culturales también juegan y se permean las unas a las otras.

Hace falta ver y analizar que han hecho galeristas como Larry Gagosian o Charles Saatchi para entender cómo inciden en el despegue sorpresivo de un artista, y cómo han logrado hacer de su espacio expositivo una marca que garantiza grandes nombres o inversiones. No se está sugiriendo que se les tome

12 millones de dólares, en galerías, y 1.5 millones de dólares, a través de corredores de arte. Representó en el 2011 apenas 0.05% de la participación mundial, frente a mercados maduros como el chino, que acapara 41.43 por ciento. La cifra de México es minúscula si se compara con mercados maduros como China, Estados Unidos y Gran Bretaña. Sólo en operaciones en subastas durante el 2011, la firma Artprice registró 4,740 millones de dólares en China; 2,720 millones, en Estados Unidos, 2,240 millones, en Gran Bretaña". Gasca Serrano, L. (2012). "El inestable camino del negocio del arte" en *El Economista, Mercado del arte en México 2012* [En línea]. México, disponible en: <http://eleconomista.com.mx/entretenimiento/2012/02/13/inestable-camino-negocio-arte>, [Accesado el día 21 de febrero de 2012].

como modelos a seguir, ni que lo que hacen está bien o mal; la intención es la de ser observadores críticos, antes que pasivos, de lo que sucede con estos actores y entender la dinámica actual del mercado artístico.

Capítulo 2

Las galerías y el mercado del arte en la ciudad de México: definiciones y marco de acción

“La galería ha aportado al artista a lo largo de todo el siglo XX no sólo un espacio donde mostrar su obra y comercializarla, ha sido el lugar de la evolución de las tendencias gracias al riesgo asumido por los galeristas, mucho mayor en cada momento al de las instituciones públicas”

Nacho Ruiz

En este capítulo se definen los conceptos con los que trabaje a lo largo de la investigación, además de contener las herramientas que se utilizaron para obtener, desarrollar y mostrar la información acerca de quiénes son, dónde operan, cómo trabajan y cuáles son las estrategias y procedimientos de las galerías que manejan arte contemporáneo en la ciudad de México.

2.1 Mercado del arte y mundos del arte

¿Qué entendemos por galería de arte y qué implica gestionar una en la ciudad de México? A ésta y otras preguntas intenta dar respuesta la presente investigación. La función de las galerías obedece, dentro de la lógica del mercado, a la oferta y específicamente, a la distribución, que viene a ser la clave del consumo y de la producción estética: “por eso su ejecución y control se los disputan el poder político, el económico y el ideológico” (Acha, 1984: 22). Cabe aclarar que la intención del presente trabajo no es hacer una historia de las galerías privadas, sino analizar la gestión de las mismas en la actualidad y analizar su oficio, conocido como galerismo.

En el sentido actual, por galería⁴² nos referimos a un espacio encargado de

⁴² Anteriormente, la galería era un espacio particular y privado donde la aristocracia o los Reyes conservaban y guardaban sus esculturas y pinturas para la contemplación particular. “alargadas, amplias e iluminadas estancias donde se conservaban colecciones de pintura” (Fernández. 1998: 21)

la compra, venta, exhibición, promoción y, en menor medida, producción de obra artística (Acha, 1984: 107). Como complemento de esta definición, me parece importante el siguiente párrafo de Olav Velthuis (2007: 23):

“Para entender con más detalle la manera en que operan los galeristas y la manera de representar sus operaciones, necesitamos reconocer que ellos son parte de dos diferentes mundos sociales de manera simultánea. Por un lado, el mundo del galerista es un mundo capitalista. Como cualquier otra empresa comercial, una galería necesita encontrar artículos que sean comerciales, para atraer clientes potenciales y para hacer ventas con el fin de mantener sus puertas abiertas. Al mismo tiempo una galería es una institución cultural que sirve como los “porteros” del mundo del arte (Crane, 1976); ellos eligen y seleccionan artistas de los muchos que buscan ser representados y promueven a los nuevos valores que puedan ir contra lo ya establecido. Al mismo tiempo, los galeristas montan exposiciones que contienen trabajos que nunca han sido mostrados al público y que son frecuentadas sobre todo, por personas que no tienen los medios para comprar dichas obras”.

La definición de *mercado* que sirve a los fines de esta investigación es “*el conjunto de transacciones de compraventa de obras de arte o trabajos artísticos y, más específicamente, el juego de factores⁴³ que determinan los precios y el estado de la oferta y la demanda*” (Souriau, 1998: 781) y de valoración de las obras de arte. Las galerías son uno de los agentes que conforman la oferta y la intermediación dentro del mercado del arte. Existen otros actores que han impactado positiva y negativamente las actividades de los galeristas; entre estos, podemos citar a los asesores artísticos, los expertos de casas de subastas, los corredores de arte, los críticos, las bienales y las ferias internacionales de arte, así

⁴³ Que son, desde las transacciones económicas, artísticas y simbólicas hasta las de índole no tan evidente como son las interpersonales y sociales. Punto en el que coincido con Howard Becker en su libro *Art Worlds* (1982) en el que propone que el arte es una actividad, es decir, “un producto social resultante del trabajo que hacen algunas personas y de los vínculos de cooperación entre estas personas” (Becker, 1982 citado en Aliano, 2011: 10).

como los lanzamientos de un artista por algún capital financiero, como si fuera un nuevo producto comercial. Seguramente al momento de escribir estas líneas este surgiendo alguna nueva modalidad o participante en este ámbito. “Los productores de cultura creen que ellos solos la hacen, en realidad, los distribuidores (...) determinan el medio social de la obra de arte, pues la socialización de ésta es un proceso a cargo de la distribución” (Acha, 1984: 7).

Las actividades principales de una galería son (Acha, 2003: 23):

1.- *La Compra*

2.- *La Exhibición*

3.- *La Inflación de valores o publicidad. La promoción*

4.- *La producción de reproducciones*

5.- *La Venta*

En México, hay muchos factores que no se toman en cuenta a la hora de abrir una galería: sí, es un negocio, pero no es cualquier negocio. Edward Winkleman (2009: 68-78) menciona los siguientes tópicos como importantes si se está interesado en abrir una galería de arte:

-Resumen Ejecutivo, el cual debe incluir: Información de la empresa, concepto del negocio, misión (*statement*), características financieras, requisitos financieros, estado actual de la empresa, propiedad, logros principales, paso final.

-Descripción del negocio.

-Descripción de la industria.

-Descripción de tu galería: descripción de producto.

-El mercado⁴⁴: clientes, el tamaño del mercado y las tendencias, competencia, posicionamiento en el mercado, fijación de precios, ventas estimadas.

-Desarrollo y producción: estado de desarrollo, procesos de producción, costos de producción, requisitos de mano de obra, gastos y requisitos de capital: 1) gastos de

⁴⁴ O *diagnostico del contexto*, como lo llamaría Alfons Martinell (2001) para proyectos culturales, principalmente ubicados en el ámbito público.

operación mensual (renta, pago de préstamos, agua, electricidad, teléfono, sistema de alarma, internet, papelería, consumibles, salarios, seguros, impuestos, enmarcado y envío), 2) acumulación de costos de construcción, equipo de oficina, mobiliario y lanzamiento de la campaña de publicidad, 3) costo de bienes vendidos (inventario de apertura, estimado del costo de las compras y ventas estimadas).

-Análisis FODA: fuerzas, oportunidades, debilidades y amenazas.

-Ventas y marketing: estrategia, método de ventas, publicidad y promoción.

-Gestión: descripción de la gestión, servicios de apoyo.

-Finanzas: Ventas estimadas, estado de flujos de efectivo, balance general, declaración de ganancias y prestamos.

¿Cómo se traduce todo esto en un modelo de gestión? ¿Qué entendemos por modelo de gestión? Existen varias definiciones académicas de lo que es la gestión cultural en el ámbito público, pero en el sector privado es más común escuchar la palabra *administración*. Considero que es una manera reduccionista de denominar la compleja labor de un negocio como lo es una galería de arte. Por ejemplo, en el ámbito de los museos públicos, la gestión cultural:

“se propone más llevadera al personal de una organización la realización de sus tareas a base de facilitarles la toma de decisiones. *Facilitar* significa hacer que las cosas sean más fáciles de lo que serían de otro modo...el propósito de la gestión [de museos] es facilitar la toma de decisiones que conducen a la consecución de la misión del museo, al cumplimiento de su mandato y a la ejecución de sus objetivos a corto y a largo plazo para cada una de sus funciones” (Lord y Dexter Lord, 1998: 15).

Es claro que los museos, en particular los que pertenecen a la administración pública, están insertos en una política cultural específica y obedecen a un plan de trabajo institucional para cumplir con una misión, un mandato, metas y objetivos. Además, como resguardan colecciones públicas del patrimonio artístico nacional, no buscan la especulación comercial, ya que son plataformas de exhibición y legitimación de lo que es considerado culturalmente valioso. Otra definición que

se acerca a los propósitos que persigue mi investigación se puede encontrar en el marco teórico de la creación de proyectos culturales:

“El modelo o forma de gestión es la estructura organizativa y jurídica que regirá el funcionamiento formal del proyecto. Algunas veces se convertirá en una acción más de una institución en funcionamiento, otras será necesario crear una forma de gestión de acuerdo con las reflexiones iniciales y los objetivos perseguidos. El modelo de gestión influirá notablemente en los aspectos organizativos, económicos, jurídicos, etc”. (Martinell, 2001: 28).

No hay que olvidar que una galería obedece a intereses particulares y es creada con una línea de trabajo, un programa, metas y objetivos (económicos, fiscales, personales, sociales, culturales, etc.). Como negocio, sus intereses son tan legítimos como cualquier otro particular y como cualquier otra organización dedicada a la gestión del arte, por lo que no considero que las anteriores definiciones sirvan a los fines de mi trabajo.

Se pretende analizar las diferentes modalidades de trabajo que existen actualmente en el mercado primario de arte contemporáneo, cómo operan y conocer si existen constantes en las maneras de dirigir una galería. Para Toni Puig: “Gestión es hacer, ponerse a trabajar y lograr resultados: tener claro *qué* queremos, *para quién* lo queremos y *cómo* lo haremos...” (Puig, 2004: 62). Por su parte, Edward Winkleman señala que:

“...un modelo de negocio para una galería (*gallery's bussines model*) puede ser pensado en términos de las más detalladas decisiones y prácticas cotidianas, tales como la forma de dividir las ventas con sus artistas vivos (quién recibe qué porcentaje), en qué horario está abierta al público, si se compran obras de arte para revender o sólo se toma la obra en consignación y, con los socios de trabajo, qué papel desempeña cada uno en el funcionamiento de la galería” (Winkleman, 2009: 25) [La traducción es nuestra].

Aclarado lo anterior, para esta investigación se entenderá por modelo de

gestión a la *forma de administración, de organización, de programación y de financiamiento de una galería privada de arte contemporáneo que la identifica con una línea de trabajo y le genera una identidad institucional; lo cual traduce en una disposición eficaz y efectiva de los recursos (humanos y financieros) con los que cuenta para llevar a cabo satisfactoriamente sus actividades de mercantilización, producción, difusión y exhibición de obra de arte contemporáneo.* La lista anterior se maneja sobre todo en un contexto como el europeo o el estadounidense, pero me parece importante señalarlo como referente y antecedente de estudios que existen sobre el tema.

Las galerías de arte pertenecen al mercado primario, “lo que significa comprar directamente de los principales marchantes [sic] del artista que son, habitualmente las galerías”,⁴⁵ las subastas y las ventas posteriores a la primera venta de una obra de arte pertenecen al mercado secundario.⁴⁶

Existen criterios generales respecto al porcentaje que una galería cobra a un artista por exhibir en su espacio y por los gastos que esto genera por la publicidad y difusión que se hace de su obra. Estos espacios gestionan lo anterior de distintas maneras: compartir los gastos con el artista, cobrarle una comisión, acordar un pago en especie, absorber toda la producción de la próxima exposición, manejo de contratos laborales de exclusividad con algún artista, o de “convenios amistosos” y colaboraciones de palabra. Muchos galeristas ofrecen un 10% de descuento en la adquisición de una obra importante (Lindemann, 2006: 31). Además son ellos los “garantes de la legitimidad de la obra, pues de acuerdo con las leyes mexicanas, únicamente el autor puede certificar la autenticidad de una pieza, por lo cual las galerías deben acompañar cada venta con un certificado

⁴⁵ En el mercado primario está “*el material fresco, arte nuevo, la obra que aun no es objeto de manipulaciones; y lo más importante, porque resulta más barato*” (Lindemann, 2006: 14).

⁴⁶ Un marchante suele pedir a los coleccionistas que firmen un contrato de reventa, esto para proteger a su artista de salir malparado en una subasta, pero también para retener el control sobre el mercado del artista y asegurarse de que todas las ventas secundarias se efectúan a través de la galería. (Lindemann, 2006: 31).

que la avale”.⁴⁷ Éstos son sólo algunos ejemplos de la forma de operar de dichos centros neurálgicos del arte contemporáneo en la ciudad de México, los cuales ya constituyen un estándar. Podemos ver que existen distintas y muy variadas estructuras de trabajo, algunas con resultados de mayor impacto o más evidente, pero definitivamente no mejores que otras.

Veamos algunos de estos aspectos que muchas veces son ignorados a la hora de hablar de la operatividad de una galería y que impactan en su gestión:

- *El aspecto jurídico y fiscal.* El marco legal que delimita e interviene en el mercado de obra de arte va desde la Ley del Impuesto sobre la Renta que delimita al artista como persona física con derechos y obligaciones fiscales, a la Ley de Establecimientos Mercantiles que sitúa a la galería como persona moral con un marco que regula sus actividades. El punto aquí es: ¿el marco legal bajo el que opera una galería cubre todos los aspectos reales de sus actividades? La ley: ¿promueve, favorece, limita o dificulta la labor de estos espacios?

La galería, ante las autoridades, es antes que otra cosa, un establecimiento mercantil, el cual es definido por la *Ley de Establecimientos Mercantiles del Distrito Federal* como: “Local ubicado en un inmueble donde una persona física o moral desarrolla actividades relativas a la intermediación, compraventa, arrendamiento, distribución de bienes o prestación de servicios, con fines de lucro”.⁴⁸ Esta situación particular en varias ocasiones ha limitado y ha interferido en las actividades propias de un espacio de

⁴⁷ Palabras de Rafael Matos. Gasca Serrano, L. (2012). “El arte en México ¿Cómo se vende?” en *El Economista, Mercado del arte en México 2012* [En línea]. México, disponible en: <http://eleconomista.com.mx/entretenimiento/2012/02/14/arte-mexico-como-se-vende>, [Accesado el día 21 de febrero de 2012].

⁴⁸ Asamblea Legislativa del Distrito Federal (2011), “Ley de Establecimientos Mercantiles del Distrito Federal. Artículo 2. Párrafo XVI. Gaceta Oficial del D.F. 26 de Enero de 2009” [En Línea], México, disponible en : <http://www.aldf.gob.mx/> www.aldf.gob.mx/archivo-843220f7939ec35d52f8b3a850c4ba42.pdf [Accesado el día 14 de marzo de 2010].

exhibición: las inauguraciones con alcohol no son siempre bien vistas por los vecinos, los *performances* o tocaditas no siempre son actividades amigables, en fin, situaciones que no están pensadas para un lugar que no es ni restaurante, discoteca o tienda.

- La multiplicidad de medios y dimensiones de la obra de arte. Los nuevos soportes muchas veces se tienen que subordinar a las características del espacio físico de la galería, sin mencionar las piezas que han sido creadas para no ser exhibidas, o con características efímeras, o con una fuerte crítica a la galería o al mismo mercado. Pero como nada escapa a la voracidad del sistema mercantilista del arte, cabe preguntarse: ¿El formato de galería resulta limitante y conservador a la hora de dar cabida a la producción artística actual; donde las intervenciones, el arte efímero, el Net-art, etc., no tienen tanta aceptación comercial respecto a formatos de índole más tradicional? ¿Qué hace la galería con aquellas producciones que en su integridad tienen una marcada crítica o una denuncia contra la exhibición o contra la mercantilización del arte? “La obra de arte contemporánea no es la conclusión del proceso creativo (producto finito para contemplar), sino un sitio de orientación, un portal, un generador de actividades” (Bourriaud, 2009).

- Nuevos circuitos de exhibición y de legitimación.

Desde la década de los sesenta, los títulos académicos inciden positivamente como factor legitimador en la carrera de un artista, seguido por los premios y las residencias, la representación de un marchand primario, las reseñas y notas en revistas de arte, la inclusión en prestigiosas colecciones privadas, la validación del museo en la forma de muestras individuales o grupales, la exposición pública internacional en bienales muy concurridas y, por último, la aceptación de su obra en la reventa, marcada por un fuerte interés en las salas de subasta” (Thornton, 2009: 57).

El contexto de producción, en el que históricamente se realiza está investigación, se caracteriza por aquello que Pierre Bourdieu llama “proceso de automatización”, es decir, “a lo largo de la Historia, el artista se ha ido liberando de la tutela eclesiástica y aristocrática a favor de una mayor independencia temática, formal e incluso política...sin embargo, dicha autonomía del arte no trae entre sus beneficios la independencia económica” (López Cuenca, 2004: 137). Aclarado lo anterior, se concibe para este trabajo a la obra de arte en su doble acepción: como objeto simbólico y como mercancía, es decir, “las creaciones de los artistas son ámbitos de representación e indagación estética y objetos en el mercado de bienes de consumo” (López Cuenca, 2004: 137).

Como ya se señaló, el espacio que marcó el inicio de un sistema galerístico en la ciudad de México fue la Galería de Arte Mexicano, la GAM, que aún continúa operando y que responde a un ejemplo de gestión comercial y artística para el objeto de estudio del presente trabajo.⁴⁹

En algunos estudios sobre el mercado del arte contemporáneo, en especial en lo que corresponde al análisis de su distribución y en el cual intervienen las galerías, se clasifica a éstas en comerciales, culturales y profesionales (Iturbe y Peraza, 1998: 74). Las últimas son las que nos interesan. A su vez, a éstas se las ha buscado identificar en tipos: históricas, contemporáneas y emergentes.⁵⁰ Otra interesante división realizada sobre estos espacios (Acha, 1984: 9), los separa en galerías-tienda y galerías empresariales. Para nuestro propósito de investigación, el criterio será clasificar las galerías profesionales en consolidadas y en proceso de consolidación. El objetivo central de las galerías profesionales es:

“promover el objeto de arte nacional o internacionalmente, es decir, incidir directamente en su valoración. Su tendencia es relacionarse con centros de

⁴⁹ La Galería de Arte Mexicano representó en su momento a artistas de la talla de José Clemente Orozco, Diego Rivera, Carlos Mérida, Rufino Tamayo, Frida Kahlo, Leonora Carrington, etc. Artistas que en su momento, no tenían ventas récord como las que tienen en la actualidad. Ésta tradición aún persiste, ya que año con año se suman nuevos artistas a su lista de representados.

⁵⁰ La feria de arte Contemporáneo de Madrid utilizó este criterio para catalogar las galerías que en ella participaron en su vigésimo cuarta edición. (Ruano, 2005:83).

investigación estética y con los críticos de mayor prestigio, pues son las últimas piezas clave sobre todo a través de los medios de información masiva para manejar los gustos del consumidor” (Iturbe y Peraza, 1998).

En la ciudad de México, si hay algo que caracteriza a las galerías es su corto periodo de vida. Aquellas excepciones son las que serán motivo de análisis para esta investigación. Al hablar de consolidadas me refiero a la galería como un referente histórico dentro del campo, a un espacio (no necesariamente físico) que lleve al menos cinco años en el mercado, apuesta por una generación de artistas, posee un programa artístico consistente y definitivamente mantiene un volumen de ventas respetable o al menos, sustentable.

Por otro lado, al hablar de galerías en proceso de consolidación me refiero a aquellos espacios que se han mantenido operando dentro del mercado del arte en un periodo menor a 5 años, que poco a poco han ido apuntalando carreras de jóvenes artistas; se vislumbran como los espacios que hay que visitar ya sea para comprar o ver las nuevas tendencias del arte actual y van abriéndose un lugar en los escenarios internacionales del mercado del arte.

2.2 Metodología

Se seleccionaron 12 galerías: 6 consolidadas: GAM, Ginocchio, Hilario Galguera, Kurimanzutto, Luis Adelantado y OMR, y 6 en proceso de consolidación: Antena Estudio, Ethra, Gaga, Proyectos Monclova, talCual y Yautepec. Acorde con lo establecido arriba, las galerías consolidadas son aquéllas que tienen operando cinco años o más en el mercado, tienen una proyección internacional importante y un volumen respetable de ventas en el exterior; las galerías en proceso de consolidación son aquéllas que tienen menos de cinco años en el mercado y manejan un perfil más local, por decirlo de alguna manera, y sus ventas responden principalmente a compradores dentro de México. Al señalar que son las más representativas, me refiero a que las seleccionadas tienen diferentes perfiles que dan muestra de las distintas áreas y las muchas motivaciones que detonan el abrir un espacio de este tipo: un *ex dealer* independiente, un antiguo editor de

revistas, un artista que se volvió galerista, un artista-galerista, un español que abre otra sede de su galería en México, una galería que se ha mantenido por 76 años en el mercado, la galería que abrió sin tener espacio físico, la galería mexicana que representa a Damien Hirst y que tiene sede en Alemania, un argentino que continúa la labor de una antigua fundación, una pareja emprendedora, un comunicólogo que trabajó en una galería de París y la ex asistente de Fernando Gamboa. Esto da muestra de la diversidad de casos y la pluralidad de personalidades que coexisten en el medio.

Por la naturaleza de la investigación, consideré que la estrategia más apropiada para conocer y recoger los testimonios y experiencias que dieran cuenta del trabajo de gestión que ejercen los galeristas más representativos de la escena actual del mercado de arte contemporáneo en la ciudad de México, era la entrevista a profundidad.

Como comentaba en el capítulo 1, no existe mucha información sobre el tema en México y la que existe, está dispersa. Lo anterior es la principal razón por la que la considero que la entrevista a profundidad es la herramienta adecuada para alcanzar los propósitos del presente trabajo de investigación. En mis lecturas, me pareció interesante el resultado de Adam Lindemann (*Coleccionar Arte Contemporáneo, 2006*) al entrevistar a varios agentes del mercado del arte internacional, entre ellos, galeristas como Larry Gagosian. De este libro, dos o tres preguntas me parecieron interesantes de aplicar a mi trabajo. Otra autora que utiliza esta técnica es Andrea Bellini en su libro *Everything you always wanted to know about gallerist but were afraid to ask (2010)*: los resultados son puntuales, ya que existe un gran desconocimiento –fuera del medio– del trabajo, la función y el papel que ejercen los galeristas dentro del mundo del arte. Es importante aclarar que con la entrevista a profundidad se obtiene información directamente de los actores que dirigen las galerías en México, además de recopilar datos de primera mano, a través de las experiencias, relatos, anécdotas y práctica cotidiana de los responsables de gestionar los espacios que son nuestro objeto de estudio:

“...la entrevista, en la investigación social es un *proceso comunicativo* por el cual un investigador extrae una información de una persona –*el informante*, en termino prestado del vocabulario básico de la antropología cultural- que se halla contenida en la biografía de ese interlocutor; entendiendo aquí biografía como el conjunto de las representaciones asociadas a los acontecimientos vividos por el entrevistado. Esto implica que la información ha sido experimentada y absorbida por el entrevistado y que será proporcionada con una orientación e interpretación significativas de la experiencia del entrevistado. Orientación, deformación o interpretación que muchas veces resulta más interesante informativamente que la propia exposición cronológica o sistemática de acontecimientos más o menos factuales” (Alonso, 1995: 190)

Las entrevistas se hicieron después de tener una primera versión del directorio de galerías: teniendo los datos de los galeristas, se prosiguió a contactarlos para programar una visita. A todos se les entrevistó en la galería, en horas laborales, lo cual permitió una conversación fluida, natural e interesante, sin entorpecer su operación cotidiana. Por la complejidad de sus actividades, debo comentar que con la mayoría concerté citas durante ZONA MACO 2011. Un primer acercamiento lo realicé en ZONA MACO 2010, solicitándoles tarjetas de presentación y platicándoles sobre el proyecto; noté que hablando directamente con ellos se facilitaba la concertación de una cita.⁵¹ De las 12 entrevistas, sólo en un caso no se entrevistó al director, Hilario Galguera; en su lugar me atendió Mauricio Galguera quién funge como mano derecha de Hilario y comparte junto con éste la responsabilidad del espacio y las actividades directivas, además de ser sobrino del galerista.

Al elegir la entrevista como herramienta adecuada para la recolección de la información de quienes están al frente de las galerías privadas que manejan arte contemporáneo en la ciudad de México, realicé una guía de preguntas que me acompañó en mis citas con los directores. Ésta la elaboré haciendo una

⁵¹ Todas las entrevistas se realizaron entre el jueves 27 de enero y el jueves 28 de julio de 2011. La primer galería entrevistada fue Yautepec y se concluyó con OMR.

combinación de las preguntas del libro de Lindemann (las cuales marco con un asterisco en la guía que muestro a continuación) con otras que correspondían con el contexto mexicano y que daban respuesta a temas e interrogantes que mi investigación necesitaba obtener: quiénes son las personas que dirigen una galería, cómo está estructurada, cuánta gente se necesita para poder hacer sus actividades, cuáles son las dificultades y ventajas a las que se enfrentan en el contexto político, legal, fiscal, económico específico de nuestro país; identificar las causas que hacen que una galería cierre sus puertas a los pocos años de haber iniciado y qué intereses tuvieron para decidirse por esta profesión⁵² y no otra.

Mi rutina con las entrevistas consistió en hacer una cita directamente con los directores; en algunos casos fue por teléfono y en otros fue de manera directa durante la feria ZONA MACO 2011. Previo a la misma, se realizó una visita al sitio Web de la galería, con la finalidad de hacer una especie de pequeño *scouting*⁵³ e investigar sobre el perfil y la historia del lugar, conocer alguna particularidad e indagar sobre ello.⁵⁴ La sesión se grabó con el consentimiento de cada uno de los entrevistados; en algunos casos pidieron darle una rápida lectura a la guía. El orden no fue estrictamente el que aparece en la lista de preguntas; éste se fue dando según la conexión de temas y la dirección en que la charla se fue dando para no perder fluidez e interés en la conversación —es importante aclarar que al final se hicieron todas las preguntas y si alguna no quería ser contestada, se respetó la decisión—.

Algunas entrevistas tienen una mayor extensión ya que hubo casos en que el entrevistado tuvo el tiempo suficiente para hablar sobre otros temas y en otros casos, por la agenda de los directores de la galerías, se me dio cierto tiempo para

⁵² Que por cierto no existe como grado académico, aunque en ciertos países de Europa ya existen estudios superiores relacionados con el mercado de arte y la consultoría especializada.

⁵³ Consiste en explorar e investigar algo o alguien en su campo. En este caso, se visitaron las páginas web de las galerías para conocer la información que manejan y ofrecen en la red.

⁵⁴ Por ejemplo, la galería ETHRA, en su página de Internet maneja certificados de regalo.

realizar la entrevista, las cuales tuvieron una duración promedio de cuarenta minutos a 1 hora con 30 minutos.

La pregunta 1 que abría la sesión era una forma de introducir y confirmar la información de apertura de la galería.

Las preguntas de la 2 a la 8, eran relativas a la gestión interna de las galerías, la organización y la manera específica cómo opera cada espacio.

Las preguntas de la 9 a la 15 eran de opinión: el panorama general del mercado del arte y las tendencias, cambios y relaciones observadas por el entrevistado.

La pregunta 16 servía a manera de cierre para conocer algún proyecto futuro.

Mediante las preguntas se buscó recopilar las experiencias de quienes dirigen un espacio de distribución de arte contemporáneo en la ciudad de México y sobre todo, conocer las actividades de estas personas que son un agente esencial del mercado del arte. No hubo la intención de conocer tendencias conceptuales y teóricas sobre el campo artístico y profundizar en materia de la creación, sino de adentrarse en la operatividad, los retos administrativos, de dirección y de gestión presentes en la distribución, compra y venta del objeto de arte contemporáneo.

A continuación se presenta la guía de preguntas que se utilizó en las entrevistas a los doce directores. El texto entre paréntesis, me sirvió como apunte personal, en caso de que tuviera que ampliar la pregunta:

- 1- ¿En qué año se crea la galería y por qué decide abrirla?
- 2- ¿Cuál es el objetivo principal de la galería?
- 3- ¿Cuál es el programa de trabajo que realiza su galería? (exposiciones al año, representación de artistas, géneros artísticos que maneja, exhibición, etc.)
- 4- ¿Cuántas personas trabajan en la galería y cuáles son sus funciones?
- 5- ¿Cuál es la relación laboral y personal de la galería con sus artistas? (manejan contratos)
- 6- ¿Cuáles son los criterios para seleccionar y representar a un artista? ¿A qué artistas representa?

- 7- ¿Cuáles son las estrategias que utilizan para posicionar a un artista?
- 8- ¿Qué porcentaje galería-artista maneja a la hora de vender una obra?
- 9- ¿Qué opina sobre la idea del arte como inversión?
- 10- ¿Cuántas ferias hace en un año? ¿Cuál es el impacto que tiene la participación de su galería en una feria?
- 11- ¿Cuáles son los nuevos agentes que observa en el mercado que impactan o influyen en su trabajo?
- 12- ¿A qué problemas se enfrenta la galería al ser considerada como un establecimiento mercantil? ¿Cuáles son los retos fiscales a los que se enfrentan? (y no tener las ventajas de una A.C. y si, las desventajas de una “farmacia o restaurante”)
- 13- ¿Cuál es su opinión sobre las galerías que abren y que no se pueden mantener en el mercado por muchos años?
- 14- Tendencias y cambios en el mercado del arte en los últimos 10 años.
- 15- ¿Cuáles son las principales dificultades a las que se enfrentan como galería?
- 16- ¿Cuáles son los proyectos que tienen a corto y a largo plazo?

Las otras herramientas de investigación que se utilizaron, fueron: a) mapas de ubicación y distribución de galerías en la ciudad de México, b) cuadros comparativos de los tópicos más importantes, resultados de la elaboración de entrevistas a profundidad y c) directorio de galerías en la ciudad de México.

Mediante los *mapas* se ubicaron las principales zonas y colonias en donde se localizan las galerías de la ciudad de México; la mayoría lo están en la zona centro de la capital, específicamente en las delegaciones Cuauhtémoc y Miguel Hidalgo: las colonias Roma, Condesa, San Miguel Chapultepec, Polanco, Juárez y, recientemente, la San Rafael.

Los *cuadros comparativos* concentraron la información derivada de las entrevistas, y así entender y focalizar los puntos de interés de la investigación.

Con el *directorio* de galerías –que se elaboró en marzo de 2011 y se actualizó en noviembre del mismo año–, se pudo conocer con certeza cuáles galerías no pudieron concluir el año con sus actividades; además de que

funcionará para futuras investigaciones que requieran el conocer los datos de las galerías que operaban en dicho periodo.

2.3. Cuadros comparativos

En la realización de las entrevistas noté varias constantes:

1) Todos empiezan a operar desde una posición de ampliar la idea de mediador del arte, es decir, o habían trabajado anteriormente en un espacio similar, o buscaron una oportunidad que ahora ellos pretenden ofrecer y ampliar de acuerdo con las carencias que habían observado anteriormente en el medio.

2) Abrir una galería requiere de muchísima inversión, tanto humana como económica, por lo que el negocio crece paulatinamente y generalmente se inicia economizando los recursos: algunos haciendo labores que van desde diseñar su propia página hasta barrer y trapear el espacio. Son pocos los que cuentan con una infraestructura importante para empezar cómodamente en este medio. En su momento, Inés Amor (GAM) utilizó la venta a plazos en un México que pensaba que lo que vendía era horrible, y Kurimanzutto empezó sin espacio físico, no como algo original *per se*, sino por una necesidad y una circunstancia que con el tiempo transformó en oportunidad.

3) Algo en lo que todos coincidieron es que su trabajo y la decisión de dirigir una galería ha sido por convicción, entrega y amor a dicha actividad; no están de acuerdo con la idea de quien compra arte sólo como una manera de invertir, aunque algunos sí aseguran que es una inversión en muchos sentidos, y que el beneficio económico viene como algo inherente a la obra.

Se presenta a continuación los cuadros con la información brindada por los entrevistados, organizados a partir de los siguientes tópicos: organigrama, criterios de selección de artistas, programa de trabajo, retos financieros y fiscales, estrategias de mercado, filosofía, tendencias que observan en el mercado, arte como inversión, porcentaje de ganancia en ventas y relación laboral galero-artista.

ORGANIZACIÓN

Galerías en proceso de Consolidación	Galerías Consolidadas
<p>ANTENA STUDIO. “Básicamente somos nosotros dos. Va a haber un par de socios; igual se van a meter otro par de personas a trabajar con nosotros”.</p> <p>ETHRA. “Está el curador o un asistente curatorial; está una parte comercial [sic], está un asistente y un encargado de montaje. Eso es realmente lo importante, lo demás va todo subcontratado”.</p> <p>GAGA. “Somos tres. Y luego tenemos un transportista que nos ayuda a veces, un contador que nos ayuda a veces; o sea, como varios externos. La idea es que alguien se encargue de control de obra, que la obra esté bien, que la bodega esté en orden, que los certificados estén bien, que las facturas estén bien, que la obra se haya ido y haya llegado bien, lo que es registrar [sic]. La otra persona se encarga de producción, trata con los artistas; andar organizando, montando. Y yo me encargo más de ventas, relaciones [públicas] y el trato con artistas”.</p> <p>PROYECTOS MONCLOVA. “Somos tres, a veces cuatro. Entran y salen pero de base somos tres”.</p> <p>TAL CUAL. “Somos dos. Todo lo</p>	<p>GAM. “Somos como 8: Dos directoras, dos asistentes y tres asistentes operativos que son nuestro brazo derecho [sic], porque montan exposiciones, cuelgan, hacen todo el trabajo, llevan cuadros, traen, empacan, que es mucho de lo que se trata”.</p> <p>GINOCCHIO. “Somos cinco personas: Una recepcionista, Paola Contreras que es como la subdirectora; tenés a una persona que está en la contaduría y otro que maneja la computadora y todo lo que es la oficina virtual y otro, que hace de todo lo que hay que hacer. Para montaje todo se hace con la gente de casa, al estilo Henry Ford. Tengo dos muchachos que saben colgar muy bien. Entre el artista y yo diseño [sic] el espacio, hago la museografía, a no ser que haya un museógrafo que venga, y hay un museógrafo”.</p> <p>HILARIO GALGUERA. “Somos cinco personas. Está Hilario y yo, que nos dedicamos a la relación directa con los artistas. Hay una dirección administrativa, que es como la cuestión técnica de impuestos, de cuenta bancaria, etc. Hay un área de prensa y comunicación, que es diseño gráfico, manejo de imagen, boletines de prensa, etc. Editorial tenemos y así, básicamente [sic]. Y bueno, gente que nos ayuda a hacer la museografía”.</p> <p>KURIMANZUTTO. “Somos 10. Tenemos un área de ventas en la que trabajan mucho Mónica y José. Tenemos un área de registro, que es una persona que hace todo el inventario y hace todos los envíos. Tenemos una persona que hace todo el archivo, la prensa, comunicación. Alguien que hace los proyectos especiales. Alguien que trabaja los libros, las publicaciones y las exposiciones que tienen los artistas fuera de la galería. Tenemos un par de personas que son las que empacan, cuelgan, mueven toda la obra. Está mi puesto que es una especie de coordinación general con todas las áreas, un poco más administrativo”.</p>

<p>hacemos nosotros: desde barrer hasta vender”.</p> <p>YAUTEPEC. “Somos dos. Sí, nosotros pintamos, curamos, barremos, etc. La prensa la hago yo, le llamé a todos los medios y los convoqué, agendando entrevistas, etc. Brett hace el montaje y pinta; entre los dos platicamos sobre el texto curatorial, él lo escribe, yo lo traduzco; él programa la página, la diseña. Yo cobro, yo vendo. Todo, él y yo”.</p>	<p>LUIS ADELANTADO. “Aquí en plantilla, somos 5 y hay personas que trabajan con agendas pero dentro del proyecto. Aquí no hay cargos. No hay diferencia de ningún tipo. Todos somos igual, incluido yo. Todos trabajamos en todo y pues nos apoyamos los unos a los otros según la necesidad. Pues yo tengo el equipo de diseño, de página y de imagen: hay una persona especialmente dedicada a eso en España, apoya la de allá y la de aquí. Luego la administración, igual. Aquí se les da gastos [sic], pero la administración fuerte se lleva allá, aunque yo aquí tengo otro contador ajeno a la galería”.</p> <p>OMR. “Somos 10 personas de planta y normalmente tenemos de 2 a 3 pasantes, o sea, gente que viene y que trabaja por un par de meses. Somos como tres directores, Jaime y yo, que somos directores fundadores. Jaime es director de finanzas; yo soy directora de, digamos (como no tengo un título específico) me encargo, digamos del registro y de la programación y de la gestión de los proyectos y Cristóbal, es director y encargado de producción. Los tres somos directores pero como que cada uno tiene su área. Y después está Kerstin, que está encargada de coordinación y de gestión, otra chica que está encargada de difusión y otra persona encargada de diseño, la página Web y de mantener todo eso; el área de contabilidad, mantenimiento que es Nacho, quien lleva trabajando con nosotros 25 años y que es el encargado de montaje, de luces y de cableado”.</p>
---	--

En México se inicia una galería de la manera más creativa, básica y austera posible. Algunos espacios abren con la única intención de mostrar el trabajo del círculo de amigos cercano; después de la apertura y de acuerdo con los resultados, muchos deciden continuar con la actividad de una manera más seria y profesional. Aunque el camino no es fácil y se tiene que ir improvisando y adecuándose al medio, muchos optan por abrir en las 3 colonias que se consideran “ideales” para abrir una galería: La Condesa, Polanco y La Roma. Aunque en los últimos años otras colonias han incrementado el número de

galerías y se han ido consolidando como zonas idóneas para esta actividad: San Miguel Chapultepec, Juárez, San Rafael.

Las galerías con menos de cinco años inician actividades y aprovechan sus recursos al máximo. Contratan gente de manera temporal y hacen lo más que pueden con el mínimo de personal. En general, si con el tiempo encuentran un lugar más óptimo para su actividad, no tienen problema con cambiarse. Las galerías ya consolidadas tienen una plantilla de entre 5 y 10 personas trabajando de manera regular y subcontratan personal para algunas actividades como son: montaje, traslado, conservación de obra, por mencionar algunas.

LÍNEA DE TRABAJO Y PROGRAMACIÓN

<p>ANTENA STUDIO. “No tenemos una cartera de artistas con los que trabajemos, más bien es como proyectos que van saliendo. Nos interesa mucho que el artista esté involucrado de alguna forma en la manufactura de la pieza, eso es algo muy importante”.</p> <p>ETHRA. “Las generaciones de artistas que ahorita tienen entre cuarenta y cincuenta años son los que queremos impulsar más, que son también por lo que dices, esto de la inversión, los que están ahorita en proceso de consolidación ya a un nivel mucho más fuerte”.</p> <p>GAGA. “A los mejor los primeros tres años es una cosa de experimento y te quedas con tres artistas, pero, afortunadamente, las cosas se dieron bien para poder representar [sic]. Pero no quería establecerlo desde el principio, sino como quien dice ¡ganártelo!”.</p> <p>PROYECTOS MONCLOVA. “Siempre ha sido más por <i>feeling</i> y por no sé, incluso me gusta trabajar con gente que sí tiene los mismos intereses, pero gente que nos llevamos bien... todo ha sido como bastante orgánico y como vaya saliendo lo hacemos [sic]”.</p> <p>TAL CUAL. “Son artistas emergentes; [con el término] emergentes no estoy diciendo que son [sic] artistas</p>	<p>GAM. “Manejamos muchas generaciones de artistas. Para los jóvenes no tengo tanto espacio, ojalá pudiera manejar el doble de artistas de lo que manejo, pero no tengo esa capacidad”.</p> <p>GINOCCHIO. “Nosotros nos dedicamos más que nada a la neofiguración. Somos especialistas en neofiguración. Entonces, como me gusta tener cosas de vanguardia, yo siempre he dicho: “en mi dificultad, está mi oportunidad”.</p> <p>HILARIO GALGUERA. “Nosotros como galería tenemos un discurso. Si tú ves las obras que nosotros tenemos, realmente siguen ciertos lineamientos y ciertos parámetros que son, en principio el gusto personal de Hilario y después, pues lo que nosotros queremos transmitir como conjunto”.</p> <p>KURIMANZUTTO. “Empezamos con una generación que llevaba un rato trabajando como grupo, pero ninguno</p>
--	---

<p>“chavitos” –que tendemos a pensar eso-; son artistas que están creciendo, que están arrancando una carrera: eso es a lo que nos referimos con emergentes y sobre todo, apoyar y mover a los artistas y las propuestas y proyectos que valen la pena, que hay que ver. La galería pues lo que hace, es una selección de lo que hay. Entonces [con] esta selección, nosotros justo lo que buscamos es mostrar lo que nosotros decimos “volteen a ver esto” [sic].</p> <p>YAUTEPEC. “Si yo te voy a representar, todo tiene que pasar por mí, no es de que tú le vas a vender a un amigo. Mientras ustedes estén aquí y en mi página Web todo el tiempo, no se me hace justo que vayas y le des otro precio a alguien más y vendas por fuera [sic].”</p>	<p>de ellos tenía representante en México. A veces este grupo inicial opina sobre los que se van integrando; ya hay algunos extranjeros, pero no queremos precipitarnos y siempre hablamos mucho con los artistas. Es un proceso lento”.</p> <p>LUIS ADELANTADO. “De los jóvenes, que haya una muy buena vibra entre el artista y la galería. Por supuesto, que le interese el trabajo y, ahí seguimos en esa dinámica. Ese es el criterio que tengo, tanto para un [artista] joven como para uno mayor”.</p> <p>OMR. “Es totalmente personal. No me interesa tener un artista que me promete grandes ventas (para empezar, nadie promete grandes ventas)”.</p>
---	---

Las galerías jóvenes empiezan manejando artistas emergentes. Algunas, como en el caso de Gaga o Ethra, que ya representan artistas de nombre internacional, lo hacen porque previamente trabajaban con estos artistas: Rodrigo Borrás era *dealer* independiente y Fernando Mesta había trabajado para la Galería AIR de Paris y Kurimanzutto. Las galerías consolidadas tienen varias generaciones de artistas representados, pero entre más tiempo lleva una galería en el medio, menos artistas ingresan a su lista. Se hacen proyectos, pero una galería al querer hacer una exposición individual a sus artistas, no puede dar cabida a nuevos jóvenes. Todas las galerías coinciden en que la mejor manera de distinguir a una galería de otra, y lo que las hace únicas, es por su cartera de artistas. El programa de cada galería es único. La obra que un coleccionista puede encontrar en una, no se encuentra en otra. Otra cosa en la que coinciden es que los criterios de mayor peso para manejar a un artista son el gusto personal de sus

directores,⁵⁵ la relación interpersonal que se va generando y que el trabajo del artista coincida con el espíritu y el discurso de la galería.

El Periódico *El Economista*, en su reporte sobre el mercado del arte 2011, evalúa a los artistas en las siguientes 3 categorías:

“Artistas emergentes. Tienen pocos años de carrera pero se muestran como promesas. Son impulsados por galerías, corredores y empresarios pues se espera que el valor de sus obras se incremente. Rango de inversión: de 3,000 a 20,000 pesos en pintura y desde 250 pesos en obra gráfica.

Artistas consolidados. Están a la mitad de su carrera y ya han participado en exposiciones y premios que les han generado cierto reconocimiento. Es probable que en un futuro lleguen a consagrarse y por ende su obra sea altamente cotizada. Rango de inversión: de 50,000 a 200,000 pesos en pintura y de 7,000 a 20,000 pesos en obra gráfica.

Artistas consagrados. Han desarrollado una producción considerable que forma parte de colecciones y museos alrededor del mundo. Antes de comprar una de sus piezas es importante revisar la autenticidad para evitar ser víctima de fraudes. Rango de inversión: de 700,000 pesos en adelante en pintura y desde 20,000 pesos en obra gráfica”.⁵⁶

PROGRAMA DE TRABAJO

ANTENA STUDIO. “Entonces era esta idea de estudio-casa y galería, como galería más que un espacio para vender arte, era un espacio para exhibir arte; pero también era buena idea	GAM. “Ahora hacemos mucho menos exposiciones de las que hacíamos antes, pero también organizamos muchas fuera de la galería; no es sólo el espacio sino al artista
--	---

⁵⁵ “La manera en que un galerista agrega a un nuevo artista a su galería se asemeja más a un ritual de cortejo que a una transacción de negocios. En lugar de ver la carpeta y las fotos que algún artista anónimo envía, o de ver el trabajo de los artistas que quieren ser parte de su galería; los galeristas se basan principalmente en presentaciones, referencias y recomendaciones de artistas que ya representan y ,a veces, por otros miembros del mundo del arte en quienes confían...” (Velthuis, 2005: 55). [La Traducción es nuestra].

⁵⁶ Gasca Serrano, L. (2012). “Artistas, índices y evaluación” en *El Economista, Mercado del arte en México 2012* [En línea]. México, disponible en: <http://eleconomista.com.mx/entretenimiento/2012/02/13/mercado-arte-artistas-indices-evaluacion> [Accesado el 21 de febrero de 2012].

<p>vender lo que estábamos exhibiendo para pagar desde renta hasta seguir produciendo".</p> <p>Ferias: Toronto, la ciudad de México (MACO 2010 y 2011), Londres, Chicago, Nueva York.</p> <p>ETHRA. "Varía, pero por lo general nosotros lo tenemos resuelto un año antes. El año pasado tuvimos demasiadas exposiciones, tuvimos ocho, que eran bastantes; y este año nos vamos a cinco, que cinco creo que es un buen número".</p> <p>Ferias: En 2011 hacen FIAR en México⁵⁷.</p> <p>GAGA. "Empezamos haciendo cinco exposiciones al año, los primeros dos años. El tercero y el cuarto, van a ser seis, me parece. Generalmente, los primeros tres años fue primera exposición con cada quien y luego, el cuarto año, ya empecé a repetir, ya dio la vuelta y empecé a hacer como exposiciones de verano con artistas que no forzosamente están en la galería.</p> <p>Ferias: MACO, hemos hecho LOS ÁNGELES, FIAC, FRIEZE, TÚRIN y repetir todos los años. Lo ideal sería acabar en BASEL, en MIAMI-BASEL".</p> <p>PROYECTOS MONCLOVA. "Se ha ido dando con la práctica... me gusta pensar que este espacio funciona también como una oficina de gestación, más que simplemente un espacio de exhibición.</p> <p>Ferias: Suiza, Miami, México y de repente vamos cambiando, este año vamos a Buenos Aires, hemos ido a Colombia, a Bélgica, Londres".</p> <p>TAL CUAL. "Se me hace que dos meses el</p>	<p>que puedes mandar a exhibir, ya sea en Estados Unidos, Europa o fuera de la ciudad de México. Hacemos más o menos como seis exposiciones al año en la galería y fuera, muchas".</p> <p>Ferias: Han participado prácticamente en todas, aunque hacen menos.</p> <p>GINOCCHIO. "Antes hacíamos como 7, 8 o 10 exposiciones al año".</p> <p>Ferias: Houston, Miami, después viene MACO (fundador), Venezuela, San Diego, Londres, Nueva York y Miami.</p> <p>HILARIO GALGUERA. "A principios de año hacemos un plan más o menos de cómo van a ser las exposiciones. Consideramos de dos meses y medio, más o menos cada una de ellas, entre dos y tres meses, y sobre eso vamos estableciendo las fechas".</p> <p>Ferias: MACO</p> <p>KURIMANZUTTO. "Antes hacíamos una, a lo mejor tres y desde que tenemos el espacio ha variado entre cinco y seis exposiciones al año. Nosotros estamos más activos y los artistas tienen más cosas, es algo que avanza paralelo".</p> <p>LUIS ADELANTADO. "En general, un año está mínimo la programación hecha. Yo lo que hago también hace ya catorce años, desde [que estaba en] Valencia, es un proyecto de jóvenes, que es un proyecto que no hace ninguna galería".</p> <p>Ferias: Ha participado prácticamente en todas, cada año varia su asistencia.</p> <p>OMR. "Al principio hacíamos 12 exposiciones.</p>
---	---

⁵⁷ FIAR se canceló.

<p>tiempo justo para tener espacio de difusión, de promover, de mostrar y también creo que ni es mucho ni es poco. Creo que es lo suficiente para darle a cada exposición un trato personal”.</p> <p>Ferias: No se mencionan</p> <p>YAUTEPEC. “La galería es el espacio físico, pero el proyecto es promover, gestionar, mover arte y apoyar artistas ¿Cómo? A través de mis “conectes”, de mis relaciones”.</p> <p>Ferias: MACO y el año pasado, San Diego</p>	<p>Actualmente hacemos un promedio de 7 u 8 proyectos principales, unos cuatro proyectos en el espacio de junto (el 52), más las ferias internacionales.</p> <p>Ferias: Las obligadas son ZONA MACO, BASEL Suiza, BASEL Miami y ya. Y vamos cambiando cada año; puede que hagamos dos ferias más que son por un lado FIAC en París, y por otro lado, ART HONG KONG”.</p>
--	--

Las galerías en proceso de consolidación hacen entre 5 y 8 exposiciones al año; la idea de estos espacios es abrir con una exposición colectiva y después organizar para sus artistas representados, una exposición individual, lo cual depende del número de artistas, y que puede durar hasta tres años en dar la vuelta. Las galerías consolidadas hacen exposiciones de entre mes y medio y dos meses, además de los proyectos que hacen fuera de su espacio. Todas muestran una tendencia a reducir el número de exposiciones que hacen cada año, con la excepción de Kurimanzutto, que hace más desde que cuenta con un espacio físico fijo para sus actividades. En general, todos coinciden en que al final de año elaboran lo que será el programa del siguiente, y todos están abiertos a incluir algún proyecto que resulte interesante y que no estaba contemplado al inicio. Todos participan en ferias internacionales; los que tienen menos de cinco años se enfrentan a la dificultad de que las ferias más consolidadas exigen como criterio para participar, un mínimo de cinco años de operaciones.

Las ferias son otro aspecto que las galerías utilizan en su programación. Las galerías en proceso de consolidación, como ya se ha comentado, tienen la problemática de que no pueden ir a todas las ferias. Todas las galerías entrevistadas han asistido a la feria ZONA MACO⁵⁸ en México.

⁵⁸ ZONA MACO México Arte Contemporáneo, la feria mexicana de arte contemporáneo, que desde 2004 organiza la empresa Cultura y Arte Contemporáneo Zeta, dirigida por Zélika García.

FINANCIAMIENTO

ANTENA STUDIO. (No se le hizo esta pregunta, ya que la galería aún no está operando).

ETHRA. “Existe el giro de compra y venta de obras de arte en general; lo que pasa es que es un mercado muy informal. En México estamos acostumbrados a que te vendan todo con IVA, está incluido el IVA y las galerías no [sic]. Las galerías nunca venden con IVA; si tu quieres una factura, entonces te dicen “es más IVA”. Nosotros buscamos ser diferentes también en ese sentido, todos nuestros precios incluyen IVA, pero no por eso significa que vamos a estar arriba de los precios de otra galería, porque nos sacaríamos del mercado- automáticamente”.

GAGA. “A mí me encantaría poder pagar en especie; como galería, sería genial, pero si no, pues pagas los impuestos como debes. Yo hago mucha venta fuera, entonces no hay impuestos, pero hay IETU, que es una joda y sobre todo que ni los gastas, ni los ingresos son. El IETU te jode”.

PROYECTOS MONCLOVA. No contestó.

TAL CUAL. “Como cualquier otro negocio. A mí me pagan algo, yo lo deposito a la cuenta y entonces esa es la entrada, y de esos ingresos yo tengo que pagar mis impuestos”.

YAUTEPEC. “No estamos dados de alta. Lo planeamos hacer el año que viene; pero esto es a partir de los resultados de este año ¿Por qué? Porque yo quiero instaurar ya la tarjeta de crédito. ¿Qué voy a pagar si la verdad no tengo flujo de efectivo aún, y no se me hace como que yo tenga que estar

GAM. “El problema, por ejemplo con compañías que podrían ser grandes coleccionistas, es que no hay una tasa de deducción para las artes plásticas; no todo, porque yo entiendo que el país necesita impuestos. Pero si que tuvieras una parte [que pudieras deducir]. Yo creo que las grandes compañías podrían hacer grandes colecciones y no las hay, por la cosa fiscal; si tú ves, casi no hay colecciones corporativas porque no les conviene”.

GINOCCHIO. “Tengo que pagar impuestos, sacar el permiso de uso de suelo, tener un matafuego, etc. El hecho de ser una galería si tiene un marco de promoción cultural, pero en los impuestos es lo mismo. Hemos luchado mucho para poder pagar en especie y qué se yo, pero no han querido”.

HILARIO GALGUERA. “No hay ningún apoyo para nadie. Por lo menos de “papá gobierno” no hay absolutamente nada, no hay ningún apoyo de ningún tipo, no les importa, como si no existiéramos”.

KURIMANZUTTO. “Hay muchísimos otros países en que hay esta cosa de que el arte sí está exento del pago del IVA; por ejemplo, que puedes hacer una donación a un museo. Todo ese tipo de cosas. Estados Unidos lo tiene, y por eso sus museos tienen las colecciones que tienen, porque un montón de gente dona. Y aquí eso tampoco existe; eso también tiene que ver”.

LUIS ADELANTADO. “Una empresa si no está dotada de todas sus actividades correctas, como tiene que ser cualquier negocio, pues al final cae. Hay que hacerlo todo lo más riguroso posible”.

OMR. “Uno: hemos luchado mucho porque se quiten los aranceles de importación a las obras de arte. Dos: lo que es el pago en especie, el pago de

dándoles cuenta de esto? [<i>sic</i>].	impuestos con obra de arte a través de donativos a museos, que eso es una cosa bastante interesante a manera de enriquecer los acervos de los museos”.
--	--

Los ingresos constantes al abrir una galería son inciertos; por esta razón, muchas de las galerías que han cerrado al poco tiempo de haber arrancado con su negocio, nunca estuvieron dados de alta en Hacienda, sino hasta tener ciertos ingresos mensuales. Las galerías son un giro de compra y venta de arte dentro del marco legal de las sociedades mercantiles a nivel federal. Todas coinciden en que sería un buen aliciente poder pagar en especie sus impuestos y hacer donativos a museos,⁵⁹ lo cual resultaría muy interesante porque estaría generando una dinámica en la que se incrementarían anualmente los acervos de varios museos. El IETU (Impuesto Empresarial a Tasa Única) lo ven como un impuesto excesivo, y recientemente han tenido reuniones varios galeristas con Consuelo Sáizar y directivos de CONACULTA para eliminar los aranceles de importación a las obra de arte compradas en el exterior; ven difícil que esto pueda suceder pero han manifestado al Estado sus opiniones e intereses.

Los galeristas consolidados están conscientes de su profesión y de su actividad como un negocio propio de una empresa; sí, ellos comercializan con obra de arte que es a la vez mercancía y un objeto con valor cultural, artístico y simbólico; pero para realizar sus actividades de una manera profesional y con proyección internacional saben y fomentan que sus actividades deben estar dentro

⁵⁹ “Cuando Jesús Silva-Herzog Flores era Secretario de Hacienda, su esposa, Tere Márquez, coordinó un diálogo con la meta poner orden en la relación entre las galerías y la SHCP. Fue imposible, pues México tiene una figura muy *sui generis* sobre qué es el pago en especie”. Gasca Serrano, L. (2012). “Pago en especie. Artistas e impuestos” en *El Economista, Mercado del arte en México 2012* [En línea]. México, disponible en: <http://eleconomista.com.mx/entretenimiento/2012/02/13/pago-especie-artistas-e-impuestos> [Accesado el 21 de febrero de 2012].

del marco legal y fiscal que exigen las leyes mexicanas. Algunas galerías a la hora de arrancar, lo hacen de una manera improvisada, informal y clandestina; pero que de manera general termina o con el cierre del negocio o cumpliendo con todos los requisitos propios de un contribuyente. Yautepec y Proyectos Monclova iniciaron actividades sin estar dados de alta.

MERCANTILIZACIÓN

ANTENA STUDIO. (La galería no maneja un espacio físico y basa su difusión a través de su presencia en ferias de arte).

ETHRA. “Creo que lo más importante son las relaciones públicas. Si tú no tienes un mercado inicial a quien venderle arte, es muy difícil que pongas una galería. Te diría que el 85% de las ventas que haces es a gente que conoces. Entonces requiere mucho piar [sic], requiere mucho que conozcas a gente nueva, que te estés moviendo y requiere también muchísima vena comercial. Tenemos el certificado de regalo y la consultoría de arte: que puedan empezar a tener una colección de arte por menos de 24 mil pesos y diferido a meses; entonces está padre, porque el chiste es que por mil quinientos- mil ochocientos pesos, puedas empezar a tener una foto que nunca vas a tirar, porque es una muy buena foto de un buen artista”.

GAGA. “Yo hago la expo [sic], también es importante que la galería sirva como un centro de documentación, o sea, mucha gente viene de fuera; porque en México en dos años pasa todo el mundo. Me interesa que la página refleje la expo, que sientas que viste la expo [sic], esa es la aspiración. La parte de la expo [sic], la parte de las ferias, que hay que estar siempre circulando y circulando la información, buscando que el artista pueda vivir de su práctica, que el artista y su propuesta circulen”.

PROYECTOS MONCLOVA. “A veces cuando a mí me da gusto que alguien se interesa y alguien tiene el interés de

GAM. “Claro que doy abonos. Si una gente me dice ‘Mariana te lo pago en 3 pagos’, ¡claro, por supuesto!”.

GINOCCHIO. “Posición: mucho trabajo, mucha exposición, muchos medios. Yo no creo mucho en los medios, pero el medio sí ayuda, las notas y todo eso, y hacíamos muchas. Hoy ya cambió porque es mucho el discurso del Internet; las promociones las puedes hacer más fácil. Yo he decorado las telenovelas de José Alberto Castro, que es un productor de Televisa y bueno, para *Teresa* le presté un cuadro”.

HILARIO GALGUERA. “Inauguramos en el 2008 un espacio en Leipzig y ahora a finales de este año, pretendemos inaugurar un espacio en Berlín, más grande, para proyectar a nuestros artistas en Alemania”.

KURIMANZUTTO. “Ha ido cambiando. Nuestro objetivo cuando empezamos fue ser una de las galerías más importantes de México, en otro momento, ser una de las galerías más importantes de Latinoamérica y luego una de las más importantes a nivel

<p>comprar y se nota que no le alcanza”.</p> <p>TAL CUAL. “Creo que para difusión y tal, para mí todas las publicaciones y redes sociales son importantes para dar mucha difusión y presencia. Yo parto y estoy asumiendo que todo lo que nosotros hacemos es de la máxima calidad, no [sólo] en cuanto al producto obra final, pero también en cuanto al artista. Entonces no es algo de tratar de vender, es algo de partir teniendo algo muy bueno. Toda esta difusión de [sic] revistas o redes sociales es algo muy importante, muy importante si el artista tiene más visibilidad ayuda a la galería, y si la galería tiene más visibilidad, eso ayuda al artista, va de la mano”.</p> <p>YAUTEPEC. “Ahorita Brett y yo estamos actualizando nuestras bases de datos (directores de museos, curadores), haciendo portafolios, enviarlos [sic], propuestas de exposiciones fuera. ¿Para qué? Para que los artistas circulen y no nada más se queden estancados en una página web y con una sola exposición cada dos años. Esa, es la labor de un galero, no nada más vender. Próximamente haremos una estantería, una tienda de múltiples, como la del 52, que viene siendo arte a un precio más accesible, y vamos a poner una tienda en línea de productos de diseño y arte”.</p>	<p>mundial”.</p> <p>LUIS ADELANTADO. “Pero yo creo que lo importante en las galerías de arte, no es vender lo que tienes expuesto, es comprarlo tú como galería, si crees en ese proyecto. Esta muy bien vender y hay que vender. Lo importante es luego poder decir: ‘de toda la exposición estos que son los mejores, ya están vendidos’; para mí ya están comprados y luego lo que se venda. Eso es una política que yo tengo pero supongo que alguien más hace sus cosas. Pero ese es el puro negocio”.</p> <p>OMR. “El programa de cada galería depende de la visión que tienen sus dueños y sus directores, que eso es lo que lo hace interesante”.</p>
--	---

Éste es uno de los tópicos con mayor diversidad. Aunque casi todas las galerías van a ferias, hacen inauguraciones en las que invitan a curadores, críticos, prensa y demás para promocionar a sus artistas; les programan exposiciones en su espacio y les consiguen exhibiciones en el extranjero; muchas de ellas tienen algunas otras estrategias nuevas o diferentes para poder incrementar sus ventas, o fomentar a nuevos coleccionistas e incidir en sectores que no están acostumbrados a comprar arte. Algunas de ellas son: certificado de regalo para garantizar tener una obra en algún plazo fijo, servicios de consultoría, ventas a plazos y sin intereses, ya sea de palabra o mediante tarjeta de crédito;

contratos con televisoras para “decorar” o usar obra de arte como parte de la escenografía de alguna serie o telenovela,⁶⁰ abrir dentro del espacio de la galería una tienda⁶¹ y, por último –y que no es una constante en el medio –, es lo que la galería Luis Adelantado está haciendo y que me parece muy interesante: tener un *fondo de galería*, es decir, que exista un presupuesto para que la galería que representa a “X” artista, pueda comprarle obra, y con el tiempo y con el incremento de valor del nombre del artista, la galería pueda vender lo que adquirió a un precio mayor al original.

Otra de las cuestiones que se pueden observar en las conversaciones es que las galerías en México no se podrían mantener únicamente con las ventas que hacen en nuestro país, gran parte del éxito de un galero, son las ventas que hace en el extranjero.

Las redes sociales son otro de los nuevos medios que se están utilizando de manera general; aunque no todos los ven con buenos ojos o los utilizan como una herramienta primordial. Es fácil ver que muchas de las galerías ya se encuentran en facebook, twitter y youtube ofreciendo sobre todo las actividades e información básica de la galería. Del directorio de galerías que se utilizó para el presente trabajo, las siguientes usan alguna de las redes sociales como herramienta de difusión:

⁶⁰ Obra de la galería Ginocchio ha estado en telenovelas como *Teresa*, de José Alberto Castro, y obra de la galería Le Laboratoire se puede ver en la serie *XY* de Canal Once.

⁶¹ Como sucede actualmente con OMR y Yautepec que tiene planes de abrir una para 2012.

- Hecaro
- Patricia Conde
- Nina Menocal
- Vértigo
- El círculo azul
- Acceso B
- Hilario Galguera
- Flores Riestra
- Domicilio Conocido
- Miscelánea Galería
- Ginocchio
- Kurimanzutto
- Yautepec
- Galería Urbana
- La Quiñonera
- Arte Hoy Galería
- Caja Blanca
- El Palomar del Minotauro
- Garash
- OMR
- Medellín 174
- Arróniz Arte contemporáneo
- Anonymous Gallerie
- Massimo Audiello

- Fifi Projects
- talCual
- Machado Arte Espacio
- Enrique Guerrero
- Desiré Saint Phalle
- Aguafuerte Galería
- Ethra
- NM Contemporáneo
- la 77
- Café la Gloria
- Salón Malafama
- Myto Galería
- Proyectos Monclova
- Aldama Fine Arts
- Axis Mundi Galería
- Emilia Cohen
- Maresa Arevalo
- Luis Adelantado
- Oscar Román
- Schwarsstein Galería
- Lourdes Sosa
- Galería Divart
- EDS

Por último, vale la pena mencionar que las galerías al iniciar a vender, lo hacen a un mercado personal, es decir, a gente que ya conocen (amigos y conocidos). Con el tiempo y de acuerdo con la confianza, la calidad, la seriedad y el buen nombre que se hace cada quien, su mercado y los clientes se van incrementando.

IDENTIDAD INSTITUCIONAL

<p>ANTENA STUDIO. “Tener una galería es más que una carrera de velocidad, es una carrera de resistencia”.</p> <p>ETHRA. “Que sientan un respaldo de toda la empresa; desde la casa, que no es una casa ahí improvisada; desde que vean que está el curador, que el curador sabe, que escribe, que les recomienda, que les dice que está pasando con sus artistas...”</p>	<p>GAM. “Tienes que tener una vocación y una pasión, y saber que hay vacas gordas y que vendrán vacas flacas. Creer realmente en eso y ser como una hormiguita que ahorra para las vacas flacas”.</p> <p>GINOCCHIO. “Esto es una pasión; más que una vocación, esto es una pasión. Evidentemente, cualquier galerista debe ser un hábil comerciante, un hábil negociador, se necesita</p>
--	---

<p>GAGA. “Lo que hace tu galería es la lista de artistas y lo que hay diferente”.</p> <p>PROYECTOS MONCLOVA. “Al final de cuentas los fines son los mismos; lo que hace la diferencia son los artistas, porque ellos hacen una gran diferencia, y al final de cuenta es raro pensarlo como una competencia”.</p> <p>TAL CUAL. “El perfil de nosotros son artistas emergentes; emergentes no estoy diciendo que son artistas “chavitos” –que tendemos a pensar eso–, son artistas que están creciendo, que están arrancando una carrera: a eso es a lo que nos referimos con emergentes y sobre todo, apoyar y mover a los artistas y las propuestas y proyectos que valen la pena, que hay que ver”.</p> <p>YAUTEPEC. “Es un negocio a largo plazo. Porque lo que tú tienes que reflejar es confianza, para que se solidifique un proyecto”.</p>	<p>ese espíritu”.</p> <p>HILARIO GALGUERA. “El objetivo de una galería va más allá de cobrar una comisión por vender algo. Nosotros sí creemos mucho en el desarrollo de proyectos, en crear exposiciones inteligentes y que además de apoyar a la cultura en nuestro país y además de crear un proyecto que sea muy interesante en el extranjero [sic]”.</p> <p>KURIMANZUTTO. “Nuestro objetivo fue ser una de las galerías más importantes de México; en otro momento, ser una de las galerías más importantes de Latinoamérica y luego, una de las más importantes a nivel mundial”.</p> <p>LUIS ADELANTADO. “En mi trabajo siempre está presente el apoyo de la juventud, de la gente que empieza, que no sabe dónde dirigirse y qué hacer: pues ahí estoy yo”.</p> <p>OMR. “Una galería para mantenerse viva, siempre tiene que tener nuevos artistas, tiene que estarse renovando, tienes que estar atento a las tendencias, a lo que está pasando”.</p>
--	--

Los directores que se entrevistaron, mostraron una pasión por lo que hacen y una convicción por su forma de trabajar. En todos existe algún acercamiento a *priori* sobre el arte: o su formación está ligada al arte, o han desarrollado un interés por éste de manera práctica, pero todos están convencidos de que es un negocio serio y con una incidencia social y cultural importante. Es un trabajo de 24 horas, siete días a la semana, en el que tienen que estar visitando a sus artistas en sus casas, organizar fiestas, reuniones y ferias para provocar conexiones y redes de trabajo con otros agentes del mercado del arte que incidan en la carrera de sus artistas, conseguir financiamiento para alguna exposición o alguien que hable de ellos en alguna revista. Todos ellos mostraron estar convencidos de que lo que los diferencia y lo que los hace especiales es su lista de artistas y su programa.

TENDENCIAS Y PROGRAMACIÓN A FUTURO

ANTENA STUDIO. “Pues yo creo que es necesario que aparezcan nuevos agentes, yo creo que es para bien. Te pones a pensar en la cantidad de oferta comparada con la demanda que hay: no es lo mismo. Sucedió que había una división muy clara de artistas conceptuales con artistas de estudio, y pasaba que mientras los artistas de estudio pasaban horas encerrados ahí, los otros artistas estaban más como en eventos y haciendo promoción fuera; entonces de repente había como una desventaja y hasta esta cuestión de los artistas más clásicos, clavados, románticos de “pintura” [sic]. Ahorita hasta hay artistas que antes, jamás hubieran agarrado un pincel o un lápiz, ya veo que lo están haciendo, y al revés: artistas que eran como de caballete toda la vida y hasta se disfrazaban también para producir, igual ahorita ya están dando oportunidad a otros medios [sic]”.

ETHRA. “La pintura está regresando fuerte, [también la] escultura y la fotografía; toda la plástica, formal y de toda la vida es la que está volviendo a ser muy importante. El papel más importante que va tomando [sic]: uno, los coleccionistas privados en el arte contemporáneo y dos, las subastas. Las subastas están comiéndose a las galerías. Aquí no. Pero en Estados Unidos se las están comiendo y los coleccionistas que están marcando pauta muchas veces; creo que se le ha quitado –no sé si sea bueno o no- muchísima figura de autoridad a los museos”.

GAGA. Hay más colecciones, hay más galerías, se ha profesionalizado [el trabajo], y sí ha habido pioneros: si hay artistas que han logrado meter a México en circuitos internacionales, si ha habido pioneros que han hecho cosas muy importantes para bien de todos. Hay hasta una industria”.

PROYECTOS MONCLOVA. “Yo creo que va

GAM. “El otro día vi que en Perisur estaba una exposición de Frida Kahlo y me sorprendió la cantidad de gente. Para que tú veas que el arte tiene que llegar a los centros comerciales. En Japón así es”.

GINOCCHIO. “Son las tendencias: el arte se relaciona también con la moda, con el diseño; que siempre lo estuvo, lo que pasa ahora es que hay mucha más forma de saberlo. Y también hay muchos más artistas, hay mucha más gente joven haciendo cosas”.

HILARIO GALGUERA. “Uno de los problemas máximos que yo veo es que esto del arte se volvió una moda... Yo creo que el panorama mejora mucho, creo que a raíz de la iniciativa privada, únicamente la verdad. Hay algunos museos que intentan. Y hay mucha gente que no es muy adecuada para esa labor. Creo que está creciendo mucho el interés en el coleccionismo y es interesante, porque se van generando no solo coleccionistas, sino carreras de artistas”.

KURIMANZUTTO. “En las cosas de las galerías [sic], cuando empecé prácticamente un 95% lo vendíamos fuera y si comparamos con los últimos años, cada vez vendemos más en México. Sigue siendo un 70% fuera y 30 % en México. Sí vemos un crecimiento en el mercado de arte local. Sentimos que hay una generación más grande, que sí colecciona, pero es más tradicional, que

<p>creciendo, el interés va subiendo, porque también creo que ha ayudado mucho que ha habido mucho interés sobre el arte mexicano internacionalmente y pues se refleja; tiene que ser por rebote tal vez, que no es lo más óptimo, pero hace que los mexicanos se interesen más en el arte y están empezando a coleccionar más [sic]”.</p> <p>TAL CUAL. “Yo creo que está creciendo... creo que está creciendo no hay duda y hay varios mercados, o sea, está el mercado de mis padres y está mi mercado. La verdad es que no hay suficientes galerías y más para la cantidad de artistas, la calidad de talento que hay, para la cantidad de cosas que tenemos, no hay; no había la infraestructura”.</p> <p>YAUTEPEC. “Abrir un espacio aquí es mucho más difícil que abrir en Nueva York, porque hay miles de galerías allá. Aquí hay muchos museos, más que en Nueva York, por esto es más fácil aquí. Lo que pasa aquí es que como no hay tanto público para que te compre, pues como que tú te lo tienes que inventar... pues casi todos tienen similitudes en cuanto a temas porque el mundo está en una transformación de que la economía está muy mal, el medio ambiente está muy mal, la política, todas las teorías de conspiración; eso, tú lo ves en cualquier espacio, es decir, es lo de hoy en el arte contemporáneo”.</p>	<p>le gusta la pintura y que va a lo seguro”.</p> <p>LUIS ADELANTADO. “Será el que hay una generación –como puede ser la tuya– que son muy receptivos al arte, que sí tienen economía [sic] y están comprando, y eso es interesante... La necesidad que hay en esta ciudad de tener críticos de arte: ¡no existen! Y si hay tres, son tan divinos, que no vale la pena ni siquiera llamarlos”.</p> <p>OMR. “Yo creo que mi público ha crecido bastante ahora: si es corredor de la Roma-Condesa, entran 1200 personas en un día; si es una exposición normal, entran 300, 400, 500 personas. Ahora hay un cuerpo de coleccionistas más grande, que no son las grandes colecciones (no es Jumex, no es Coopel), pero que coleccionan, que les interesa, que lo estudian, y ha surgido un grupo de curadores jóvenes con los cuales colaboramos a veces para hacer exposiciones. Y algo que no sucede y que es terrible, es el apoyo institucional al mercado del arte”.</p>
--	--

Las galerías en proceso de consolidación observan que están apareciendo nuevos agentes en el mercado, aunque no tantos como en los Estados Unidos o Europa. Coinciden en que hacen falta más galerías, pero que la ciudad (y el país) solo puede sostener a cierto número. De estos nuevos agentes, las subastas “se están comiendo” a las galerías (aunque esto es más evidente en Estados Unidos y no tanto en México), y los coleccionistas privados están restando autoridad a los museos, quienes eran tradicionalmente los encargados de conservar y coleccionar los bienes artísticos y ahora, por sus presupuestos limitados, no les es posible

adquirir obra o competir con la iniciativa privada; además de enfrentar la concentración de obra en manos de colecciones corporativas y particulares. Lo anterior deja a los museos sólo con la opción de que en algún momento les sea donada alguna colección importante.

Todos coinciden en que el mercado mexicano está creciendo, que los beneficia a todos y que una competencia sana y profesional los favorece y que esto puede fomentar el que gente joven colecciona y apueste por el arte emergente. Kurimanzutto comenta que sus ventas se han ido equilibrando: antes vendían más en el extranjero y poco en México; actualmente han notado un mayor número de ventas en el México. Todas las galerías mencionaron un incremento en el interés de la gente y del público por el arte contemporáneo. Exposiciones masivas, nombres importantes del *mainstream* internacional exponiendo en museos importantes de la ciudad de México, Monterrey, Puebla y Guadalajara y muestras en Centros comerciales han favorecido este panorama. Algo que mencionó sólo uno de ellos es que en la ciudad y por consecuencia en el país, existen muy pocos críticos de arte y que este ejercicio es practicado siempre por los mismos nombres.

Algo que noté es que todos ven un desentendimiento generalizado por parte del Estado hacia el mercado del arte y consideran que el apoyo institucional es precario. A pesar de las recientes reuniones que han tenido galeristas y gente de CONACULTA, los resultados y la colaboración entre ellos es casi nula.⁶²

La galería con más años en el medio, la GAM, menciona que ha cambiado el poder adquisitivo desde que empezaron con el negocio, es decir, que está desapareciendo la clase media, que en aquel entonces podía y le interesaba adquirir arte. Su responsable opina que ahora existe una burguesía que no es muy culta y, por lo tanto, no hay grandes colecciones particulares de arte contemporáneo en nuestro país; además observa que a la desaparición de la

⁶² En 2002, las directoras de la GAM, Mariana Pérez Amor y Alejandra Yturbe, el coleccionista Andrés Blaisten y tres coleccionistas que no revelaron su nombre, tuvieron una disputa legal contra el Estado sobre la inconstitucionalidad de declarar patrimonio cultural toda la obra de María Izquierdo. Al final, ganaron los galeristas y coleccionistas. (Revista Proceso, No. 1751).

clase media que antes compraba arte de gente joven, hay un proceso en el que los ricos están pasando a ser millonarios.

MERCANTILIZACIÓN (El arte como inversión)

ANTENA STUDIO. No contestó.

ETHRA. “Claro, totalmente. Nosotros como galeros somos, yo creo, los que vamos marcando la pauta a eso del aumento de valor. Nosotros somos los que tenemos el mercado más palpable. Nosotros sí sabemos que si subimos el precio 20 %, se sigue vendiendo igual una obra. El reto es irlo subiendo, que cada vez se vaya consolidando más, pero que siempre, si tienes una producción como artista de 30 cuadros al año, vendas 25 ¿no?, para que tu mercado siempre esté en demanda”.

GAGA. “Hay arte que puede llegar a ser inversión pero mi idea es que no se quede en la gente que crea eso. Yo sí creo que estoy vendiendo arte que tiene una solidez, que llena una expectativa personal de lo que es arte, pero no te podría decir que mis artistas son la mejor inversión, y me parece que el que te lo diga, ¡que arriesgado! Y no me interesa”.

PROYECTOS MONCLOVA. “Yo creo que tampoco hay formula correcta para esas cosas, pero yo imagino que lo que a mí me hace sentir mejor es cuando alguien compra algo porque en verdad le gusta, porque está interesado en la obra y en el artista, no porque está especulando cuánto va a valer después”.

TAL CUAL. “Sí tiene un costo, sí es una inversión, porque estamos hablando de algo que genera intereses, pero lo vemos como una obra de arte; tanto así que todas las exposiciones que hacemos y toda la presencia en ferias que tenemos van ligadas a una curaduría, a un propósito y a una propuesta y eso, genera toda la exposición”.

YAUTEPEC. “El arte es malo verlo como una inversión. Porque en principio, yo siempre le digo a la gente ‘Si me compras algo, no lo compres como una inversión, es lo

GAM. “Compra por un disfrute personal’, les digo; si eso se convierte con el tiempo en algo más, qué maravilla. Pero si no, la satisfacción es lo que importa, no la pagas con nada, no tiene precio”.

GINOCCHIO. “Es muy bueno, ¡créeme que es muy bueno! Tu dinero siempre está. Cualquiera que quiera invertir o comprar un cuadro, pues que vaya a una galería, somos una institución”.

HILARIO GALGUERA. “Ya hay mucha más gente que está viendo el arte como una posibilidad de inversión, como una posibilidad de compra y que está aprendiendo a vivir con el arte contemporáneo. Mucha gente está considerando comprar un Demián Hirst que un Ferrari [sic], cosa que es un poco difícil porque el Ferrari te da inmediatamente un estatus y el Demián Hirst es mucho más especializado”.

KURIMANZUTTO. No contestó.

LUIS ADELANTADO. “Primero, [compra obra] que te guste para vivirla; si tú vas a comprar una obra para venderla dentro de dos años, no compres arte. Porque una cosa es lo que yo te estoy vendiendo y otra es que cuando tú lo quieras vender te van a dar menos de lo que tú has pagado.

<p>más tonto que hay...cómpralo porque te gusta'. Es como una relación con alguien, lo vas a ver siempre. Pero lo compras porque te gusta, porque lo vas a prestar a un museo o porque lo vas a prestar a una exposición a otro lado. Porque tú estás apoyando algo que quieres promover, no porque sea una inversión. Sin embargo, el arte no se devalúa: si no sube, de todas maneras no baja; a menos que tú lo quieras rematar”.</p>	<p>Ésa es mi teoría”.</p> <p>OMR. “Es una inversión económica que puede ser muy redituable si tienes buen ojo y estás bien asesorado. Y es una inversión de vida, de interés, de estudio y de gozo también. Yo sí creo que el arte es una inversión, sí lo es. En muchos sentidos”.</p>
--	---

Todos coinciden en que el arte es una inversión, aunque no están tan de acuerdo con quién sólo lo compra por esta razón: prefieren venderle a gente que le gusta la obra y que si con el tiempo obtienen una ganancia económica, que mejor; pero no lo ofrecen, ni lo venden de esa manera. Son conscientes de que el arte se ha visto en las últimas tres décadas como una buena inversión, pero prefieren a la gente interesada por su valor artístico y plástico o que se encuentre bien asesorada, más que a los especuladores.

Una de las diferencias que hay entre una galería consolidada y una tienda de arte es precisamente la inversión que hace la primera en consolidar la carrera de un artista e incrementar el valor artístico, simbólico y cultural de su obra –y como consecuencia, su valor económico- para validar su lugar en la historia del arte; la tienda vende obra con un interés más cercano a lo decorativo y con un interés evidentemente comercial.

Para el presidente del Fondo de Inversión Artemundi, Javier Lumbreras, “el arte es un activo real como el oro o la propiedad inmobiliaria, con la ventaja de que es portátil, tiene un costo de mantenimiento bajo y ofrece rendimientos estables a lo largo del tiempo”.⁶³

⁶³ ArtTactic realizó una evaluación en 2011. La consultora encuestó a asesores de arte de todo el mundo y descubrió que la principal motivación para conservar y adquirir arte es el retorno de la inversión: 49% de los asesores aseguraron que sus clientes son impulsados por el rendimiento potencial de las inversiones, 39% contestó que por la diversificación del portafolio y 29% dijo que sus clientes ven en el arte una cobertura contra la inflación. Gasca Serrano, L. (2012). “Todos coinciden: invertir en arte es buena opción” en *El Economista, Mercado del arte en México 2012*

ADMINISTRACIÓN (Porcentaje de ventas)

<p>ANTENA STUDIO. “Como todos, supongo 50-50. Como artista y galerista, mi porcentaje lo reinvierto prácticamente 90% en seguir esta cuestión de promoción”.</p> <p>ETHRA. “Depende, va de un 50 a un 30 %.”</p> <p>GAGA. 50-50.</p> <p>PROYECTOS MONCLOVA. “La galería paga la producción, recuperamos la inversión de esa producción específica y el resto lo divide a 50-50 % con el artista”.</p> <p>TAL CUAL. “Va variando, poco, pero a <i>grosso modo</i> [sic], es 50 – 50”.</p> <p>YAUTEPEC. “Varía mucho, según el proyecto”.</p>	<p>GAM. “La Galería de Arte Mexicano siempre toma el 40%. Nunca hemos tomado más que el 40%. Inés Amor tomaba el 33% y lo cambiamos al 40%, pero fue ya fue de sentirnos mal. Yo sé que casi todas las galerías toman el 50%, es obvio”.</p> <p>GINOCCHIO. “Las galerías tienen un porcentaje de la venta. No es un secreto, somos comisionistas. Depende del artista, la producción: si tú eres un fotógrafo y le haces la producción, evidentemente la producción es tuya. Todo esto es muy variable, no tiene una lógica, no es un negocio. No hay un porcentaje, no es una cosa estipulada, depende el cliente: si hay muchas obras buenas, hacemos esto, lo vemos, lo repartimos así, se habla”.</p> <p>HILARIO GALGUERA. “Con algunos artistas varía, pero manejamos... siempre 50 – 50 o una cantidad mayor para el artista, pues consideramos que eso es un trato justo y nos ha funcionado bien”.</p> <p>KURIMANZUTTO. “La galería financia la producción de la exposición y en el momento que se vende la primera pieza, todas las ventas son en un porcentaje de 50-50”.</p> <p>LUIS ADELANTADO. “Los beneficios o gastos suelen estar compartidos al 50%, es un estándar; luego con cierta gente pues tienes tus deferencias, o bien el artista, o bien el galero. Según el proyecto”.</p> <p>OMR. “50-50”.</p>
---	---

Sobre esta cuestión, todas las galerías estuvieron de acuerdo en que se maneja un estándar de 50% para la galería y 50% para el artista, aunque con sus variantes y según el proyecto: no es lo mismo hacer una exposición de fotografía o

[En línea]. México, disponible en: <http://eleconomista.com.mx/entretenimiento/2012/02/13/todos-coinciden-invertir-arte-buena-opcion> [Accesado el día 21 de febrero de 2012].

de pintura, que hacer una mega instalación. Solo la GAM comentó que toma el 40%, ya que antes con Inés Amor se tomaba el 33%.

ADMINISTRACIÓN (Aspecto laboral)

ANTENA STUDIO. “A mí lo que me gusta, y lo que queremos hacer eventualmente, es si ver algo que me encante [*sic*], poder decirle al artista: ‘¿sabes qué? Esta obra que tienes, quiero venderla, quiero invertir en ella y hasta poderte dar un porcentaje de lo que te tocaría, ya para alivianarte con ese rollo”.

ETHRA. “Casi todo es de palabra realmente, y tenemos alrededor de veinte artistas. Van variando. Ahorita la idea es reducir un poco el número, porque es muy demandante y no les puedes dar oportunidades a todos. Teniendo veinte son demasiados”.

GAGA. “Todo es de palabra. Hay ciertas reglas muy claras: se comparte cierto porcentaje, se paga inmediatamente; porque a mí me intranquiliza mucho tener dinero. Porque pasa mucho como galería que en tu cuenta tienes lo doble de lo que es tuyo, entonces es muy tentador creer que es tuyo. ¡No me dejarían! Yo creo que es una autorregulación mutua [*sic*”.

PROYECTOS MONCLOVA. “Todo ha sido como verbal y profesional y hay un compromiso, pero hablado, de palabra, no hay ningún contrato firmado ni nada”.

TAL CUAL. “Hay contrato escrito porque es una inversión: ellos están invirtiendo conmigo y yo con ellos, entonces pues es lo que es. Y la verdad es que creo que tenemos la suerte de decir que con todos los artistas de la galería tenemos una relación de amistad, pero

GAM. “Es una relación de confianza, yo te diría que la galería ha durado 76 años porque no hay secretos”.

GINOCCHIO. “En esto, se ha tratado de hacer contratos, formas... como dicen aquí “papelito habla”, pero es muy ambiguo. Yo creo que la relación galerista-artista es como cualquier relación, muy tormentosa, muy amorosa y con muchos altas y bajas. Pero lo importante es que se va creciendo. Y llega un momento en que la galería no puede hacer más nada por el artista o al artista no le interesa estar más en la galería”.

HILARIO GALGUERA. “Nosotros no tenemos ningún contrato con ninguno de nuestros artistas, todo es de palabra. Confiamos ciegamente en ellos y ellos confían ciegamente en nuestras decisiones... nuestras vidas laborales y personales están realmente entrelazadas”.

KURIMANZUTTO. “Es más una cosa de confianza, de que a los artistas les interese que nosotros los representemos. Si hay algún proyecto, lo hablamos”.

LUIS ADELANTADO. “Los escritos no sirven para nada. ¡Sí que los tengo! Pero al final, si el artista está incómodo o yo estoy incómodo con el artista, la relación se tiene que romper. Pero yo creo que es eso: el creer el artista en lo que yo estoy haciendo y yo creerme lo que él hace. Y confiar el uno en el otro, ser lo más sincero posible, y esto es sobre unos lazos muy fuertes entre artista y galería”.

OMR. “Para ciertos proyectos específicos sí

principalmente nos conocimos por una relación laboral". YAUTEPEC. "Nunca hay contratos".	manejamos contratos, pero más que nada es una cuestión de confianza, es de palabra, y tú trabajas con un artista mientras le funciones y mientras el artista te funcione".
--	--

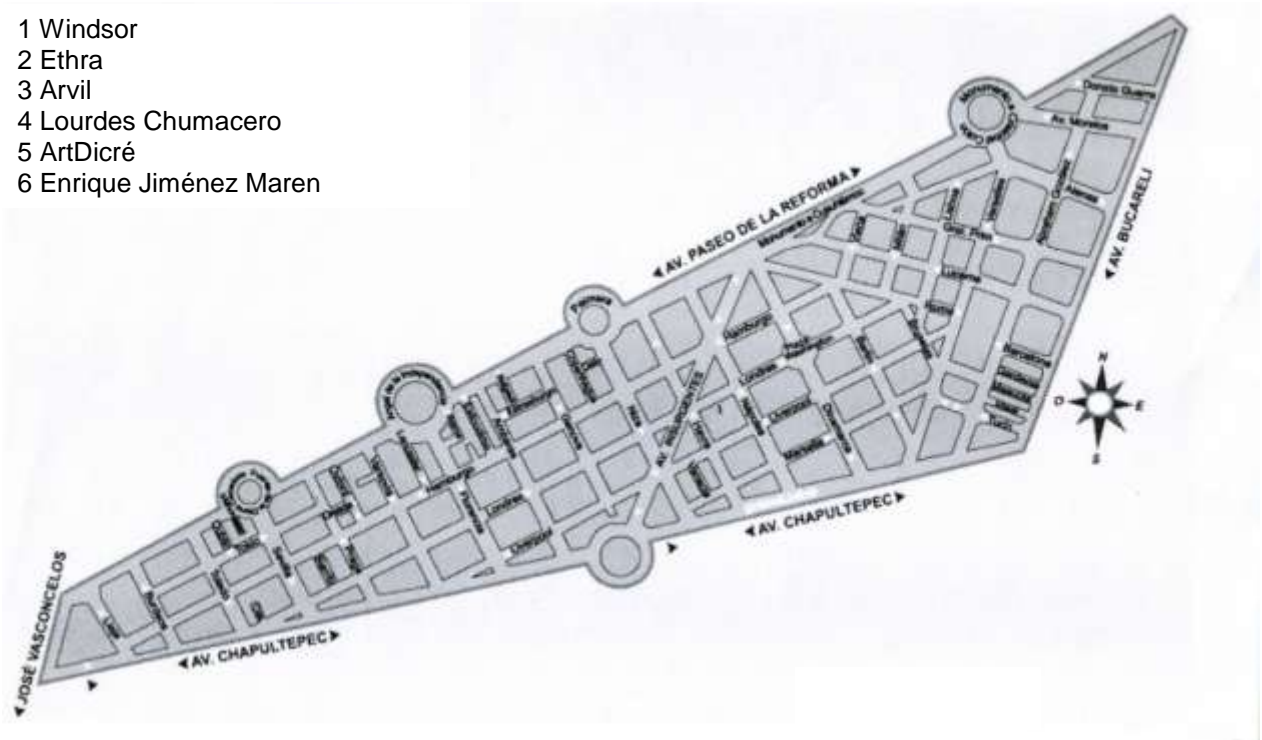
Son muy pocas las galerías en México que manejan contratos escritos para llevar una relación laboral con sus artistas; son más bien, acuerdos verbales directos, profesionales y personales entre el director y el artista. Se manejan más como una familia que está involucrada más allá de lo estrictamente laboral y se mantiene en comunicación todo el tiempo. Como el medio es pequeño en la ciudad y todo se sabe, si algún artista empieza a trabajar con otra galería o vende algún trabajo sin avisar a quien lo representa, la información fluye. A nadie le conviene dañar su imagen y reputación. De la misma manera, si alguna galería no paga en tiempo y forma a sus artistas o hace algún mal manejo de representación, el medio se entera. Cuando alguna de las partes está en desacuerdo con algo, surge algún problema, se viola algún acuerdo preestablecido o simplemente se decide ya no trabajar de manera conjunta; simplemente lo hablan y se disuelve la relación. Únicamente talCual los utiliza de manera regular y OMR para ciertos proyectos.

2.4. Mapas

Los mapas nos permitirán observar la concentración y ubicación de las galerías privadas de arte contemporáneo en el Distrito Federal durante el año 2011. La información que se desprende de estos gráficos es que estos espacios están aglomerados principalmente en un área de la ciudad, específicamente en las delegaciones Miguel Hidalgo y Cuauhtémoc. Las colonias Roma, Condesa, San Miguel Chapultepec y la zona de Polanco tienen el 75% de galerías de la ciudad. Además se pretende visualizar qué colonias se pueden convertir en nuevas zonas que complementen, dinamicen y democratizen la oferta y la difusión de arte en la ciudad.

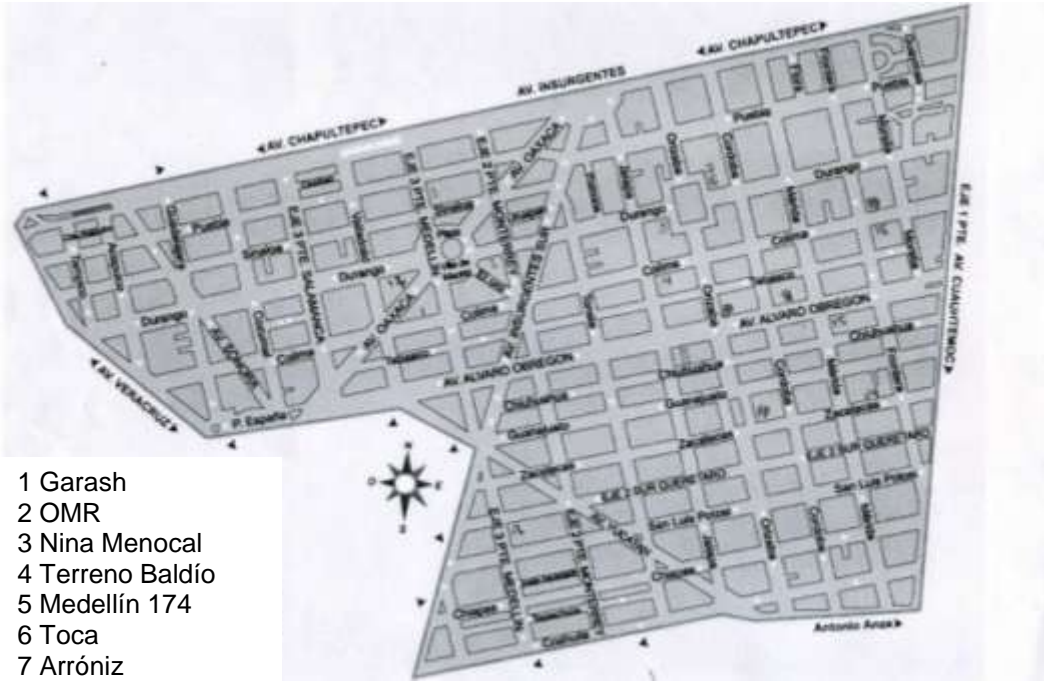
Juárez (Zona Rosa)

- 1 Windsor
- 2 Ethra
- 3 Arvil
- 4 Lourdes Chumacero
- 5 ArtDicré
- 6 Enrique Jiménez Maren



La Zona Rosa fue durante la década de los 60 un lugar en el que se reunían artistas, escritores y espacios de difusión del arte. En esta colonia vieron su época dorada galerías que apoyaron artistas de la llamada *generación de la ruptura* como Arvil y Pecanins. Aquí se encuentran ubicadas varias galerías; aunque no todas manejan obra contemporánea. Comercios, cafeterías, restaurantes, centros nocturnos, discotecas y hoteles son los principales giros que encontraremos en sus calles; lo que la vuelve una interesante y potencial área para vender y difundir arte contemporáneo, sobre todo por la cantidad de extranjeros y habitantes de toda la ciudad y de todas las clases sociales que la frecuenta.

Roma (Norte y Sur)



- 1 Garash
- 2 OMR
- 3 Nina Menocal
- 4 Terreno Baldío
- 5 Medellín 174
- 6 Toca
- 7 Arróniz
- 8 Andrés David Siegel Ruiz
- 9 Traeger & Pinto
- 10 TalCual
- 11 Vertigo
- 12 Galería R-Arte
- 13 Plástica de Arte
- 14 GaGa & Co.
- 15 Acceso B
- 16 Labor
- 17 Desiré Saint Phalle
- 18 Aguafuerte
- 19 Fifi Projects
- 20 Massimo Audiello
- 21 Anonymous Galerie

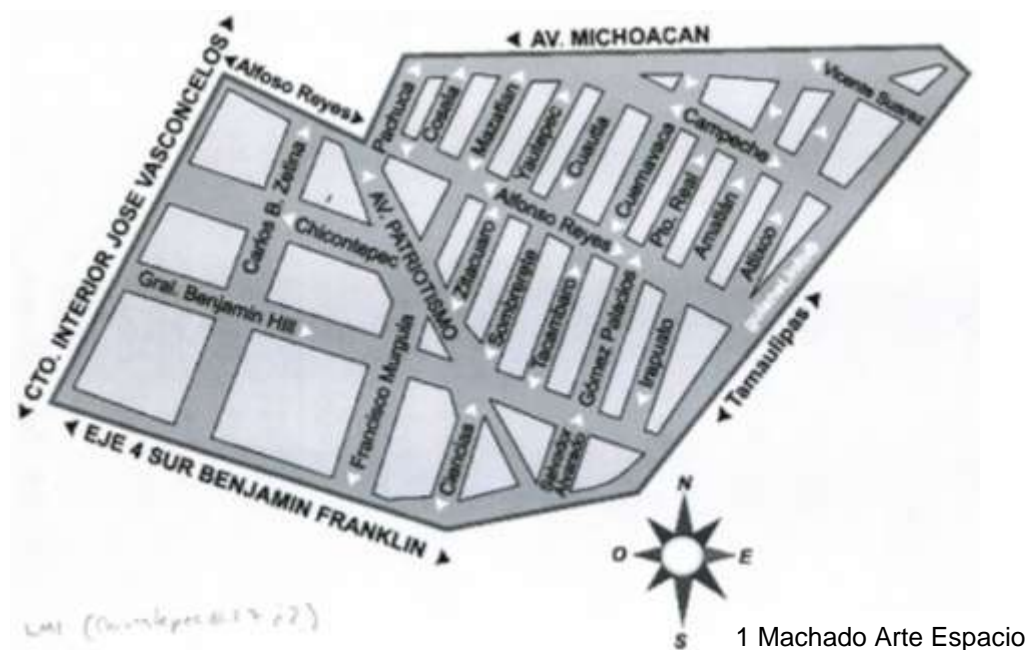


La colonia Roma es la que concentra el mayor número de galerías en la ciudad de México; esto se debe en gran medida al aburguesamiento que se da en la zona después de la gentrificación⁶⁴ de los años ochenta, respuesta al deterioro

⁶⁴ "...reocupación de un espacio urbano por parte de una clase socioeconómica en detrimento de otra". Checa-Artasu, M. M. "Gentrificación y Cultura: algunas reflexiones" en *Revista bibliográfica*

que tenía la zona tras los sismos del 85. Abrir y decidir iniciar operaciones como galería en la Roma es algo muy común: la ubicación estratégica que tiene la colonia dentro de la ciudad y la plusvalía que genera rentar o tener aquí un inmueble—donde confluyen escuelas especializadas, espacios independientes, restaurantes, actividades, casas habitación y talleres de artistas que dinamizan el medio como el corredor cultural Roma-Condesa —; son algunos de los factores que hacen de esta zona, la más importante en cuanto a la cantidad de galerías que se concentran en ella, la variedad de actividades culturales y la facilidad de relaciones sociales, artísticas y laborales que genera todo lo anterior.

Hipódromo Condese – Hipódromo – Condese



de Geografía y Ciencias Sociales. Vol. XVI. n.º. 914, 15 de marzo de 2011. [En Línea] México, disponible en: <http://www.ub.edu/geocrit/b3w-914.htm> [Accesado el día 28 de enero de 2012].

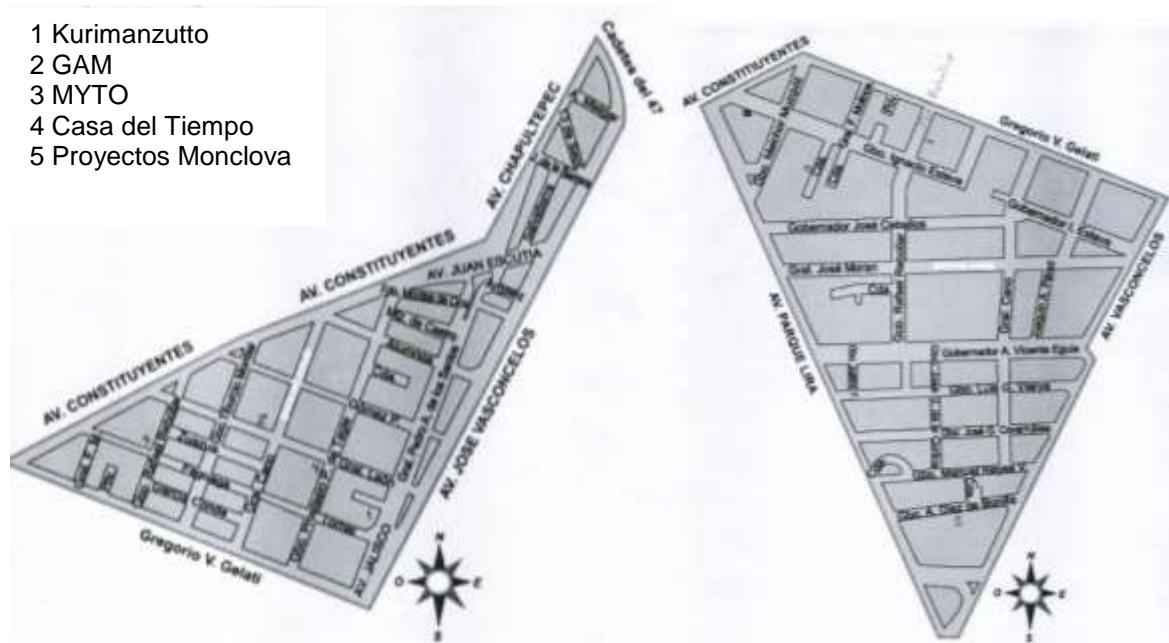
- 1 Domicilio Conocido
- 2 NM Contemporáneo



- 1 EDS
- 2 ART& IDEA
- 3 Le Laboratoire
- 4 Café La Gloria
- 5 Salón
- Malafama
- 6 Fifty 24 MX
- 7 Ricardo Reyes
- 8 Project Room

El área que comprende a las colonias Hipódromo, Condesa e Hipódromo Condesa, es una zona con un aceptable número de galerías. En abril del 2009, con la ayuda del Gobierno del Distrito Federal y Ana Elena Mallet como organizadora, se llevó a cabo el primer corredor Cultural Roma-Condesa, el cual ha tenido versiones subsecuentes. El corredor consiste en una serie de actividades y recorridos en torno a espacios de exhibición de arte contemporáneo, diseño industrial y gastronomía. Con siete ediciones hasta la fecha, se presenta como una estrategia de vinculación entre los espacios participantes, el público interesado y los habitantes de las colonias cercanas. Jóvenes profesionistas, extranjeros y una clase media en ascenso son el perfil de quienes habitan aquí, lo que la hace un excelente lugar para vender arte.

San Miguel Chapultepec



La San Miguel Chapultepec es una de las colonias que está teniendo un protagonismo importante en la ciudad de México; los galeristas han volteado su mirada a esta área, ya sea para cambiar de sede o para iniciar actividades. Se han cambiado de sede la Galería de Arte Mexicano y Proyectos Monclova, además de que fue la elegida por Kurimanzutto para abrir su espacio físico; lo cual nos indica

que hay que seguir a la zona de cerca los siguientes años. Esta colonia, poblada principalmente por oficinas privadas y casas habitación de clase media y media alta, es el lugar propicio para cambiar de sede o abrir una galería.

San Rafael



- 1 Yautepec
- 2 Hilario Galguera
- 3 La 77
- 4 ECOH
- 5 Alterna y corriente

San Rafael, junto con San Miguel Chapultepec, era una colonia que no tenía un perfil de albergar espacios de exhibición de arte.⁶⁵ A partir de 2005 se está convirtiendo en una zona importante en cuanto a oferta de espacios de arte contemporáneo se refiere. Aunque el nivel socioeconómico de los habitantes de la San Rafael es muy variado, se está transformando en una zona con muchos desarrollos inmobiliarios que podrían detonar un interés por el arte contemporáneo de jóvenes de clase media⁶⁶.

⁶⁵ En ella se pueden encontrar sobre todo teatros como el Centro Teatral Manolo Fábregas y el Teatro Aldama.

⁶⁶ Alberga a la galería que representa a Damien Hirst en México.

Tabacalera



- 1 Naxica
- 2 Hecaro

Polanco

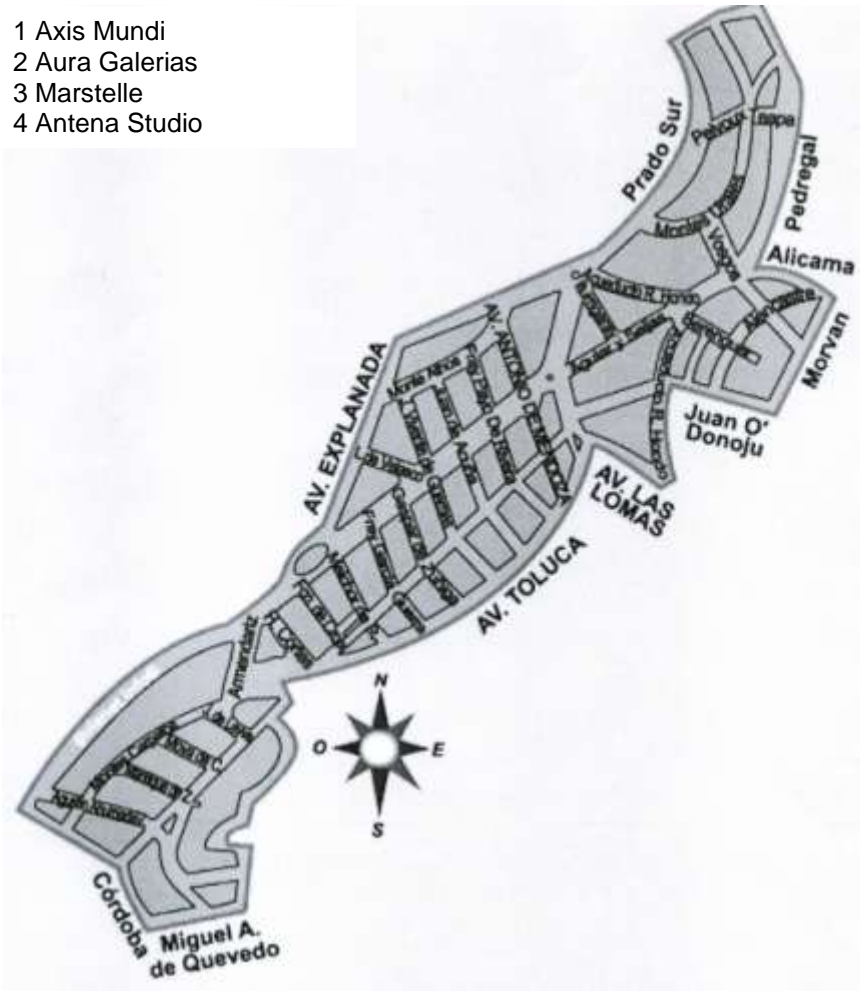


Polanco es la segunda colonia con mayor número de galerías en la ciudad de México, aunque tiene una población con mayor poder adquisitivo que la colonia Roma –con más galerías en su demarcación–. Eso hace que rentar o comprar un espacio en esta zona requiera de una inversión importante. El público y los coleccionistas potenciales pueden encontrar en sus calles firmas de diseñador de ropa, accesorios y mobiliario más importantes a nivel internacional, lo que la hace una de las áreas más exclusivas de la ciudad. Aquí se encuentran algunas de las galerías que cuentan con mayor proyección internacional: Oscar Román, Juan Martín, López Quiroga, Ginocchio Galería, Enrique Guerrero, entre otras.

Lomas de Chapultepec



- 1 Axis Mundi
- 2 Aura Galerias
- 3 Marstelle
- 4 Antena Studio



Las colonias Las Águilas, Ampliación Granada, Barrio La Candelaria, Mixcoac, Del Carmen, Barrio Santa Catarina, Anáhuac, Bosque de Chapultepec, Chapultepec Morales, Nápoles, Lomas de Reforma, Bosques de las Lomas, Villa Coyoacán, Santa Fe, sólo cuentan con una galería, por lo que se decidió no incluir el mapa correspondiente. Vale la pena mencionar que estas colonias con una población de clase media, media alta y alta, son nichos importantes que pudieran incrementar su número de galerías y generar nuevos territorios artísticos de oferta de arte contemporáneo dentro de la ciudad.

2.5. Directorio de artistas representados por galerías

Se realizó un directorio al iniciar el 2011, el cual se actualizó al finalizar el mismo año. Los movimientos, cierres y aperturas que arrojó la comparación entre las dos listas es mínimo: las galerías Pi, Anonymous Galerie, Fifi Projects, Galería Massimo Audiello y la sucursal de Lourdes Sosa en el Hotel Four Seasons abrieron su espacio e iniciaron operaciones oficialmente. Cerraron para cambiar de sede: Caja Blanca y Labor. Cerraron: Galería Arte Núcleo/Diana Ripstein, Fizz, la sucursal del Hotel Nikko de la galería Alberto Misrachi y 100 metros cúbicos de arte. Fue un año en el que podemos hablar de una estabilidad en el medio. Es interesante mencionar un detalle respecto a la galería Fizz: ésta dejó de operar como tal para convertirse en consultora de arte con el nombre de *Sugar Services*.

Se realizó una distribución por delegación y por colonia. El número que aparece entre paréntesis corresponde a la cantidad de galerías que hay dentro de esa demarcación, siendo la Colonia Roma (Sur y Norte) la que tiene el mayor número de ellas, seguida de Polanco. En la lista que aparece a continuación se agregaron los artistas que representa cada galería. Es importante señalar que estos artistas son los que las galerías representan actualmente, la lista puede variar y no es, bajo ningún motivo, un catálogo de nombres legitimados. Existen artistas que no tienen galería en México o que prefieren distribuir su obra por otras vías.

ALVARO OBREGÓN (1)

Las Águilas

GALERÍA URBANA

- Abelardo López, Adriana Kozub, Alejandra Villegas, Alejandro García Cantú, Alejandro Von Zeschau, Amador Montes, Ana Santos, Ángel Vallarta, Arturo Morín, Bradley Narduzzi Rex, Carlos Gutiérrez Angulo, Didier, Elke Zemelka, Fernando Andriacci, Gorka Larrañaga, Guillermo Pacheco, Guillermo Schulz, Guy Roussille, Isabel Garfias, Jorge Aguilar, Ixrael Montes, Luis Gal, Marcela Cadena, Marta Kucsora, Raúl Soruco, Regina Guerrero Pace, Rigel Herrera Bracho, Rivelino, Rodolfo Nieto, Rolando Rojas, Rosario Guillermo, Rosendo Pinacho, Vicente Mesinas, Vicente Vértiz Pani, Virgilio Santaella, Vivianne Koplewicz, Zamitiz.

AZCAPOTZALCO (0)

BENITO JUÁREZ (2)

Mixcoac

ARTE QUIMERA PROYECTOS

- Yauxu. Javier Cruz. Jimena Piedra. Carlos Gutiérrez. Angulo.

Nápoles

PALOMAR DEL MINOTAURO

- Trabajan recorriendo talleres de artistas, dan apoyo pero no representan a algún artista de manera constante

COYOACÁN (4)

Del Carmen

KIN

- Rodrigo Ayala. Oscar Bächtold. Rafael Gaytan. Ricardo Guevara. Kunio Iezumi. Sergio Jamaica. Cesar Córdoba. Phil Kelly. Omero Leyva. Heny Steinberg. Luciano Spano. José Villalobos. Erich Bächtold. Gloria Carrasco. José Antonio Gurtubay. Hiroyuki Okumura. Ulrich Salzle.

Barrio de la Candelaria

LA QUIÑONERA

- No proporcionó información

Santa Catarina

EL CIRCULO AZUL

- Eduardo Ballester Franzoni y Raquel Chávez Lanz

Villa Coyoacán

ARTE HOY GALERÍA

- Yvonne Domenge, Luis López Loza, Marina Láscaris, Kiyoto Ota, Paul Nevin, Ernesto Hume, Arno Avilés, María José de la Macorra, Georgina Gómez.

CUAJIMALPA (2)

Bosques de las Lomas

CAJA BLANCA

- Gustavo Artigas. Vigueta y Bovedilla. Luca Bray. Mathieu Briand. José Luis Díaz. Renato Garza. Abraham Jiménez. Manuel Knapp.

Santa Fe

GALERÍA PI

- Gustavo Aceves, Miguel Castro Leñero, Iván Abreu, Gabriel Macotela, María José Romero, Pablo Castillo, Belinda Garen, Diego Narváez, Rodrigo Vega, Valentina González, Sergio Koleff, Cristina Incháustegui, Arturo Lazcano, Abraham Mascorro, Santiago Pani, Fernanda Olivares.

CUAUHTEMOC (45)

Roma (21)

GARASH

- Amaranta Sánchez. Ana Roldan. Emilio Valdés. Domestic Fine Arts. Ricardo Harispuru. Teresa Margolles. Xavier Rodríguez. Saúl Gómez. Maurici Gomulicki. Silvia Gruner. Luis A. Orozco. Pilar Villela

OMR

- Mauricio Alejo. Iñaki Bonillas. Aldo Chaparro. Félix Curto. Melanie Smith. José Dávila. Graham Gillmore. Alberto Gironella. Candida Höfer. Yishai Jusidman. Rafael Lozano-Hemmer. Jorge Méndez Blake. Gabriel de la Mora. Rubén Ortiz-Torres. Adolfo Riestra. Maruch Sántiz Gómez. Bonnie Seeman. Laureana Toledo. Torolab (Raúl Cárdenas)

NINA MENOCA

- Carlos Aguirre. René Francisco. Eric Pérez. Álvaro Verduzco. José Bedia. Martin&Sicilia. Manuel piña. Oscar Cueto. Atelier Morales. Raymundo Sesma. Ángel Delgado. Rodolfo Peraza. Miguel Ventura.

TERRENO BALDÍO

- Javier Marín. Eva Gerd. Héctor Velázquez. Anette Kúhn. Sergio Garval

MEDELLÍN 174

- Alejandro Flores Horta. Alejandro Pérez Cruz. Ana Gómez. Armando Tavera. Claudia Nierman. Colectivo “La Torana”. Elizabeth de Jesús. Emilia Sandoval. Emmanuel García. Gabriel Carrillo de Icaza. Guitte Bog. Iker Vicente. Jorge Tellaeche. Laura Sánchez. Marisol Paredes. Maritza Morillas. Marlov Barrios. Paola Dávila. Rodrigo Téllez. Saskia Bostelmann. Víctor Mora. Vivianne Koplewicz. Zinna Rudman.

GALERÍA TOCA

- Robert Polidori. Diego Portuondo. Ricardo Pinto. Javier Peláez. Jordi Boldó. Omar Chacón.

ARRÓNIZ

- Daniel Alcalá. Ernesto Alva. Marcela Armas. Omar Barquet. Marcos Castro. José Castro Leñero. Mónica Espinosa. Mauro Giaconi. Agustín González. Jan Hendrix. José Luis Landet. Mark Powell. Alejandro Pintado. Ishmael Randall Weeks.

ANDRÉS DAVID SIEGEL RUIZ

- Alejandro Montoya. Daniel Lezama. Arturo Rivera.

TRAEGER & PINTO

- Alejandro Pintado. Roberto Cortazar. Patrick Petersson. Emilio Said. Fernando Moreno.

TalCual

- Gustavo Abascal. Andrés Arenas. Daphne Bally. Verónica Baltadano. Paul Muguet. Arturo Soto.

VÉRTIGO

- Dr. Alderete

GALERIA R-ARTE

- Mario Barrón; Tatiana Montoya; Rodolfo Camacho; Bradley Narduzzi Rex; Kenta Torii; Luis Cabrera; Eugenia Benabib; Alejandra Zermeño; Curro Gómez; Pablo Castillo; Rivelino; Rocío Caballero; Marcela Rosado; Ricardo Delgado Herbert; Emilio Said; Vanesa García y Ricardo Villasana.

PLASTIKA DE ARTE

- Alberto Bellón. Guadalupe Palafox. Iván Rangel. Procopio. Hugo Covantes. Nahim Rahal. Martha Borst. Rocío Villa. David Silva. Jorge Martínez. Paola Dávila. Iván Cuevas. Álvaro Zardoni. Josafat Miranda. Arturo Buitrón. Miguel A. Ramos. Beatriz Galván. Ernesto Álvarez. Víctor Mora. Coral Revueltas. Gyan Samara. Tom Xylander.

GaGa & Co.

- Alex Hubbard. Adriana Lara. Diego Barruecos. Claire Fontaine. Karl Holmqvist. Guillermo Santamarina. Antek Walczak. Carissa Rodríguez.

ACCESO B

- Alberto Anaya Adalid; Alex Bolio; Atonatiuh S. Bracho; César López; Diego Molina; Ernesto Alva; Francisco Figuraco; Italia Rodríguez; Jimena Orozco; José Porras; Laura Chenillo; Mabel Larrechart; Mario Martínez Celis; Mauricio Arechavala; Natalia Calderón; Oscar Padilla; Oswaldo Ramírez; Sandra Martí y Roberto García Hernández.

LABOR

- Erick Beltrán. Etienne Chabaud. Santiago Cucullu. Irene Kopelman. Teresa Margolles. Pedro Reyes. Jorge Satorre. Pablo Vargas Lugo. Héctor Zamora.

DESIRÉ SAINT PHALLE

- Cécile Bart. Rodolfo Díaz Cervantes. Jerónimo Hagerman. Ilán Lieberman. MoNDAo Corp. Jean-Luc Mouléne. Luis Felipe Ortega. Jean-Marie Perdix. Carlos Ranc. Marco Rountree Cruz.

AGUAFUERTE

- Beatriz Eugenia Hernández. Teresa Clark. Israel Alvarado Torres. Natacha G. Cirigliano. Jorge López. Odethe Farrell. Armando Eguiza. Diego Real. Celso Zubíre. David Silva. Ramón Pañaloza. Erik Martell.

GALERÍA MASSIMO AUDIELLO

- Alison Brady. Arian Dylan. Angelo Filomeno. Rupert Goldsworthy. Cristóbal Gracia. Cisco Jiménez. Cristina Ochoa. Alejandro Pintado. Berenice Torres. Emi Winter.

ANONYMOUS GALLERIE

- Artemio. Ronnie Cutrone. David Ellis. Maya Hayuk. Eric Haze. Greg Lamarche. Kostas Seremechis. Shelter Serra. Megan Whitmarsh. Romon Kimin Yang.

FIFI PROJECTS

- Mathias Kessler. Aldo Chaparro. Eliud Carrizales. Osma Harvilahti. Bill Sullivan. Hugo López. Richard Garet. Martin Andersen. Ricardo Dávila. Eduardo López. Andrea Vargas-Dieppa. Linnea Goransson.

Juárez (Zona Rosa) (6)

ETHRA

- Jan Hendrix. Roberto Turnbull. Francisco Castro Leñero. Germán Venegas. Juan Soriano. Leonora Carrington. Álvaro Santiago. Oscar Guzmán. Abelardo López. Adán Paredes. Alejandro Echeverría. Alejandro Santiago. Barry Wolfryd. Begoña Egurbide. Christian Thornton. Claudia Gallegos. Demián Flores. Domingo Martín. Elvira Sarmiento. Eric Pérez. Hersúa. Javier Areán. Javier Guadarrama. Jorge Yázpik. Manuel Pujol Baladas. María José de la Macorra. Mauricio Cervantes. Nicola Lorusso. Pablo Castillo. Pamela Martinez. Raúl Herrera. Selma Guisande. Víctor Guadalajara. Will Berry.

ARVIL

- Alberto Gironella. Antonio Rodríguez Luna. Carlos Mérida. Enrique Guzmán. Francisco Toledo. Francisco Zúñiga. José Fors. Rufino Tamayo. Sergio Hernández.

GALERÍA WINDSOR

- Únicamente compra-venta. No representa artistas.

LOURDES CHUMACERO

No proporcionó información

ARTDICRÉ

- Oscar Espinosa, Emilio Sánchez, Álvaro Santiago, Rafael Merino, Arq. José Mendoza, Guy Pierre Tur, Felipe de la Torre, Sabino López, Pilar González, Oscar Martínez, Agustín Casas, Lourdes Pérez de Ovando, Nick de Matties, Héctor Vázquez, Josefa García, Manuel Sosa, Victoriano López, Julián Díaz, Luis Manzo, Angélica Carrasco, Rosario Giovannini, Celia Fanjul, Karima Muyaes, Carmen Esquivel, Víctor Vizcarro, Natividad Amador, Salvador Manzano, Gastón de

Gyves, López Lucho, Efraim Espino, Marco Zamudio, Jesús Urbieta, Carlos Mérida y Rufino Tamayo.

ENRIQUE JIMÉNEZ MAREN

- Adrián Tavera. Alberto Salazar. Alfredo Gómez. Antonio Misael. Armando Guerrero. Efraín Morales. Enrique Sánchez. Fernando Andriacci. Gabriel Jensen. Gonzalo Torrico Prado. Guillermina H. Zenteno. Hermenegildo Sosa. Iraís I. Esparza Franco. Jesús Leuus. José Luis Serrano. José Nuño. José Sámano. Juan Reyes Haro. Leonardo Nierman. Martha Chapa. Román Casteltor. Rosendo Pinacho. Rubén Leyva. Sergio Bravo Hidalgo. Yampier Sardina.

San Rafael (5)

HILARIO GALGUERA

- Gustavo Artigas. Manolis Baboussis. David Bailey. James Brown. Carmen Brucic. Daniel Buren. Sante D'Orazio. Damien Hirst. Athina Loannou. Jannis Kounellis. Daniel Lezama. Mauricio Limón. Oliver Marsden. Víctor Hugo Pérez. Omar Rodríguez Graham. Benjamín Torres. Peter Wüthrich.

YAUTEPEC

- Artemio. Joaquín Segura. Marion Sosa. Mark Alor Powell. Misael Torres. Rubén Gutiérrez. Ximena Labra.

La 77

- No proporcionó información

ECOH (oficinas en Lomas de Chapultepec)

- Cirenaica Moreira; Daniel Ruanova; Daniela Libertad; J Vincench; Luly Sosa; Marcel Meury; Maura Falfán; Nerea de Diego; Norman Mooney; Sebastien Verdon; Takako Oishi; Virginia Colwell.

ALTERNA Y CORRIENTE

- Paola de Anda

Condesa (8)

EDS

- Plinio Ávila. Emilio Chapela Pérez. José Alfredo Elias Dabdoub. Teresa Serrano. Daniel Joseph Martinez. Christopher Ho. Oreet Ashery. Sandra Valenzuela. Marcos Ramírez Erre. Damián Ontiveros Ramírez. Ramsés Rodríguez Olaya. Carlos M.

ART& IDEA

- Diego Teo. Andrea Aragón. Aníbal Catalán. Mercedes Gertz. Máximo González. Arturo Hernández. Mónica Herrera. Javier Hinojosa. Luis Carlos Hurtado. Gabriela Rodríguez. Miguel Monroy. Paulina Lasa.

LE LABORATOIRE

- Tomás Casademunt. Juan Manuel de la Rosa. José González Veites. Mario Núñez. Jorge Robelo. Mauricio Sandoval. Jorge Yázpik. James Ensor.

CAFÉ LA GLORIA

- No proporcionó información

SALÓN MALAFAMA

- No proporcionó información

FIFTY 24 MX

-2009. Jeremy Fish. Carolina Fontoura. Acamonchi. Sam Flores. René Almanza. David Ellis. Meredith Dittmar.

2010. Estevan Oriol. Charles Glaubitz. Foi Jiménez. Miss Van. Wendell McShine. The Lost Ones. Kenta Torii.

RICARDO REYES

- Adalberto Adame. Alfredo Noyola. Alonso Mateo. Álvaro Verduzco. Antonio Oconell. Bradley Narduzzi Rex. Carlos Ranc. Cisco Jimenez. Emilo Said. Ernesto Lozano. Fabián Ugalde. Hilda Acevedo. Hubert Moreno. Gustavo Villegas. Jason Young. Jorge del Ángel. Magali Avila. Jimena Rincón Perezsandi. Paulina Lasa. Ricardo Villasana. Rigel Herrera. Rodolfo de Florencia. Stephany. Víctor Hugo Reyes.

GALERÍA PROJECT ROOM

- Alfredo Gisholt

Hipódromo Condesa (1)

MACHADO ARTE ESPACIO

- Alba Rojo. Boris Viskin. Carla Rippey. Coral Revueltas. Fernanda Brunet. Francisco Castro Leñero. Gabriel Macotella. Germán Venegas. Gilberto Aceves Navarro. Gilda Castillo. Gustavo Machado. Irma Palacios. Ilse Gradwohl. Jorge Benítez. José Castro Leñero. José Francisco Rodríguez. José Luis Cuevas. Jan Hendrix. Joy Laville. Juan Soriano. Luis Granda. Luis Lombardo. Luis Manuel Serrano. Magdiel Pérez. Manuel Felguérez. Miguel Castro Leñero. Oscar Ratto. Paul Nevin. Pilar Bordes. René Freire. Roberto Turnbull. Santiago Rebolledo. Vicente Rojo. Víctor Mora. Vlady.

Tabacalera (2)

HECARO

- Concepción Báez; Alfonso Durán; Jorge Ermilo Espinosa Torre; Estela Guajardo; Zaúl Peña.

NAXICA

- Tatiana Montoya; Luis Carlos Barrios; Eric Pérez; Joaquín Barrios; Lucille Wong; Gustavo Aceves; Pedro Martínez Osorio; José Ma; Hugo Laurencena; Hilario Bravo; Phil Kelly; Heriberto Juárez; Hartwig Lugo R; José Luis Gutiérrez; Luis Filcer; Michel de Leobardy; Virginia Bonilla; Juan Bautista Nieto.

Hipódromo (2)

DOMICILIO CONOCIDO

- No proporcionó información

NM CONTEMPORÁNEO

- Armando Romero. Víctor Guadalajara. Virginia Chévez. Mauricio Cervantes. Jesús Lugo. Valerie Campos. Eduardo Rincón. Sergio Garval. Gorka Larrañaga. Claudia Gallegos. Javier Guadarrama. Teresa Velázquez. Alfredo Gisholt. Marcos Límenes. Raúl Cerrillo. Jaime Gil. Andrés Amaya. Leticia Vieyra. Laura Rosete. Miriam Medrez. Alberto Montaña. Garza Moheno. Maite Agahnia. Stanley Shoemaker.

GUSTAVO A. MADERO (0)

IZTACALCO (0)

IZTAPALAPA (0)

MAGDALENA CONTRERAS (0)

MIGUEL HIDALGO (28)

Ampliación Granada (1)

KBK ARTE CONTEMPORÁNEO

- Marcela Astorga. Ignacio Lasparra. Fernando Carabajal. Mateo López. Moris. Rodrigo Echeverri. Darío Escobar. Rosario López. Taka Fernández. Ale de la Puente. Patrick Hamilton. Rodrigo Vega.

San Miguel Chapultepec (4)

KURIMANZUTTO

- Abraham Cruzvillegas. Carlos Amoraes. Damián Ortega. Daniel Guzmán. Dr. Lakra. Eduardo Abaroa. Fernando Ortega. Gabriel Kuri. Gabriel Orozco. Jimmie Durham. Jonathan Hernández. Miguel Calderón. Minerva Cuevas. Mónica Sosnowska. Rirkrit Tiravanija. Sofía Taboas.

GAM

- Stefan Bruggemann. Álvaro Castillo. Alfredo Castañeda. Elena Climent. Fernando García Correa. José Gonzáles Veites. Gunther Gerzso. Alfredo Gavaldón. Jan Hendrix. Javier Hinojosa. Jens Kull. Joy Laville. Miguel Monroy. Edgar Orlaineta. Irma Palacios. Diego Pérez. Edna Pallares. Abel Quezada. María Sada. Gerardo Suter. Mary Stuart. Francisco Toledo. Trini. Saúl Villa.

MYTO

- James Bonachea. Raúl Cordero. Adonis Flores. Yunior Mariño. Ariel Orozco. Marianela Orozco. Fabián Peña. Cecilia Ramírez-Corzo. Nathalie Regard.

PROYECTOS MONCLOVA

- Nina Beier; Francois Bucher; José León Cerrillo; Mario García Torres; Napoleón Habeica; Christian Jankowski; Nina Beier y Marie Lund; Eduardo Sarabia; Tercerunquinto.

Lomas Reforma (1)

ALDAMA FINE ARTS

- Pedro Cervantes; Mario Almela; Arturo Zapata; Tomás Gómez Robledo; Ernesto Álvarez; Luis Argudín; Oscar Gutman; Fernando Pacheco; Javier Guadarrama; Tatiana Montoya; José Antonio Farrera; Víctor Guadalajara; Jorge González Velázquez; Claudia Gallegos; Samuel Meléndrez; Diana Salazar; Carmen Chami; Juan Carlos del Valle; Gustavo Villegas; Héctor Javier Ramírez; Gabriel Carrillo de Icaza; Elia Andrade; Abraham Jiménez; Gustavo Quiroz; Alberto Ramírez Jurado; Lizette Zaldivar; Elizabeth de Jesús Espinosa; Miguel Ángel Ramos; Yampier Sardina; Lili Basulto; Miguel Ángel Garrido; Fernando Aranda; Silvia Andrade; Manuel Garibay; Diego Narváz y Cassandra de Santiago.

Lomas de Chapultepec (5)

AXIS MUNDI

- Paloma Caramazana. Francisco Paz Cervantes.

MARESA ARÉVALO

- Cristóbal Tavera. Gerardo Azcúnaga. Inmaculada Abarca. Jorge Robelo. Naomi Siegmann, Ricardo Ángeles. Mario Martín del Campo

AURA GALERÍAS

- Pintura: Carlos Vivar. Ulises Gallegos. Julián Díaz. Josefina Jordán. Arturo Morin. Engin Dalyanci. Sonia Pastrana. Ignacio Basauri.
Escultura: Miki. Olivia Guzmán.

MARSTELLE

- Armando Amaya, Raúl Anguiano, Alejandro Arango, Rolando Arjona, Feliciano Bejar, Rubén Contreras, Héctor Cruz, Guy Demun, Jorge Díaz, Carlos Humberto Hernández, Gustavo Montoya, Raymundo Martínez, Ramiro Medina, Leonardo Nierman, Trinidad Osorio, Ricardo Pérez Alcalá, Abel Ramírez, Antonio Ramírez, Antonio Ramos Barbosa, Juan Manuel Salazar, Homero Santamaría, Hermenegildo Sosa, Miguel Ángel Suárez, Romeo Tabuena, Adrian Tavera, Francisco Urbina, Alberto Vázquez Navarrete.

ANTENA ESTUDIO

- Operan sin espacio físico y sin representados.

Anáhuac (1)

LUIS ADELANTADO

- Aggtelek. Diego Bianchi. Sophie Calle. Oscar Carrasco. Andrés Carretero. Marcos Castro. Folkert de Jong. Fendry Ekel. Anthony Goicolea. Luis Gordillo. Rubén Guerrero. Carlos Huffmann. Bayrol Jiménez. Jason Mena. Priscilla Monge. Juan Navarro Baldeweg. Richard Orjis. Miguel Rael. Oswaldo Ruiz. Morten Slettemeas. Montserrat soto. Eduardo Sourrouille. Emilio Valdés. Iris Van Dongen. Darío Villalba.

Bosque de Chapultepec (1)

SCHWARSCSTEIN

- Jan Hendrix. Máximo Javier. Leonel Maciel. Eugenia Marcos. Rolando Rojas. Roney Fundora. Sergio Hernández. Leiba. Alfredo Zalce Alcázar. Raúl Anguiano. Fernando Andriacci. Francisco Castañeda. Enrique Catanio.

Polanco (15)

ENRIQUE GUERRERO

- Olga Adelantado. Fernanda Brunet. Santiago Borja. Manuel Cerda. Héctor Falcón. Adela Goldbard. Pablo Helguera. Enrique Jezik. Yui Kuiguimiya. Jesica López. Mangle. Miguel Ángel Madrigal. Miler Lagos. Quirarte & Órnelas. Ricardo Rendón. Tony Solís. Richard Stipl. Luis Miguel Suro.

JUAN MARTÍN

- Manuel Álvarez Bravo. Lola Álvarez Bravo. Manuel Felguérez. Mario Martín del Campo. Enrique Méndez de Hoyos. Sebastián. Francisco Toledo. Alba Rojo. Roger Von Gunten. Sebastián. Alba Rojo. Marina Lascarís. Sergio Galán. Palle Seiersen. Mario Martín del Campo. Marta Palau.

LÓPEZ QUIROGA

- Javier Arévalo. Francisco Castro Leñero. Miguel Castro Leñero. José Luis Cuevas. Manuel Felguérez. Gunther Gerzso. Alan Glass. Fernando González Cortázar. Ilse Gradwohl. Gabriel Macotella. Rodolfo Nieto. Irma Palacios. Mario Palacios Kaim. Gustavo Pérez. Vicente Rojo. Rufino Tamayo. Francisco Toledo. Rodolfo Zanabria.

Fotógrafos: Lola Álvarez Bravo. Manuel Álvarez Bravo. Hermanos Mayo. Azaglo. Yolanda Andrade. Nacho López. Pablo López. Lázaro Blanco. Hugo Brehme. Samuel Fosso. Miguel Rio Branco. Graciela Iturbide. Lourdes Grobet. Bernice Kolko. Rodrigo Moya. Guillermo Kahlo. Enrique Bostelmann. Héctor García. Antonio Garduño. Rafael Doniz. Paolo Gasparini. Martin Chambi. John

C. Lewis. Enrique Metinides. Armando Salas Portugal. Sebastiao Salgado. C.B. Waite. Seidou Keita.

OSCAR ROMÁN

- Jorge Alzaga. Arturo Arvizu. José Luis Bustamante. Estrella Carmona. Agustín Castro López. Manuel Centeno. Víctor Chaca. Luis Filcer. Luis Fracchia. Francisco Macías Velasco. Carolina Convers. Chantale Mazin. Mario Núñez. Laura Quintanilla. Alice Rahon. Hartwig Rodhe. Álvaro Santiago. Luciano Spano. Jesús Urbieto. Natividad Amador. Marisa Lara y Arturo Guerrero.

GINOCCHIO

- Santiago Carbonell. Guillermo Conte. Roberto Cortázar. Reynaldo Díaz Zesati. Ofill Echeverría. Graciela Fuentes. Claudio Gallina. Fernando Garrido. Fabián Giménez. Hugo Lugo. Antonio Luquin. Roger Mantegani. Cesar Rangel. Carlos Ríos. Enrique Rocca. Edwin Rojas. Susan Schmidt. Xevi Vilaró. Bruno Widmann. Eugenio Zanetti. Claire Becker. Carlos Cancio. Víctor Rodríguez. Benito Cerna. Carlos Oviedo.

PABLO GOEBEL FINE ARTS

- Francisco Aceves. Gustavo Aceves. Raúl Anguiano. Feliciano Bejar. Boris Viskin. Leonora Carrington. Francisco Castro Leñero. Miguel Castro Leñero. José Chávez Morado. Cisco Jiménez. Rafael Coronel. Carlos Cruz. Andrea Di Castro. Sairi Forsman. Matias Goeritz. Víctor Guadalajara. Olivia Gusman. Ana Mercedes Hoyos. Wilfredo Lam. Luis Loza. Javier Marín. Raymundo Martínez. Carlos Mérida. Gustavo Monroy. Rodolfo Morales. Edgar Negrete. Mario Núñez. Irma Palacios. Roberto Parodi. René Porto Carrero. Ricardo Regazzoni. Arturo Rivera. Guillermo Roel. Tomás Sánchez. Naomi Siegmann. Alga Sinclair. Pedro Slim. Ray Smith. Juan Soriano. Rafael Soto. Jean Souchad. Roberto Turnbull. Remedios Varo. Germán Venegas. Francisco Zúñiga.

GALERÍA 10/10

- Bruno Luna. Norman Bardavid. Almanzor. Ana Mercedes Hoyos. Agustín Castro. Antonio Magdaleno Castro. Javier Astorga. Fernando Garrido. Dionel Delgado. Proyecto siamés. Alonso. Raimundo López. William Chávez. Yaumil Hernández. Estella Estévez. Yassuan. Manuel Álvarez S. "Lolo". Eduardo Estrada Roque. Enrique García Navarro. Saskia Aracil.

ALBERTO MISRACHI

- Armando Ahuatzí, Jorge Alarcón, Javier Álvarez, Raúl Anguiano, Silvia Ballesteros, Sara Barush, Feliciano Bejar, Sergio Bravo Hidalgo, Sebastian Canovas, Mariló Carral, Miguel Carrillo, Josele

Cesarman, Gerardo Cedillo, Lino Chávez, Rafael Coronel, Pedro Coronel, David Correa, Jorge Coste, Francisco Corzas, Jose Luis Cuevas, Gina Daboub, Josep Doménech, Byron Gálvez, Alejandro García C., Susana García Ruíz, Rosa Ma. González Taver, Luis Granda, Rosario Guajardo, José A. Gurtubay, Daniel Heiblum, Sergio Hernández, Salvador Jaramillo, Abel Jiménez, Armando Jiménez, Heriberto Juárez, Jose María Lavine, Paula Lazos, Singrid Lind, Raúl Lozano, Leonel Maciel, Carlos Marín, Marqués de Jadraque, Juan Martínez Parente, Raúl Oscar Martínez, Rafael Mazón, Carlos Mérida, Oshra Michán, Amador Montes, Vicky Montesinos, Teresa Morán, Rodolfo Morales, Austreberto Morales, Diego Martínez Negrete, Leonardo Nierman, Luis Nishizawa, José G. Oropeza, Enrique Oropeza, Eugenia Orozco, Jesús Orozco, Trinidad Osorio, Miguel Osuna, Juanita Pérez Adelman, Abel Ramírez, Ismael Ramos, Ioanis Omar de Regil, Bella Rish, Diego Rivera, Bassy Robinson, Paloma Rodríguez Prendes, Rolando Rojas, Marcela Rosado, Mauricio Rosado, José Mateu San Hilari Royo, Manuel de Rugama, Enrique Sánchez, José Sacal, Adriano Silva, David A. Siqueiros, Rufino Tamayo, Francisco Toledo, Juan Torra, Gustavo Valenzuela, Alberto Vázquez Navarrete, Alejandra Villegas, Gustavo Villegas, Carlos Vivar, Francisco Zúñiga, Leslie Zaidenweber.

GALERÍA ARTE LOURDES SOSA

- Marianel González. Jorge Espinoza. Jesús Lugo. Naomi Siegmann. Jimena Rincón. Karla Castillo. Rafael Cauduro. Heriberto Quesnel. Laura rosete. Arturo Rivera. Rodolfo Nieto. Patricia Torres. Jesús Urbieta.

GALERÍA DIVART

- Alberto García Nava, Alexandre Monntoya, Carlos Aguilar, Carlos Oviedo, Casiano García, Enrique Sánchez, Fernando Andriacci, Humberto Peraza Ojeda, Jaime Cabrera, Jorge Ezquerro, Jorge Marín, Manuel D'Rugama Marco Antonio Palomeque, Mario Castro, Omar Ortíz, Rafael Coronel, Rossy Green, Rubén Contreras, Salvador Jaramillo, Santiago Carbonell.

INTERART

- Pedro Diego Alvarado. Vicente Gandía. James Reeve. Ricardo Mazal. Peter Von Artens. Armando Zesatti. Francisco Zuñiga. Sergio Hernández. Francisco Toledo. Rodolfo Nieto.

GRIMALDI

- Maneja sólo artistas modernos, pero compra y vende obra contemporánea.

TALENTO ARTE VISUAL

- Esaú Andrade. Andrés Basurto Portillo. Carlos García de la Nuez. Mercedes Gertz. Abraham Jiménez Chávez. Julia López. Ofelia Márquez Huitzil. Rubén Maya. Dalia Monroy. Dalia Murlender. Felipe Oyarzun Eichholtz. Laura Siqueiros. Lourdes Valdés. Emilio García Plascencia. Pablo Olivera.

GALERÍA CHICOZAPOTE

- Alfonso Mateo. Carlos Estévez. Carlos García de la Nuez. Elena Ro. Esteban Blanco. José Bedia. Julio Antonio Pérez. Rubén Torres Llorca.

PATRICIA CONDE

- Mary Ellen Mark; Ana Casas; Cannon Bernáldez; Cynthia Araf; Federico Gama; José Antonio Martínez; Paola Dávila; Susana Casarín; Yolanda Andrade; Francisco Mata.

MILPA ALTA (0)

TLAHUAC (0)

TLALPAN (0)

VENUSTIANO CARRANZA (0)

XOCHIMILCO (0)

TOTAL: 82

Como se puede observar, están reunidos artistas mexicanos y extranjeros. Las galerías en México operan con el mismo criterio con el que lo hacen en otros países, es decir, los artistas que manejan son de distintas nacionalidades y no siguen la lógica de representar únicamente artistas connacionales. Actualmente hay un porcentaje importante de artistas no nacidos en México que son manejados por galerías mexicanas.⁶⁷

Es importante señalar que se han incluido en el listado, galerías que ofrecen obra a través de su página de Internet de artistas esencialmente

⁶⁷ El sitio [arteinformado](http://www.arteinformado.com/) menciona que es del 40%. Arte Informado, (2012), <http://www.arteinformado.com/> [En Línea], México, disponible en: <http://www.arteinformado.com/Noticias/2705/las-galerias-mexicanas-llevar-mas-de-un-40-de-artistas-extranjeros/> [Accesado el día 15 de enero de 2012].

modernos⁶⁸ (Diego Rivera, Orozco, Siqueiros, etc.). Su incorporación en esta lista responde a que también representan artistas interesados en una producción del arte considerado contemporáneo.

2.6. Conclusiones

A lo largo del siglo pasado y en el actual hemos visto cómo el número de galerías privadas en México ha ido en aumento y cómo se diversificaron y profesionalizaron hasta convertirse en piezas clave a la hora de hablar de un mercado de arte local profesional que sigue consolidándose.⁶⁹ Al hablar de profesionalización del mercado, se hace referencia a que la capital mexicana cuenta con una escena artística caracterizada por: 1) artistas bien posicionados a nivel nacional e internacional (Gabriel Orozco, Teresa Margolles, Daniel Guzmán, y un largo etcétera); 2) galerías importantes con presencia en escenarios de talla internacional (ARCO, ArtBasel, Bienal de Venecia, etc.); 3) coleccionistas reconocidos fuera del ámbito local (Eugenio López, Cesar Cervantes, Televisa, Agustín Coppel, etc.); 4) eventos realizados en el país que sirven como plataforma para consolidar y engranar sus actividades (Feria de arte ZONA MACO, Bienal Tamayo, Corredor Cultural Roma-Condesa, subastas especiales en arte contemporáneo, etc.), y 5) otros agentes como casas de subastas,⁷⁰ museos,

⁶⁸ El término lo utilizo aquí como aquella etapa de la producción plástica de finales del siglo XIX hasta lo que se denomina “arte de postguerra”. En México se podría ubicar entre el inicio del muralismo y la producción de la llamada “generación de la ruptura”.

⁶⁹“En México tradicionalmente se ha menospreciado el papel de la galería, pero está más que probado que no se puede tener un sistema del arte robusto, con artistas consolidados, y un mercado del arte sólido sin galerías fuertes. Una ecuación necesita de todos los factores para funcionar”. Palabras de Mónica Manzutto directora de la galería Kurimanzutto. Gasca Serrano, L. (2012). “El arte en México ¿Cómo se vende?” en *El Economista, Mercado del arte en México 2012* [En línea]. México, disponible en: <http://eleconomista.com.mx/entretenimiento/2012/02/14/arte-mexico-como-se-vende>, [Accesado el día 21 de febrero de 2012].

⁷⁰ “Desde 2008, Morton levanta las más altas expectativas y demuestra su poder de convocatoria en las subastas de arte latinoamericano que realiza en mayo y noviembre. La segunda cita del 2011 era especial. Se ofertaron 194 obras de Diego Rivera, Dr. Atl, David Alfaro Siqueiros, Juan Soriano y Gabriel Orozco y muchos otros”. Gasca Serrano, L. (2012). “El inestable camino del negocio del arte” en *El Economista, Mercado del arte en México 2012* [En línea]. México,

centros culturales, etc. Lo anterior genera un ambiente propicio para la inversión y el desarrollo de un mercado mexicano de arte contemporáneo. Aunque esto es evidente, no hay que omitir el hecho de que el actual estado de la escena artística en México se encuentra aún en proceso de consolidación, en buena medida por una política cultural de Estado deficiente: “las políticas culturales constituyen, en buena cuenta, el uso que hace el Estado o el sector privado de los bienes culturales con fines políticos a su favor” (Acha, 2003: 20).

La ciudad de México tiene una oferta galerística de arte contemporáneo aceptable en cuanto a número. Algunos galeristas opinan que debería haber más, teniendo en cuenta que el incremento no puede ser infinito, pues si no hay quien compre y colecciona, el negocio termina por acabarse. El tipo de obra que se puede encontrar es muy variado: si se desea una pintura, una escultura, una instalación, arte-objeto o una pieza de video, se puede conseguir sin mucho problema. El déficit que se puede observar es que sólo hay una galería especializada en fotografía (Patricia Conde, aunque López Quiroga tiene una importante colección) y una en escultura (Arte Hoy).

La concentración de las galerías es un aspecto interesante de analizar: por el número de habitantes de cierto nivel socioeconómico y poder adquisitivo, podría explicar la distribución de aquéllas. Si la lógica es ésta, hay otras zonas de la ciudad que podrían ampliar el espectro de oferta artística y generar nuevo coleccionismo: colonias y zonas como el Pedregal de San Ángel, Tecamachalco, Satélite, Santa Fe, entre otras. En este sentido, veo que la tendencia a mediano plazo va orientada a activar la colonia Santa María la Ribera y la Ampliación Granada, en donde se encuentra el nuevo Museo Soumaya y que próximamente albergará el nuevo museo de la Colección Jumex.

En el mercado de arte internacional es común encontrar artistas mexicanos representados por galerías no-mexicanas en otros países; de la misma manera, galerías mexicanas representan artistas de otras latitudes. Un artista puede y es

disponible en: <http://eleconomista.com.mx/entretenimiento/2012/02/13/inestable-camino-negocio-arte>, [Accesado el día 21 de febrero de 2012].

representado por más de una galería, incluso en la misma ciudad. No está mal visto y permite tener artistas consolidados en sus filas con ventas casi aseguradas, mientras se toma un poco de riesgo y tiempo con los artistas que apenas empiezan a construir una carrera.

De acuerdo con los cuadros comparativos, podemos determinar varias cosas: las galerías tienen programas muy diferentes. Sus directivos consideran que lo que las hace diferentes y la razón por la que algún coleccionista las busca o prefiere es por su lista de artistas y su línea de trabajo. En el *statement* del sitio Web de alguna galería se puede ver como estos actores buscan abrir nuevas formas de difusión, ofrecer servicios diversos, provocar alternativas como intermediarios de la obra y generar un mercado que beneficie el negocio. Lo que pude notar al hablar con ellos es que cuando alguien que acaba de abrir, se promueve como un espacio “alternativo”, no es más que retórica comercial, ya que todos los entrevistados ponderaron que los artistas que manejan buscan en su trabajo ser una alternativa a lo ya establecido (algunos lo logran más que otros). El punto es que lo que ofrece una galería no es lo mismo que ofrece otra, algunas se inclinan más por lo neofigurativo, otras por un arte que evidentemente tenga un mensaje más político o por formatos que no son tan “coleccionables” como el videoarte, el Net art o el arte correo, por mencionar algunos.

Capítulo 3

Conclusiones finales: ¿Modelo de gestión?

“el galerista expone la obra de los artistas a entidades, personas determinadas o a cualquiera que esté dispuesto a pagar el precio convenido. Ejerce, pues una función doble: cultural, pues hace posible que el arte sea visto gratuitamente por cualquiera que lo desee, y económica, pues convierte en dinero contante el producto del trabajo artístico. La galería es una empresa comercial que aspira a ser rentable. Sus estrategias se parecen a las de otras compañías de fabricación y distribución de productos superfluos. ¿Cómo vender toneladas de glamour? Para lograr sus propósitos el galerista realiza una labor básica: otorga guarismos precisos (un precio) a los valores intangibles del arte. La calidad aparece, pues, como algo “negociable”. El nacimiento público de la obra, su primer encuentro con los espectadores, tiene ya una traducción económica. No es tan inexplicable que mucha gente identifique sin más el valor artístico con el comercial. Desde el punto de vista psicológico, conviene no olvidar que el galerista tiende a creer en la bondad natural de su actividad: puesto que el valor (moral-cultural) del arte es inmenso, él ofrece siempre una ganga. ¿Y cómo podrían vivir y crear los artistas si no fuera por su benevolente protección?” (Ramírez, 1994: 42)

Esta frase sintetiza en gran medida la idea de lo que es el objeto de estudio de la presente investigación; resume la doble función que poseen las galerías privadas que manejan arte contemporáneo: la cultural y la mercantil. Enfatiza la importancia de sus actividades en un mundo que opera bajo la ley de la oferta y la demanda, además de exhibir el papel que tienen los galeristas como negociadores y como agentes indispensables para la movilidad, distribución, valorización y difusión del trabajo artístico en el mercado actual del arte. ¿Qué hace que una galería con un proyecto inicial interesante cierre repentinamente o, por el contrario, se mantenga y llegué a ser considerada por la crítica como parte de la historia del arte y por el mercado como imprescindible? ¿Cuáles son las razones que han mantenido a la Galería de Arte Mexicano (GAM) como un negocio pilar del mercado mexicano de arte durante 75 años, representado a artistas tan diferentes en tiempo y concepto como Diego Rivera, Juan Soriano o Gabriel de la Mora? O el caso de La Panadería, que en el periodo 1994–2002 influyó de manera importante en escena artística local: ¿hay proyectos que sólo son viables durante un periodo de tiempo?

¿Qué hacía o dejó de hacer La Refaccionaria, dirigida por Edgardo Ganado Kim, para que ésta cerrara en 2009? ¿El conocimiento del escenario artístico no es suficiente para darle continuidad a espacios que con el tiempo no registran volúmenes de venta constantes? ¿Cómo ha logrado Kurimanzutto ser una galería reconocida internacionalmente tomando, por ejemplo, la decisión de no tener un espacio físico fijo de exhibición y manejar una lista de artistas representados muy restringida? ¿Qué lectura se puede tener sobre el hecho de que la directora de galería 13, Alexia Camíl, decide cerrar la misma unos meses después de su presentación en ZONA MACO 2009, (re)aparece en la edición de 2010 en ZONA MACO con la galería *FIZZ*, que clausura tiempo después, para dar paso en 2011 a una consultoría de arte? Abrir una galería: ¿es una moda, una tendencia, un fenómeno social, una lógica común del mercado del arte contemporáneo o un negocio serio y profesional? ¿Cuáles han sido los factores internos y exógenos que favorecen la continuidad de una galería? ¿Qué acciones y decisiones toman aquéllas que continúan exponiendo y vendiendo para continuar con su apuesta y actualizar sus contenidos y su visión? ¿Qué es más importante para las galerías: la difusión, la comercialización, el aspecto social, la investigación, el glamour, vender o todas las anteriores?

A lo largo de la presente investigación, se analizó el desarrollo de estos espacios privados dedicados a la venta y exhibición de arte. Se identificó a quiénes, entre otros actores, toman parte en la distribución del arte contemporáneo en la ciudad de México (seguramente seguirá cambiando el número de lugares en activo de este tipo). Se pudo descubrir directamente de las opiniones de sus directores, qué piensan sobre el mercado nacional, cuáles son sus intereses, sus perspectivas, propósitos y, lo más importante para los fines de la investigación, su forma de trabajar, la cual les permite cumplir con sus objetivos e intenciones. Este punto que representa la columna vertebral del trabajo, introduce preguntas cruciales: ¿utilizan las galerías mexicanas un modelo de gestión en común? Los espacios que se han mantenido por muchos años en el mercado o que actualmente tienen una presencia e influencia importante en el medio: ¿son resultado de una gestión ideal? Es claro que no. Existen similitudes,

prácticas generalizadas, conductas apropiadas, actividades comprobadas como positivas para el negocio, convenciones sociales y profesionales (como puede ser tener un contador), seguramente algunas actitudes deshonestas y sobre todo, acuerdos “gremiales” no oficiales –como el porcentaje de ganancias artista-galería (en el que incluso, hay variantes).

Lo que pude identificar es que las galerías mexicanas van forjando su propio camino de acuerdo con sus necesidades y ritmos particulares. Algunas de las nuevas galerías, como talCual, intentan cubrir aspectos que consideran que no ha sido hecho por otros espacios, como puede ser la paulatina integración al mercado de otros artistas que no sean los que ya están legitimados y revisitados hasta el cansancio. Otras Inician con objetivos a corto plazo muy claros y de ahí van incrementando sus metas. Es a fin de cuentas, un proyecto personal y privado que puede cambiar de dirección, forma de trabajo, nombre, estrategias, para lograr su fin como *dealer*⁷¹ de arte, en el que se verá reflejada la poca o mucha experiencia y ambición que tenga(n) su(s) fundadores(s) en el medio. La crisis de 2008 –que afectó a muchos espacios– fue una prueba interesante, ya que tuvieron que reducir gastos y evaluar su situación para acoplarse a la situación y no tener que cerrar por no interpretar adecuadamente la coyuntura. Relacionado con esto, en México no existen –y sería un buen momento para que alguna institución se anime— estudios académicos a nivel superior o de posgrado que tengan un mapa curricular claramente enfocado a formar profesionales que puedan manejar un perfil como agentes especializados en el mercado del arte.⁷²

El organigrama y la jerarquización de los espacios son bastante dispares entre unos y otros en cuanto número y organización. Las galerías en proceso de consolidación utilizan el mínimo de personal para optimizar gastos. Es común (más no es una regla) que quienes dirigen un espacio que acaba de abrir, tengan

⁷¹ Comerciante o distribuidor

⁷² Suiza y España sí cuentan con ello. La Universidad de Zurich tiene un Máster en Estudios del Mercado del Arte y la Escuela de Negocios de la Universidad de Nebrija (Madrid) tiene un Máster en Mercado de Arte y Gestión de Empresas Relacionadas, por mencionar algunas.

que ocuparse de actividades que regularmente no realizarían (para economizar gastos) como: montar, pintar, registrar, limpiar, hacer la página web, etc. En cambio, las galerías consolidadas cuentan con mayor cantidad de personal para realizar todas las actividades que faciliten su operatividad: coordinación, *marketing*, contabilidad, embalaje, medios, etc. Aunque hay funciones muy claras⁷³ en el negocio como tal, los puestos y actividades que se realizan de una galería a otra varían tanto en la práctica como en lo nominal.

Lo que sí es evidente, es la diferencia que existe entre las galerías consolidadas y las que están en proceso. Se puede notar en el quipo de trabajo: casi todas las galerías consolidadas tienen muy definidas sus actividades y la gente que trabaja en ellas tiene labores muy específicas, y los puestos cubren todos los aspectos de operación que un negocio de venta y difusión de obra de arte debe tener. La mayoría de las galerías en proceso de consolidación operan aprovechando sus recursos al máximo; el número de personal laborando es mínimo, se subcontrata para actividades muy específicas y los directores y sus artistas realizan muchas de las tareas necesarias para sacar una exposición. Algunas de estas galerías, cuando inician sus operaciones, no están registradas como personas morales y arrancan sin pagar impuestos al fisco (lo que seguramente significa que algunas de las galerías ahora consolidadas, pudieron empezar en esa situación); esto sucede sobre todo por la incertidumbre de empezar con un negocio en el que los ingresos no son constantes al principio y que no hay garantías de mantenerse durante mucho tiempo. Caso contrario con las galerías con más de cinco años, quienes defienden la idea de estar en regla con sus impuestos, y que han pasado ya una prueba de tiempo que les ha permitido tener un negocio redituable e ingresos constantes que permiten pagar salarios y seguir invirtiendo en exposiciones futuras, ferias y proyectos a largo plazo. De la misma manera, una feria de arte genera toda una revolución en la

⁷³ Me refiero a las funciones que permanecen en toda galería profesional: la Dirección, la mercantilización, y la difusión (las cuáles pueden tener distintas variantes y enfoques según sus propietarios).

ciudad o país donde se lleva a cabo. Durante el mes de abril, ZONA MACO es la feria de la ciudad de México a la que se suma toda una serie de eventos relacionados con el arte contemporáneo: las galerías y museos locales programan exposiciones que tengan algún impacto en el medio; además, la visita de coleccionistas y galeristas extranjeros provoca toda una interrelación de personas, medios e instituciones, lo cual genera un ambiente cuyo centro es el negocio y el arte: conferencias, pláticas, números especiales en revistas especializadas, *tours* y fiestas privadas.

En cuanto a las distintas formas de gestionar un proyecto que resulte en la consolidación de una galería y sus artistas, podemos ver dos gestiones totalmente diferentes que ejemplifican distintas formas de trabajo con resultados destacables: Kurimanzutto ha ido aumentando su exigencia y su profesionalismo hasta convertirse en una galería respetada nacional e internacionalmente. Recordemos que en 1999, cuando iniciaron con la exposición *Economía de Mercado*, optaron por no tener un espacio físico. Eso fue algo totalmente nuevo: eligieron tener sus exposiciones en distintos foros de acuerdo con la naturaleza de cada una. Esta decisión les ayudó mucho al no tener que costear unas instalaciones permanentes, al tiempo que era un concepto “alternativo” respecto a lo que se consideraba debía ser una galería de arte. ¿Necesidad o innovación? No es algo que sea pertinente aclarar por el momento. Con el tiempo y con la profesionalización que fue adquiriendo Kurimanzutto, sus directores consideraron que era el momento de abrir con un lugar y una dirección fija.

Por otro lado, la Galería de Arte Mexicano tiene el mérito de ser un espacio que se arriesgó a vender algo que a casi nadie le interesaba comprar entonces (1935). Producto de la visión, entrega y pasión con que Inés Amor llevó su negocio, la GAM ha podido continuar con la misma línea, ahora bajo la dirección de Mariana Pérez Amor y Alejandra R. de Yturbe. Esta galería es una autoridad a la hora de hablar de gestión privada, representante de artistas de primer nivel como Diego Rivera, Frida Kahlo, David Alfaro Siqueiros y Rufino Tamayo. Cuando inició la GAM no había a quien copiarle la manera de operar un espacio de este

tipo; todo fue ir aprendiendo en la práctica, a prueba y error, pero con la convicción de hacerlo bien.

Aunque cada galería debe considerarse en su contexto, podemos ver otro aspecto que sí es una constante en las personas que dirigen y administran estos espacios: la entrega con que estas personas intentan posicionar a sus artistas. Luis Adelantado menciona que es una labor de todos los días y en todos los horarios. Si no se tiene la pasión, el gusto por estar atento de los artistas, promocionarlos en cada oportunidad que se tenga, de ir a cocteles y fiestas para estar siempre creando e incrementando relaciones sociales y ampliando la cartera de clientes que puedan influir en las ventas, el estatus y el posicionamiento de la galería y sus artistas; entonces, va a ser difícil sobrevivir en este medio que constantemente se está actualizando y profesionalizando ¡La información es poder! y quienes están familiarizados y relacionados con las elites, son los que tendrán la ventaja a la hora de legitimar o promocionar a tal o cual artista.

Las inauguraciones y sus cócteles (antes llamados *vernissages*) son eventos cruciales para una galería; son eventos públicos (manejados por invitación controlada) a los que asisten personas con el interés de ver la obra (estudiantes, amigos y familiares del artista o galerista y público en general), compradores potenciales, coleccionistas, críticos, curadores y personajes del mundo del arte como directores de museos y asesores. Son foros en donde todos los involucrados juegan un papel: el artista tiene la posibilidad de hablar de su obra directamente con los posibles compradores, lo que le da a ésta cierta frescura y valores meta-artísticos; el galerista invita a críticos, prensa y curadores para generar cierta opinión sobre su representado e incidir en el valor social, económico y artístico de las piezas puestas en venta. Por las repercusiones que tiene una buena exposición, la manera en cómo se plantean éstas tienen algunas diferencias entre una galería y otra⁷⁴. La inauguración es el telón de fondo para

⁷⁴ Luis Adelantado opina que en su espacio, nunca pondría los precios de las obras a la vista del público, si alguien quiere saber el costo de alguna, deberá acercarse al galero o a su asistente para ver un *dossier* impreso y escuchar algo más sobre la pieza que la simple información de la ficha técnica.

toda una serie de transacciones que se suscitan durante el cóctel; las buenas relaciones con otros actores del medio pueden representar en cualquier momento una venta, una futura exposición o un espacio en algún diario o revista.

Uno de los eventos que el medio artístico espera cada año es ZONA MACO: la feria mexicana de arte contemporáneo (ahora con sede en Monterrey). Las galerías más representativas ven la feria como una vitrina muy importante para hacer relaciones con otros coleccionistas, galeristas, artistas y críticos no sólo de México sino del interior del país y el extranjero. Durante el mes de abril, prácticamente ZONA MACO acapara toda la atención,⁷⁵ las actividades paralelas, las fiestas, las inauguraciones de museos y otros espacios generan y activan durante varios días el mercado. Es sobre todo un evento para crear buenas relaciones con otros actores, expandir el negocio, buscar contactos que permitan vender una obra, conseguir un espacio para que alguno de los artistas pueda exponer, etc. La feria acepta galerías con más de 5 años en el mercado y es importante señalar que ha aceptado a galerías que no cumplen con ese requisito: 13, que se volvió FIZZ y Antena Estudio. Su comité de selección está conformado por algunos directores de galerías y eso hace pensar que no hay la transparencia adecuada.

Actualmente una galería no puede vivir de sus ventas a nivel local; una tienda de arte quizá sí, pero una galería consolidada no puede mantener sus puertas abiertas viviendo únicamente del coleccionismo nacional. El mercado

⁷⁵ Sobre todo en la edición de 2012, en la que el INBA destinó 20 millones para la difusión de artistas nacionales en el extranjero y 20 millones de pesos para la adquisición de obra a través de ZONA MACO: los museos proponen las obras que consideren fortalecerá su acervo y, durante la feria el Comité de Adquisiciones (integrado por los 17 directores del INBA y 3 especialistas externos) determinará cuales se compran. “Se apoyaría a las galerías para que puedan financiar la renta del stand, los boletos de avión, el embalaje de obras o la asistencia de nuestros artistas mexicanos en esas ferias. Esa convocatoria pública permitirá colocar la obra de artistas mexicanos en ferias de arte contemporáneo internacionales”, detalló la directora del Fonca, Martha Cantú” Instituto Nacional de Bellas Artes, (2012), “Realizan inversión millonaria en la promoción de artistas mexicanos” [En Línea], México, disponible en: http://www.bellasartes.gob.mx/prog_art/minxmin/mostrar_completa.php?id=2168 [Accesado el día 21 de febrero de 2012].

exige, como en muchos otros sectores de la economía, ser global. Las galerías mexicanas se deben mucho a las ventas que hacen a coleccionistas extranjeros. Hace falta generar políticas fiscales y culturales para que la burguesía mexicana se interese más por el arte contemporáneo en México, y no se esté perdiendo lo que en un futuro no muy lejano, será parte de nuestro patrimonio artístico, el cual está siendo adquirido por particulares fuera del país y por museos privados en el extranjero que están formando repertorios impresionantes. Recordemos que en muchas ocasiones, los coleccionistas privados deciden en algún momento donar sus bienes al Estado. La ecuación es simple y cíclica: si la legislación favorece fiscalmente a todos los involucrados en iniciar, continuar, comprar, vender, exportar e importar obra artística; al terminar el proceso, el beneficiado es el gobierno y la sociedad. Muchas colecciones particulares se han traducido en importantes aportaciones al patrimonio artístico mexicano: Francisco Iturbe y Álvaro Carrillo Gil son dos pruebas de esto. Sobre este punto es importante aclarar que los museos mexicanos están perdiendo la oportunidad de incrementar sus acervos, ya que de existir una política de adquisiciones seria, profesional y transparente (y no la ocurrencia de destinar 20 millones de pesos para adquirir obra durante los días de ZONA MACO 2012), podrían aprovechar los accesibles precios que actualmente tienen los artistas jóvenes en el mercado primario y no querer comprar cuando sus precios ya son inaccesibles.

Las galerías son instituciones que dan confianza y certeza a quien adquiere una obra de arte. Alfredo Ginocchio comenta que si alguien compra un cuadro y años después decide venderlo por alguna circunstancia, la galería da seguimiento a esa etapa del proceso: no se termina la responsabilidad con el comprador cuando se realiza la venta. Siempre será importante para un galerista saber qué camino, cuántas veces ha sido revendida y en manos de quién está la obra de uno de sus artistas. Además de dar certificados legales sobre lo que venden, dan asesoría en caso de ser necesaria una restauración a la obra, además son el filtro al que recurren investigadores y curadores cuando se quiere hacer una exposición sobre algún artista, ya que ellos cuentan con información sobre el paradero y la

ubicación de mucha obra que está en manos de particulares y que de otra manera, no podría ser solicitada para exhibirse al público.

Sobre la noción del arte como inversión hay una generalidad de que el galerista no le vende o no le recomienda comprar arte a alguien que sólo está interesado en obtener ganancias en un mediano y largo plazo por la obra de un artista. Más allá de las respuestas políticamente correctas, pude notar en los entrevistados que están muy involucrados con el arte y su negocio –aunque no todos tienen una formación profesional en historia del arte o carreras afines–, un respeto y un interés en los procesos, contenidos y perfiles de los artistas que representan y con los que están involucrados profesionalmente. Y seguramente habrá a quienes sólo les interesa el negocio y la prosperidad de su galería, dejando los valores artísticos en segundo plano.

Otra característica que no se ha dado en el medio mexicano –y que sí existe en países como Argentina y España– es la presencia de una asociación de galerías. Patricia Ortiz Monasterio comentaba que sería bueno ver los beneficios que esto traería a sus agremiados. Una de las razones que ha dificultado la pertinencia de esta forma de organización es el individualismo y el sectarismo que impera en la escena cultural mexicana y que es evidente entre ciertos grupos de galerías: hay algunas de éstas que han trabajado conjuntamente en algún proyecto y otras que se conocen de algún tiempo, pero muchas mantienen hacia otras un celo profesional y una distancia despectiva.

Durante 2011, Consuelo Sáizar se reunió con varios directores de galerías para discutir puntos que beneficiaran y vincularan a las dos partes. Fernando Mesta y Patricia Ortiz mencionaron que esperaban que esas reuniones generaran beneficios, y que la idea era poner sobre la mesa las principales inquietudes y necesidades, prioritarias para dinamizar la función de sus galerías: eliminar o disminuir los aranceles de importación a las obras de arte;⁷⁶ la posibilidad de

⁷⁶ “Hong Kong, nueva plaza fuerte (2011), cuenta con múltiples ventajas para imponerse de forma duradera en el tablero mundial del mercado del arte. La ciudad es puerto franco, no aplica impuestos a las obras de arte (ni en la importación ni en la exportación), goza del secreto bancario y su reglamentación es más liberal que la de Pekín o la de Shanghái... Todos ellos, argumentos

poder pagar sus impuestos con obra de arte; la urgente reforma a la *Ley Federal sobre Monumentos y Zonas Arqueológicas, Artísticas e Históricas*⁷⁷ que en materia de las declarativas como patrimonio cultural a la totalidad de la producción de algún artista, le hace falta solucionar y actualizar puntos que, de lo contrario, continuarán siendo un lastre para las galerías que manejen al artista implicado, para los coleccionistas que hayan comprado su obra, para la familia del creador y en todos los casos, para las autoridades correspondientes. Ya hubo un episodio que debe servir como foco que atender en el caso María Izquierdo, si no se actualiza la legislación, habrá más situaciones como esa y nadie sale beneficiado.

La falta de interés y capacidad de las autoridades culturales por la cultura y el arte y su falta de conocimiento sobre cómo funciona el mercado artístico, ha generado instituciones públicas anticuadas y una legislación obsoleta que dificulta y entorpece el avance y el desarrollo de los actores involucrados en la difusión y promoción del quehacer artístico en México. Esta ineficiencia e ineficacia queda evidenciada a la hora de querer crear estrategias con dinero público para vender la idea de “promocionar” artistas y galerías mexicanas en el extranjero. Si bien hacen falta grandes cambios en la política pública que beneficie a todos los actores del arte, el Estado no debe caer en la trampa de volverse subsidiario de espacios y proyectos privados; eso producirá vicios, corrupción y manejos inadecuados: una solución fácil, errónea y apresurada.

Otro aspecto que es importante considerar para la diversificación de la oferta en cuanto a venta de obra por parte de las galerías, es el aumento de la demanda de nuevos formatos artísticos:

“Tradicionalmente, las obras que mejor se vendían eran las pinturas, las esculturas y los dibujos, ya que el peso de su historia y su formato dan confianza a los inversores. Sin embargo, la situación se ha transformado en un decenio al

seductores para el comercio del arte vía Asia” Publicado en en el reporte anual de Artprice: *El mercado de arte contemporáneo 2010/2011*. (Ehrmann, 2011: 28).

⁷⁷ Que cumple 40 años de haberse creado y que ha demostrado su caducidad para resolver y conciliar los problemas, situaciones y exigencias de la actualidad.

apreciarse cada vez más la fotografía, obra esencialmente múltiple, y obras que a veces se consideran inmateriales, como los vídeos, los trabajos sonoros y las artes digitales en general. Mientras el mercado de la fotografía ha adquirido tal envergadura que a veces compite con el de la pintura en términos de precio, los otros nuevos medios avanzan con más timidez en las subastas” (Ehrmann, 2011: 49).

En México, esta tendencia está consolidándose poco a poco en el gusto de los coleccionistas, ya que hasta hace algunos años, la gran mayoría de éstos – exceptuando quizá a Jumex, Cesar Cervantes y Coppel– mantenía un perfil prácticamente conservador y poco arriesgado; es decir, seguían prefiriendo medios tradicionales. Ahora, los nuevos millonarios y pequeños burgueses con posibilidades económicas e interés por adquirir arte para sus *lofts* y oficinas, se están interesando en apostar por artistas jóvenes, que como ellos, ya no se identifican del todo con una pintura surrealista y prefieren adquirir una foto de Daniela Edburg, que además les da la posibilidad de incrementar su inversión. En este sentido, creo que sería bueno ver galerías que se especializaran en medios no tradicionales como el *Net art* o el arte sonoro.

Este año se dio un cambio que a mí me parece significativo mencionar: China ha desplazado del primer lugar a Estados Unidos como el país con más ventas públicas de arte en el mercado mundial (Ehrmann, 2011: 13). Esta tendencia no parece que se vaya a detener, los coleccionistas chinos, las galerías, museos, casas de subasta y la industria en general del país asiático, han tenido en la última década una presencia y un protagonismo que no se veía desde que Estados Unidos le quitó el título de capital mundial de arte a París en los cincuenta.

El uso de las redes sociales, la circulación de información en Internet, las nuevas formas de distribución como subastas en línea, ferias de arte virtuales, revistas electrónicas, blogs especializados, etc., son herramientas que hay que tener en cuenta como nuevas formas de distribución y recepción del arte. Las empresas como Artprice que generan información cuantitativa sobre las transacciones anuales de las subastas y sobre el mercado del arte, provocan que

este sector sea más transparente y accesible para quien desee adquirir una obra o quiera conocer el desarrollo o la trayectoria de los precios de algún artista.

Finalmente, considero que el mercado mexicano va por buen camino. Falta mucho por hacer y es necesario profesionalizar aún más el medio, que las galerías se involucren más en proyectos colectivos como lo que hicieron OMR, GAM y Arte Actual Mexicano con *Parallel Project*⁷⁸ que les significó un proyecto alternativo de lo que era la creación artística en ese entonces. Aunque las galerías y los artistas tienen una buena presencia y representación en otros países, no veo por qué no pensar en abrir sucursales de espacios mexicanos en el extranjero; aunque no todas tienen las posibilidades, sería interesante ver como funcionarían en un mercado diferente al mexicano. Hilario Galguera ya dio los primeros pasos en este aspecto, ya que tiene una estrecha relación con el mercado alemán y opera un espacio que sirve como plataforma altera a sus artistas.

El coleccionismo corporativo es una de las estrategias que no se ha desarrollado y fomentado en las empresas mexicanas o instaladas en territorio nacional, tal como sucede en otros países donde muchas firmas importantes tienen su propio acervo. Grupo CARSO, FEMSA, COPPEL, BANAMEX, BANCOMER, TACO INN y JUMEX son las compañías que se han interesado en adquirir arte contemporáneo y lo han hecho con energía. La Colección Jumex, de Eugenio López, es considerada como una de las más importantes de América Latina y a nivel internacional tiene un estatus bastante respetable.

Algo que es muy evidente en el mercado mexicano es que es un medio muy cercano, es decir, las galerías con sus respectivos artistas, mantienen una relación muy estrecha, casi familiar y sobre todo son grupos de amigos. Ésta es una de las razones por las que no se realizan contratos escritos, además de la obvia ventaja que le genera al galerista el no tener una relación laboral. Relacionado con esto, es un sector en el que se sabe todo; si algún artista vende obra sin avisarle a su

⁷⁸ Evento paralelo a la muestra oficial *Esplendores de treinta siglos*, en el que las galerías OMR y GAM del D.F. y Arte Actual Mexicano de Guadalajara se unen con fondos propios para presentar la obra de 23 artistas por 4 ciudades de los Estados Unidos.

galerista, se sabe; si algún galerista no paga a tiempo a sus artistas o hace acuerdos indebidos, se termina sabiendo. El mercado es pequeño y “muy chismoso”, según palabras de los entrevistados.

En la actualidad (y aclaro que es una generalidad, no muy frecuente o muy evidente en México), las carreras de los artistas se manejan como una estrella del espectáculo y las obras, como mercancías que van incrementando su valor según la habilidad del galerista, la capacidad del artista de hacer relaciones sociales y un adecuado manejo de los precios récord del artista en las subastas.⁷⁹ Hay galeristas que son reconocidos como grandes hombres de negocios por hacer del nombre de su galería una marca y de tener el reconocimiento de haber “descubierto” al nuevo genio. Son muchos los factores –la correcta combinación de difusión, ambición, capacidad, talento, economía y mercadotecnia– que han propiciado los escandalosos precios de obra contemporánea. Y no es el fin de este trabajo emitir juicio alguno sobre qué es lo que debe determinar si una obra es arte o no, o si está bien lo que hace gente como los galeristas internacionales Larry Gagosian o Charles Saatchi con las carreras de sus artistas. Recordemos: precio y valor son cosas distintas.

El negocio como galerista en México es aún una práctica que no tiene generalidades ni reglas para que sea exitoso en cuanto a ingresos y decisivo en cuanto a oferta artística. Es común que un espacio de este tipo que haya iniciado con un buen local o casa, tenga todos sus papeles en regla y que, además de eso, tenga una buena lista de artistas, esté bien ubicado e inicie con una buena inversión para posicionar y difundir el tipo de arte que ofrecerá; tenga que enfrentar la amenaza de cierre o dificultades para perdurar en el mercado local. Pareciera que una buena galería se va haciendo con el tiempo y sobre todo con la habilidad de quienes dirigen el espacio para afrontar situaciones adversas, la

⁷⁹ El término sistema de estrellas, acuñado por Sherwin Rosen, ex presidente de la American Economic Association, nombra el fenómeno en el cual un puñado de artistas gana una parte importante de los ingresos totales del sector. Gasca Serrano, L. (2012), “Mercado del arte: artistas, índice y evaluación” en *El Economista, Mercado del arte en México 2012* [En Línea], México, disponible en: <http://eleconomista.com.mx/entretenimiento/2012/02/13/mercado-arte-artistas-indices-evaluacion> [Accesado el día 21 de febrero de 2012].

visión de entender cómo funciona el mercado y la capacidad de ir modificando sus actividades, gastos y gestión respecto a los cambios y tendencias que se van suscitando en todos los contextos que afecten e incidan en sus operaciones.

Por último, uno de los vicios que comienzo a visualizar es que se comienza a ver una especie de monopolio nominal o autoral, o mejor dicho una carencia de líderes de opinión en el medio. Me explico: un galerista que hace una colección no está tan mal visto, pero un artista que se vuelve galerista o un coleccionista privado que hace curadurías en museos públicos y en el mismo año es director de Jumex, cura MACO Sur y recibe premios como el Internacional Montblanc de la Culture Arts Patronage Award; no creo que beneficie a nadie que no sea él y su grupo cercano (cualquiera que éste sea). Voluntaria o involuntariamente la incidencia, el poder y la autoridad se están volcando en una persona y está comprobado, que las prácticas monopólicas limitan la transparencia de procesos, procedimientos y juicios sobre la dirección que tendrá o no, el arte mexicano. Esto también se está viendo en la crítica y la prensa cultural. Los galeristas entrevistados opinan que no hay críticos, y los que hay, ejercen un punto de vista estandarizado e irreprochable. Esto no es exclusivo del medio mexicano, aunque sí es idiosincrático el alinearse a nuestras vacas sagradas y mantenerlas como autoridad vitalicia y líder indiscutible. Recordemos que muchos artistas antes estaban ligados a algún crítico que seguía su carrera y camino, como Juan García Ponce con algunos artistas de la llamada ruptura. Ahora, los responsables de los espacios periodísticos dedicados a la crítica artística y cultural pareciera que no les interesa otra cosa que no sea la autocomplacencia y la insatisfacción sistemática a todo lo que se hace, sin proponer o dar alternativas de el estado actual del mundo del arte local.

Las cartas están puestas sobre la mesa de negociación, no es ningún secreto cómo modificar el contexto para provocar o prolongar el auge, la aceptación y el éxito que ha tenido el arte mexicano a nivel internacional. Falta el compromiso, las voluntades y la profesionalización de este sector que puede ser un verdadero revulsivo de la mentalidad, la actitud y el bien común y no sólo una herramienta instrumental de quienes nos gobiernan.

Por último, me gustaría decir que el mundo del arte es fascinante ¿por qué? Porque escapa a la lógica que tienen otros sectores, porque dentro de él no hay fórmulas a seguir, no hay caminos ideales ya trazados. Lo que sí hay son: historias de éxito, rumbos desafortunados, tendencias coyunturales, buenas intenciones, personajes maquiavélicos, instituciones serias, relaciones sociales positivas y encuentros productivos. Es una red en la que todos quieren participar, un entramado de personas, actores e interacciones intangibles que bien manejadas pueden generar los frutos que cada quien busca.

Es importante resaltar que la galería es sólo un agente más en esta apasionante constelación que es el mercado del arte. Mundo del arte y mercado del arte son cosas diferentes, el panorama en que se encuentran actualmente es producto de lo que hacen y dejan de hacer todos los involucrados en su producción, distribución, mercantilización y recepción:

“El arte visual se vende casi en su totalidad a través de una red internacional de galeristas. Galeristas que integran al artista en la economía de la sociedad mediante la transformación de valor estético en valor económico [...] “además, las formas de cooperación pueden ser efímeras, pero a menudo se hacen más o menos rutinarias y crean patrones de actividad colectiva que podemos llamar un mundo del arte”. De modo que un mundo del arte (que es también, de manera genérica, un mundo social), es ni más ni menos que la red establecida de vínculos cooperativos entre los participantes, siendo la *interacción regular* lo que define la existencia de ese mundo. (Becker, 1982: 17) [La traducción es nuestra].

El destino de una galería ha dependido en gran medida –y al parecer así sigue siendo– de la capacidad de quien la dirige y gestiona para crear relaciones e influencias con otros actores del mercado que incidan en el valor artístico y comercial de sus artistas, en la plusvalía del nombre, prestigio y en las influencias que el espacio tenga sobre el medio y el mundo del arte. Hay prácticas deshonestas y personas serias; sólo el tiempo, la crítica y la historia del arte pondrán todo en su lugar.

ANEXOS

I.- TRANSCRIPCIONES

ANDRÉS ARREDONDO (talCual)

AA Pensamos abrir una exposición para MACO. Es una instalación y en sí la pieza principal viene de Culiacán, ya viene en camino, no hay problema. Y luego, la pieza de la galería viene de Guadalajara, viene en camino. Estamos corriendo.

A ¿Los dos son artistas de talCual?

AA En el caso de Fritzia Irizar, es de la galería. En el caso de Francisco Ugarte, es un artista con el que hemos trabajado antes, pero por el momento no lo representamos, es de Guadalajara y es muy, muy bueno, con una carrera y cierto nombre y sobre todo a mí me fascina lo que hace y tenemos el gusto y la posibilidad de trabajar con él, pues lo aprovechamos. Él es arquitecto ¡Va a estar padre! La galería se presta por su formación, el espacio se presta, porque es un espacio interesante que llegue alguien que usa formalmente los espacios y en este lugar siempre es interesante. Su obra es mucho del espacio y en esta exposición va a usar luz ¡Va a estar bien!

A ¿En qué año inicia la galería y cuál es el contexto que te motiva a abrir un espacio de este tipo?

AA talcual abre sus puertas en septiembre de 2009, ese fue el mes que arrancamos oficialmente, tuvimos una exposición previa a eso de fotografía, que fue una exposición que también utilizamos para probar el espacio, probar la instalación eléctrica. El espacio nos lo entregaron en obra gris y creo que permanece así, pero bueno, llevamos año y medio abiertos. El proyecto nace y viene de... yo estudié Artes Visuales fuera de México; cuando regreso a México, regresé como cualquier otro chavo artista con un portafolio y fui tocando de galería en galería queriendo mostrarlo y tener representación y tal. La verdad que para mí fue una experiencia muy frustrante tratar de mover mi trabajo, no sé si fue mi caso en particular, no sé si fueron las galerías a las que fui, no sé si fue el momento X o Y, pero fue una experiencia de la que no saque nada. Entonces se me hizo triste esta situación que yo encontré, que no era lo que esperaba. De ahí paso un año o dos en lo que yo estaba haciendo otras cosas, pero traía la espinita de qué está pasando aquí. Todo el tiempo estuve yendo como espectador a ver galerías, exposiciones, instituciones

y tal. Hasta que tomé la decisión de abrir un espacio que fuera un espacio como el que se busco y no se encontró y, que siento hacía falta en la ciudad. Por eso sale el proyecto.

A ¿En vez de buscar más oportunidades que sentías que faltaban, abriste el espacio para ofrecer esas oportunidades?

AA Así es. Porque es una ciudad grande, es un país grande e importante en la escena del arte para las pocas galerías que hay. Es, desgraciadamente, todavía un país centralizado. Cómo llegas a una ciudad como el D.F; y si hay muchas galerías, no digo que no, pero muchas son como el caso que tú comentas, son galerías que se abren y (ja ja) cierran. Entonces, lugares que en verdad traen una propuesta y lugares que se van a quedar, ya sean chicos o grandes, no importa, pero presentar propuestas. La verdad es que no hay lo suficiente y más para la cantidad de artistas, la calidad de talento que hay, para la cantidad de cosas que tenemos, no hay; no había la infraestructura. Poco a poco va creciendo y pues queremos ser parte de eso.

A Al abrir ¿En tu espacio privado, cuál es el objetivo de la galería?

AA El objetivo de la galería, es una galería comercial. El objetivo de la galería es vender obra; eso es como cualquier otra galería privada comercial. Nada más que dentro de este mundo hay distintas personalidades o distintos perfiles. Una obra que manejan en Kurimanzutto, no va a ser una pieza que encuentres por ejemplo, en Ginocchio, manejan arte distinto, son arte, no estamos en temas de si uno es mejor que el otro, pero son distintos perfiles o personalidades. Entonces, eso sí existe. El perfil de nosotros son artistas emergentes; emergentes no estoy diciendo que son artistas “chavitos” –que tendemos a pensar eso-, son artistas que están creciendo, que están arrancando una carrera, eso es a lo que nos referimos con emergentes y sobre todo, apoyar y mover a los artistas y las propuestas y proyectos que valen la pena, que hay que ver. La galería pues lo que hace es, una selección de lo que hay. Entonces esta selección, nosotros justo lo que buscamos, es mostrar lo que nosotros decimos “volteen a ver esto” porque hay que ver, mira qué está pasando, mira lo qué están haciendo, mira esto, mira lo otro, nosotros lo que queremos es señalar y echar un poco de luz a algunas cosas. Eso es un poco nuestro perfil, no nos clavamos en un medio tal, sino son propuestas artísticas vigentes, fuertes, que nosotros consideramos que hay que revisarlas porque van a perdurar mucho tiempo.

A ¿Tú ves los vacíos de otras galerías o lo que no manejan?

AA La verdad es que no me fijo mucho en las otras galerías. Si me fijo, pues, porque voy a verlas y me interesan y me gustan, por estar informado y por el gusto personal. Me gusta ir a ver. En talCual, nosotros siempre recibimos a todos, que eso es algo que no todas hacen; nosotros vemos los proyectos de todos, ya después a lo mejor no nos convencen, a lo mejor sí, a lo mejor podemos trabajar con ellos, a lo mejor no, pero nosotros si creemos que si no ves que hay, pues como vas a decir que lo que tú tienes es bueno, si no tienes un punto de referencia. En ese sentido, si me fijo en las demás galerías, pero en el sentido de que creo que hay una línea por ahí o así, pues no. Nosotros estamos muy tranquilos de que todos nuestros artistas son artistas completos, son artistas que tú vas a seguir escuchando y viendo de ellos en muchos años, entonces eso es más bien lo que nos preocupa.

A De los artistas que están en tu galería ¿Qué criterios usaste o qué se necesita para ser un artista representado por talCual?

AA Creo que un poco lo que mencionaba. Tienen que ser buenos artistas, que lo que ellos dicen de su obra y lo que tú ves en la obra sea lo mismo, que exista esa coherencia, que no traten de disfrazarse o esconderse detrás; ya sea que sólo son buenos técnicamente y entonces, sea nada más un muestrario de las posibilidades que tiene el grafito (por así decirlo), sino que sean artistas completos: lo que hacen tiene que ser técnicamente bueno, tiene que ser conceptualmente bueno, tiene que tener todos los ingredientes; porque en el momento que es una pieza que es “bonita”, podrá tener una vigencia de varios años, pero no va a tener una vigencia de una década, me explicó. Y pues me parece muy bien, pero nosotros lo que queremos es justo marcar y tener más bien artistas longevos. Entonces, el criterio es un poco ese, ¿estéticamente? ¡De todo!, estéticamente y conceptualmente, de todo, son cosas que nos mueven, cosas que nos gustan, cosas en las que creemos, eso es muy importante.

Stephanie (asistente de dirección) Y también que los artistas sean como muy abiertos, en el sentido de que no estén encapsulados en un estilo o en una corriente y que estén dispuestos a crecer como artistas y nosotros ayudarles a crecer.

A Sobre el programa que manejan: número de exposiciones al año, participación en ferias, medios, etc. ¿Qué me puedes decir?

AA Nosotros tratamos de tener exposiciones de dos mese aproximadamente, porque para nosotros –y ahí si te cambia- y por nuestras posibilidades, se me hace dos meses el tiempo justo para tener espacio de difusión, de promover, de mostrar y también creo que

ni es mucho ni es poco. Creo que es lo suficiente para darle a cada exposición un trato personal. No se trata de sacar rápido “muestrario”, que eso es muy válido, pero nosotros queremos que conozcan a los artistas, porque nosotros estamos vendiendo esa obra, pero estamos vendiendo al artista, el valor. Mira, la exposición que estamos quitando, en este caso Dulce, se trata de que vengas a ver lo que es Dulce como artista, me explicó. Entonces, con poco tiempo, te falta, necesitas mucho tiempo, al fin y al cabo es una galería comercial, si tenemos una exposición seis meses pues tú te estas limitando en temas económicos.

A ¿Cuántas personas trabajan en la galería?

AA Dos. Todo lo hacemos, desde barrer hasta vender, y cosa que también a mí se me hace muy importante, la galería puede ser grande o chica –esta postura- creo que es algo que funciona y siempre permanecerá con nosotros. Porque es muy importante conocer la obra del artista y conocer al artista, el espacio, por qué hace lo que hace. Cuando tú estás literalmente cargando y ves, todo es personalidad, que es de esos de ponte guante blanco, o de los que “es un cuadro, no importa”. Entonces eso, vas aprendiendo y eso habla mucho de la obra de ellos.

A ¿Cuál es la relación laboral que tienes con los artistas, hay contratos escritos?

AA Hay contrato escrito porque es una inversión, ellos están invirtiendo conmigo y yo con ellos, entonces pues es lo que es. Y la verdad es que creo que tenemos la suerte de decir que con todos los artistas de la galería tenemos una relación de amistad, pero principalmente nos conocimos por una relación laboral. Entonces la tenemos clara y ahora sí que “bajo aviso no hay engaño”. Nosotros somos muy claros con nuestros artistas, muy profesional, muy profesional es un arma de doble filo; somos muy profesionales pero somos muy claros, eso hace que llevemos una relación muy clara con ellos y saben perfectamente el rol que nosotros jugamos y nosotros, el de ellos. Y creo que eso ayuda mucho. Y por qué te digo lo de “profesional”, porque nuestra misión de la galería o la postura de la galería y de nuestros artistas es la misma, buscamos lo mismo y vamos al mismo lado. No siempre es el caso con otras galerías y sus artistas, creo que eso tú lo vas a ver más claro que el agua, entrevistando a la gente, para nosotros es muy importante; no quiere decir que es la manera correcta de hacer las cosas, pero para nosotros sí es la manera y sí es muy importante que sea de esa manera.

A ¿Cómo manejas los porcentajes de ventas con los artistas?

AA Va variando, poco, pero a un groso modo es 50 % – 50 %. En general en todo, va cambiando porque dependiendo el artista, dependiendo la exposición, dependiendo el momento en que nosotros estamos. Nuevamente es algo muy hablado, o sea con cada uno de los artistas y nosotros, es algo muy hablado y muy claro y muy natural. A groso y no meterte en detalles es 50 – 50 en todo.

A Sobre tus estrategias que utilizas para posicionar a un artista ¿Qué tan importante consideras la presencia en una revista o llevarte a un artista a una feria, redes sociales...?

AA Creo que para difusión y tal, para mí todas las publicaciones y redes sociales son importantes y tarara... para dar mucha difusión y presencia. Yo parto, no discuto y estoy asumiendo que todo lo que nosotros hacemos es de la máxima calidad, no en cuanto al producto obra final, pero también en cuanto al artista. Entonces no es algo de tratar de vender, es algo de partir teniendo algo muy bueno. Toda esta difusión de revistas o redes sociales es algo muy importante, muy importante si el artista tiene más visibilidad ayuda a la galería, y si la galería tiene más visibilidad, eso ayuda al artista, va de la mano. A lo que vamos, viéndolo bien, para mí lo que sería muy gratificante, hay algunos museos y exposiciones que me gustan mucho a nivel internacional, y ahí quiero ver a los artistas de la galería, a eso vamos. La manera en que lleguemos es usando todos los medios posibles, al fin y al cabo vamos a eso.

A Vi en la página que la prioridad de la galería era consolidar y dar visibilidad a las propuestas de sus artistas. Y esa era la idea, creo que va de la mano, pero al vender obra de algún artista, ¿tú decides o te gustaría que estuviera en la colección de X? y la otra es la de meterlo en la historia del arte, en una exposición colectiva de un museo importante y con el tiempo lo adquiriera Jumex, el INBA, no sé...

AA Exactamente. Nosotros estamos abiertos, al fin a y al cabo es una galería y sabemos que estamos vendiendo un producto, no más que eso. La idea, y tan confiamos en la calidad de lo que movemos, que nuestra tirada es eso. Y a museos internacionales no nada más me limito, no tengo ningún problema con la colección Jumex, no tengo ningún problema con Coopel, al contrario, son algo tal. Tengo la suerte de que artistas de nosotros están en Coopel, están en Jumex... seguir para arriba y adelante. No veo porque, creo que es un grave error cuando estamos viendo el mercado mexicano, no en términos... la razón por la que lo digo, hoy día todo es muy globalizado, entonces no hay porque limitarte. Hoy día los museos son cosa de todo el mundo, entonces no hay porque limitarte

A ¿El arte como inversión? y ¿Qué piensas de la doble idea del arte como mercancía y objeto de valor simbólico-cultural, que no está desligado, porque un artista que no vende, de alguna manera no existe...

S A lo que te refieres es si nos estamos basando únicamente a esa parte de inversión o si estamos viendo la obra como arte y no solamente como un producto. Nosotros la vemos, sí tiene un costo, sí es una inversión porque estamos hablando de algo que genera intereses, pero lo vemos como una obra de arte; tanto así que todas las exposiciones que hacemos y toda la presencia en ferias que tenemos van ligadas a una curaduría, a un propósito y a una propuesta y eso, genera toda la exposición. O sea, no ponemos mercado, ni ponemos obra salteada de X artista para venderse, sino que todo está por algo, y no prestamos el espacio para que sea algo como “puesto” de colgar los cuadros y que se venda lo que se pueda y lo demás, no.

A Iba por ese lado con lo que ella comenta. Estoy de acuerdo con esta parte de “el arte como inversión”, en el sentido de que un buen galerista puede encontrar formulas de saber lo que está ahorita de moda, entonces buscas artistas que están haciendo ese tipo de cosas y es casi una garantía que se venda...

AA Totalmente. Y creo que para nosotros es muy importante tener gente que nos compre, coleccionistas que regresen y la manera en que regrese un coleccionista –desde nuestro punto de vista- es que le gusta lo que compra y que le resulte buena inversión. Si sacamos algo que es moda, posiblemente le va a gustar y posiblemente va a ser a corto plazo una buena inversión, pero no a largo plazo. Y la cosa es que sea bueno en todo. Y yo no les puedo decir que es una inversión a largo plazo si no lo es, o sea, con qué cara si me vienen a decir después, les voy a decir “así es el mercado del arte”, pues no. Digo, les puedo echar un choro y esconderme detrás de muchas cosas, pero siendo honesto, no es como las cosas se hacen.

AA ¿Qué tendencia ves en el mercado del arte en los últimos cinco años?

A Yo voy a separar. A crecer, uno. Yo creo que está creciendo, pero creo que está creciendo no hay duda y hay varios mercados, o sea, está el mercado de mis padres y está mi mercado. Que no necesariamente son distintos, pero ahorita te los separo, nada más para hacer un punto. Y hablo de mis padres en particular, mis papás es que tienen muy buen ojo, muy buen gusto y tienen lo que ellos compran que es poquito, pero lo seleccionan bien porque van a vivir con él, no tienen una bodega para guardar obra, lo ponen en su muro, esas cosas que les gustan. Entienden y saben lo que es la calidad de

una pieza, entonces eso a mí, hasta orgullo me da. Las cosas que tienen son muy buenas.

Cuando yo de repente llegó con algo más conceptual me dicen “¿qué es eso?, yo ya no entiendo eso, no es arte necesariamente”. Entonces ahí es cuando digo que ahí está la generación de mis papás y mi generación. Creo que en mi generación hay mucha gente y está creciendo mucho el interés en el arte. Y es gente igual que mis papás, es gente que le gusta, que tiene buen gusto; pero no necesariamente están clavados y te pueden citar “la historia del arte a partir de 19...” no, pero si tienen el ojo, tienen el gusto y cada vez quieren invertir más en eso, quieren comprar. Entonces, pues la tendencia es esa, tendencia en que si la fotografía o la pintura o tal cambia y son modas y es cíclico y así es, así fue y así será. Entonces la verdad es que no me metería yo en detalle de si está creciendo la fotografía y el video, o no. Y esa tendencia la hemos visto hace unos años, en algún momento pensamos que la pintura había muerto y salieron todos a echar sus rollos y resucitó. Pero eso es como Romanticismo, la verdad yo creo que es cíclico y todas van a tener una vigencia siempre. Son medios de expresión, entonces es como ¡ya murieron los libros! Porque con todo lo digital, pues no murieron, van a cambiar y ahora ya puedes bajar tu libro digital y a pesar de los aparatos pues lo lees como un libro ¿no? La escritura no puede morir. Eso es un poco lo que creo. Pero te digo, el interés está subiendo tal, yo tengo mucha curiosidad de ver que hace en este MACO, para ver si empiezan a dar pláticas a coleccionistas nuevos, cómo para que entiendan como funciona, porque además es un medio intimidante el arte ¿no? porque es como frío, como elitista, como tal. O eso es lo que se siente, esa es la idea que tiene uno cuando empiezas a entrar a una galería, pues vas despacio. Y la mayoría de los casos, lo es. Es un espacio que te van a ver feo, porque si no entras directo con cara de que vas a comprar, pues ya para que gastan su tiempo, entonces eso no ayuda a nadie. O hacer estas megaexposiciones donde nadie entiende nada y entonces la mitad de la gente sale de mal humor diciendo “me tomaron el pelo” y que es una porquería y yo lo puedo hacer y mi hijo también. Sin explicación, ya tampoco nadie aprende de eso. Creo que eso sí, por suerte cada vez más, o por lo pronto yo con los pocos curadores que conozco y tal, si están haciendo ese esfuerzo por explicar, que la gente alga aprendiendo o con un gusto. A lo mejor no les gusto y eso es muy válido, pero por lo menos entendieron: dijeron “no me gustó porque no estoy de acuerdo” o no me gustó, porque no me gustó, pero ya no sales a la defensiva. Eso es lo que creo, ayuda a que crezca el mercado, a que crezca el

mercado cultural, ayuda a todo y creo que poco a poco se está haciendo ese giro y eso creo que es muy importante que empiece desde nosotros galerías. Y creo que la mayoría no lo hace, la mayoría promueve el que sea frío, el que sea como elitista y si te das cuenta, esta galería tiene la puerta abierta y está a la calle y es un local comercial y no se esconde ni se disfraza, las paredes son de cemento, se llama talCual, justo en el modo en que es lo que es, no hay ningún estrés de cuanta gente entra y entra desde el que se me hace muy interesante y, puedo tener las veces que sea la plática de ¿Cuánto cuesta esta foto? Por ejemplo, con uno de ellos que haya dicho ¡ya entendí!, o por lo menos por qué una fotografía no cuesta lo mismo que un poster. Creo que eso se tiene que promover cada vez más y eso lo digo, lo diré, lo gritaré, lo patearé porque siempre voy a tener a alguien que decirle “no sean tan...”

A Eso sucede con formatos más amables –fotografía, pintura-, recuerdo que en el MUAC, haciendo el servicio social ¿qué le dices a alguien cuando ve las cobijas de Teresa Margolles?

AA Claro, y los entiendes, pero les tienes que explicar, la cosa es interesarlos y no decir ¿Cómo no sabe quién es Teresa Margolles? Tratas de explicarles, es muy lógico porque el arte está en el momento en el que está. Es muy lógico y a veces nada más necesitas cinco minutos para explicarlo. Te digo, y si no les gusta es muy válido. Pero hay que tener un punto de partida.

A Ustedes con los nuevos coleccionistas ¿manejan alguna especie de crédito o estrategia para motivar que alguien empiece a comprar arte?

AA Va de la mano. Como son artistas jóvenes, los precios no son altos, tan sencillo como eso. Por eso es más fácil para alguien que quiere empezar a coleccionar y tiene un presupuesto más bajo. Pues irte con la gente y los artistas que están en lo mismo, que están arrancando. Eso no habla de calidad, eso sólo habla del momento en el que están. Así como a lo mejor el sueldo que yo tengo ahorita comparado con el sueldo de una persona que lleva trabajando 30 años en esto, es distinto. Igual en los artistas y tal. Ahí lo importante es que ellos vean donde está su inversión, que no les den gato por liebre, que ellos sepan que es lo que compran y las razones. Ahí va de la mano y en nuestro caso en artistas jóvenes tienen precios más bajos, simplemente porque son jóvenes y están arrancando su carrera y todavía no son tan conocidos, y van variando.

S Por lo mismo de que son artistas jóvenes y coleccionistas jóvenes es más fácil engancharse con un artista nuevo, no es lo mismo ir a ver a un artista consolidado. Si yo

quisiera comprar un Picasso o algo así de artistas de un nivel alto, ya sabes que hizo y tú puedes escoger tal fase de este artista y punto. Aquí la ventaja es que se crea como una especie de vínculo entre artista y coleccionista. Entonces es ¿qué más ha hecho fulanito y qué más ha sacado? Entonces vas creciendo junto con el artista y te va involucrando con lo que hace y se va volviendo más personal. Me encanta lo que hace y lo voy siguiendo para ver qué día saca algo nuevo y sigo su carrera y creo que ahí todos vamos subiendo un poco. Es muy personal.

AA Y ese gusto por lo que compran es increíble verlo, y verlo como inversión. Comprar un Picasso no vas a perder, no va a bajar de precio, ya no se van a producir más Picasso, entonces la tendencia va a ser a la alza, poco a poco, como si compraras acciones en PEPSICO. Es un monstruo, que para que se mueva... entonces la tendencia es a la alza, poco a poco. Pero si tú te vas con un chavo (esto es en términos de dinero), es como invertir con una de las nuevas empresas de tecnología; si lo que están haciendo, lo están haciendo bien, son empresas que crecen con un 500% de ganancia. La cosa es saber seleccionar, ahí es en donde está el secreto cuando es inversión. Que eso jamás Picasso va a subir de los 30 millones que vale, en ningún momento va a subir a un billón, ¿me explico?

A ¿Cómo afectan los nuevos agentes como dealers independientes, asesores, casas de subastas, etc., a tú negocio?

AA No conozco mucho las casas de subasta y está bien que haya intermediarios. Lo que a mí me gusta de las casas de subasta es que los precios son abiertos. También por eso luego no hay información y eso, lo promovemos las galerías. Si tú llegas a nosotros (que ya no lo hemos hecho y hay que tener) nosotros tenemos ahí la lista de precios, abierta, porque de esa manera la galería sabe lo que cuesta, el artista sabe lo que cuesta y el cliente sabe lo que cuesta. Eso es lo que hace una subasta. Todos sabemos en cuánto se subasta y en cuánto se vende.

S Y es una garantía que tú pieza no se va a devaluar o no la vas a conseguir más barata en otro lado

AA Por eso me encanta el rollo de ellos, son precios abiertos y nosotros tratamos de hacerlo ¿por qué? Porque es lo que vale y va para arriba, y nuestro negocio es a mediano y a largo plazo. Por suerte también a corto. Ahí va. El problema es cuando el costo que le dan a una persona es distinto que el que le dan a otra y eso, llega a suceder mucho. Yo no tengo nada en contra de la comisión que se puede llevar un dealer o asesor, yo no

tengo ningún inconveniente, siempre y cuando sea de una manera honesta. El problema es inflar los precios, como en arte y como en cualquier otro negocio. Por eso cuando tú compras tu coche y te dicen que cuando lo saques de la concesionaria, ya se devaluó no sé cuánto. Lo sabes de entrada. Pero hay algunas que no hacen tanto descuento en las mismas marcas de coches o de lo que tú quieras. Eso hace que no se devalué tanto. Entonces estos controles a mí se me hacen fundamentales. Imagínate que yo te vendo algo a ti y le vendo algo a Stephanie. Al momento de que Stephanie te diga que compró algo muy similar al doble de precio, me transe a Stephanie y te transe a ti; porque ya se devaluó tu obra, porque no hay un mercado coherente y a Stephanie por obvias razones, me la transe dos veces. ¿me explico? Y con qué cara yo les voy a decir que es una buena inversión a mis clientes y que regresen, cuando por abajo les estoy viendo la cara y me los estoy tranzando. Por eso me gustan las casas de subastas.

Entonces, nuevamente los dealers no son la tranza, porque muchas veces hay quien piensa eso, porque es como si yo tengo los míos y hago el bussines. Puede ser que eso exista, pero a mí se me hace muy bien que existan estas personas que le dan confianza al cliente; asesores que conocen, que saben y que recomienden que compren. Eso se me hace increíble que exista y lo promuevo, y la manera que considero que debe de funcionar es, que se lleven un porcentaje de la venta. Muchas veces llegan a una galería y te piden descuentos; nosotros somos de dar pocos descuentos. No por otra cosa sino porque los precios que nosotros ponemos son justos, no los inflamamos para después decir “por ser tú, te voy a dar el 20 %”, sabiendo que ya lo habías inflado, que se lo estoy vendiendo a lo que quiero. Nuevamente, no es mi interés hacer esos juegos, yo sé que se ven bien y que a mucha gente le gustarán y tal. Lo mismo pienso de los dealers, está bien si el dealer se lleva un porcentaje del costo de la pieza que este predeterminando antes, está bien. Pero que no se infle para eso, ¿me explico? Porque creo que todos perdemos al momento de que estamos inflando y haciendo trueques y haciendo...

A Es muy claro en la forma que lo explicas. El libro de Adam Lindemann habla mucho de eso, de galeristas que acaban con carreras de artistas por prácticas como lo que acabas de decir.

S Nosotros tenemos una garantía a los clientes, en dónde el producto se infla por sí mismo, durante la subasta y de manera abierta. So yo como Christie's creo que esto vale dos pesos y a la mera hora vale 500, la obra ya no va a poder bajar de 500, la siguiente subasta va a valer 1000. Por eso Christie's tiene una política de no poder subastar obra

que tenga mínimo dos años de antigüedad y artistas consolidados de 5 años, cosa que en México todavía no se maneja. Sigues viendo obra del año pasado y de este que todavía no tiene tanta garantía, pero lo que intentan es eso. Y los art dealers no tienen idea del arte, ahí hay uno que es el que lleva las compras de arte de Francois Pinault, que es el dueño de Christie's; y Pinault le dice "tú compra" y el otro escoge y dice "no me importa, ni quiero saber del arte" y lo dice abiertamente. Yo sólo veo qué le puede gustar a mi cliente para poner en su sala, en su comedor o en su recamara y eso, es súper triste pero así es.

AA Y que compren para que combine con su sillón, no está mal.

S Pero ahí el vínculo entre persona y obra es diferente. Si yo quiero que combine con mi sala, cada que lo vea en mi sala me va a encantar. Si alguien lo escoge por mí, por más padre que este, no hay ese vinculo obra-espectador.

AA Ahí lo importante es que el cliente nuevamente sepa lo que compra. Porque yo feliz le vendo algo si llega y me dice "quiero algo en tonos mamey" ¡Perfecto! Déjame busco y te voy a mostrar lo que tenemos en tonos mamey. Está increíble. Y si llega y quiere una inversión, okey, pues mira por estas razones y estas... también. La cosa es que sea abierto y no te digan "es que este artista" con exposiciones tal, tal y tal (que a lo mejor si las tuvo) pero cuando te lo inflan también en información. También creo que cuentas claras, amistades largas en todo. Y luego, este medio, como muchos otros se presta para dar de repente mala información por ahí.

A La cuestión fiscal ¿Qué tan distinto es tener un espacio como el tuyo a diferencia de tener, por ejemplo una cafetería?

AA Yo creo que es igual. No sé mucho, pero nosotros somos una empresa y tal. Estamos registrados, es una galería de arte y vende y se pagan impuestos. Ahorita me viste corriendo porque estoy pagando impuestos justamente cerrando el año, que hoy es el último día. Pues como cualquier otro.

A ¿Cuándo inauguran?

AA Pues es como si fuera una fiesta, arriba son departamentos. Ellos saben y no hacemos mucho escándalo. Pero se hace lo que se tiene que hacer. No tenemos ningún problema. En cuanto a la delegación, pues ya tiene que ser un evento grande o usar zona pública. Mientras sea en privado y no haya quejas, no hay ningún problema. Nosotros tenemos hasta la suerte que da a la calle y que tenemos una terraza ahí afuera, entonces se puede tomar cerveza y no tienes ningún problema.

A Lo digo porque antes había esta idea de que las galerías funcionaban como giros negros, que no había una figura comercial que favoreciera el pagar impuestos y para los permisos, y como le explicabas a hacienda que lo que vendías era arte y que puede costar 1000 dólares o 5 millones.

AA Eso lo entiendo. Pero pues como cualquier otro negocio. A mí me pagan algo, yo lo deposito a la cuenta y entonces esa es la entrada y de esos ingresos yo tengo que pagar mis impuestos.

S Pues mientras hagas las cosas claras no hay problema, la bronca viene cuando inflan los precios y no se ve reflejado en las facturas.

A ¿Llevan ustedes registro de lo que exponen y de lo que venden?

Si, ese registro es de suma importancia, lo es todo. Por la misma razón de que.... Yo entrego la obra, un cuadro, te lo entrego y te doy un certificado de autenticidad, entonces si yo no tuviera control; por ejemplo de una fotografía, que es de una edición de cinco. Yo tengo que tener control de saber que son cinco y ya no se produce. Porque si te digo que son cinco y vendo diez, pues se devalúa. Entonces sí es de suma importancia ese control.

A ¿Cuántos metros cuadrados tienes?

AA Son como 75 mts².

A Plátame sobre tus proyectos a corto y a largo plazo

AA A corto plazo, serán las exposiciones que tenemos en la galería. Tenemos ya el calendario para todo el año y tal. Ahorita viene MACO y como que mi cabeza sólo piensa en todas estas cosas. A corto plazo, la verdad es tener listo MACO, que estamos muy emocionados porque va ser una instalación, el stand se vuelve una pieza y pues hay que cuidar un chorro de detalles, porque es una. Entonces todos los ojos van a estar ahí. Siempre tienes que cuidarlo y todo tiene que ser perfecto. Pero al ser una instalación que tiene que ver con cómo se ilumina, con la pared, el techo cómo es, todo. Estamos muy emocionados para tener todos estos detalles bien pulidos. La expo de la galería también estamos bien contentos, porque también va a jugar con el espacio; o sea, va a estar padre que MACO va a ser todo blanco nuestra galería y aquí, van a ser proyecciones en un espacio oscuro, contra saturación de luz. Entonces (aunque una no tenga que ver con la otra), para nosotros hay como un juego. Estamos contentos con eso.

A Sobre esta publicación trimestral que tienen, se me hizo interesante. ¿Ustedes lo editan? Plátame un poco sobre ella

AA Estamos sacando un periódico trimestral, ya salió el primero. Fue en sí, no tenemos la verdad conocimiento de cómo funcionan las editoriales, las imprentas, los distribuidores, tal. El primer número salió y habla de talCual y la verdad, está increíble. Es una publicación gratuita que habla del arte en general. No habla nada más de la pintura tal y de los artistas de la galería. Es una publicación que habla de arte. Si por algo pasa algo importante de ballet, habla de ballet. No nos estamos limitando a ninguna manifestación artística y estamos emocionados. Porque creemos que faltaba, creo que hay mucha publicación de arte, que me parece increíble, que apoyo y que trato de estar, y que a veces estamos. Pero creo que faltaba algo más independiente. En el sentido de que los que escriben ahí, pues son gente que está en el medio, pero nuevamente son gente joven. Entonces los puntos de vista de repente, son distintos. En el siguiente número va a haber un artículo de Bibiana Kuri, que fue directora del PAC, ya tiene un poco más de nombre, y a su lado va a estar Ana María Sánchez, que es una curadora joven, independiente. Y al lado, va a haber una entrevista de Lucia, que es una entrevista que le hizo al director de la productora CANANA. Todas esas cosas interesantes y juntarlas en un espacio, gratuito, a distribuirse en museos, librerías, tal. Donde tú puedas tomarte un café y echártelo rápido. Que sea algo ligero, informativo e interesante.

A ¿Y es parte de esta “experimentación integral” de la que hablas en la página?

AA Si, porque me parece muy importante. Una cosa es la galería y otra es la publicación. Nuevamente yo parto de que me gusta el arte. Entonces toda exposición que tú veas en la galería, es una exposición que a mí me gustaría ir a ver. Tengo la suerte de yo poder armarme las exposiciones que yo quería ir a visitar. Eso es como un privilegio. También creo que falta difusión en publicaciones. Creo que son líneas muy marcadas las que tienen algunas y faltaba algo un poco más abierto y creo que por eso sale. Mientras más hay, más interés causas, más gente le entra, entonces es un poco eso.

A Para cerrar. Los pros, los contras, lo rico de tu trabajo, las ventajas de una galería, las ventajas...

AA Dificultades como cualquier negocio y sobre todo un negocio que arranca. Estamos en un medio cerrado. Por suerte, con artistas que ya empiezan a tener un peso, pero bueno, yo, Andrés Arredondo en el Mundo del Arte, te hubieran dicho ¿Quién es ese ingrato, no tengo ni idea? Y en un año y medio, estoy seguro que vas a empezar a ver cambios. Eso es muy gratificante. El negocio y lo difícil, es empezar. Porque si no saben quién eres, ¿cómo te creen lo que les dices? Entonces, gánate esa reputación, ese prestigio y esa

confianza. Esas son las cosas difíciles de conseguir y para mí son muy importantes. Si preguntas, con curadores, con instituciones; no todos nos van a conocer, pero dudo mucho que alguien te vaya a hablar mal de nosotros. Y eso es muy importante ¿qué pasa cuando la gente sólo puede hablar bien? Eso es importante.

Los pros. Es que a mí me encanta y me es fácil hacerlo. Yo me meto en el proceso, no es broma, por eso se me hace importante barrer, hasta acabar las piezas y ayudar a los artistas, porque me gusta. Entonces todo es gratificante.

A Además abriste en un momento difícil: la crisis internacional

AA Que a í se me hace el mejor momento para abrir. La crisis y tal, eso le afecta a todos, pero justo yo estoy abriendo un negocio en el que... te estoy hablando que yo lo que necesito es una reputación, necesito confianza, necesito que la gente vea todo esto en mí. Entonces si ese periodo de crisis que todo iban a tener (que todos íbamos a tener). Yo de entrada sabía que mi primera misión era ganar mi reputación y respeto. Entonces si no hubiera sido crisis, mi primera misión no hubiera cambiado. O sea yo tenía que caminar este camino. Entonces si está en crisis y de entrada la gente no va a comprar, pero no importa, porque no por eso deja de interesarles y yo estoy yendo al mismo lado, pues está perfecto. No es que a mí no me pegó la crisis, porque yo ya sabía que estaba. No es que yo ya tenía un negocio en el que este año, fue difícil (no había otro año). Y mi primera misión era hacerme de un nombre porque nuevamente, para mí eso es importante, que tengan la confianza y que sepan, ellos vean, los coleccionistas, que si vale la pena. Entonces eso me iba a tomar un tiempo de entrada, entonces si yo sabía que durante ese tiempo iba a ser complicado, no importa si hubo crisis o no (¿no sé si me doy a entender?)

Una galería que está teniendo X ingresos al año y de repente, no los tiene, pues chin, se mete en broncas. Pero yo ya sabía a lo que iba, a ellos les cayó un año difícil, pero yo abrí sabiendo a lo que entraba. Entonces pues bajo aviso, no hay engaño. Si sabes que va a llover, pues saca tu paraguas, pero si te agarra a media calle. Es un poco esa mi manera de verlo.

A ¿Cuántos años tienes?

AA 31

ANDRÉS BASURTO PORTILLO (Antena Estudio)

A ¿Tu eres artista de Talento Arte?

AB Si, con Raúl llevo como 10 años trabajando. Pero aparte el proyecto que tenemos de Antena Studio lo empezamos a hacer desde el 2006.

A ¿Podrías platicarme un poco de eso, en qué año inician, como surge la idea y la inquietud de abrir una galería?

AB Básicamente es abrir una galería. Mira, como se da con Laura Ortiz que también es artista y también es mi esposa, estamos casados desde el 2004. Fue la idea de vivir en un lugar donde trabajáramos y utilizar una parte de ese espacio para exhibir obra tanto nuestra como de otros artistas. Así de sencillo surgió. Entonces era esta idea de estudio-casa y galería, como galería más que un espacio para vender arte, era un espacio para exhibir arte; pero también era buena idea vender lo que estábamos exhibiendo para pagar desde renta hasta seguir produciendo. Después de tener este espacio se convirtió y se generó una plataforma para ir haciendo todo de una forma más seria, promover el trabajo de forma internacional de otros artistas y el nuestro. Al principio teníamos el conflicto de cómo siendo artista y siendo galerista, pero ya se nos quitó ese conflicto.

A ¿Y con los artistas que trabajas...?

AB No tenemos una cartera de artistas con los que trabajemos, más bien es como proyectos que van saliendo y si, básicamente ha cambiado mucho. Empezamos y era ver modelos de otras galerías y de alguna forma tratar de ubicarnos rescatando algunas cosas, aprendiendo a través de la experiencia de los demás de alguna forma. Así se empezó y si ha habido muchos cambios y nos hemos estado formando a base de nuestra experiencia.

A ¿Desde que abrieron ha sido el mismo espacio, no han cambiado?

AB No, el espacio cambio, estuvimos un tiempo huérfanos, digamos sin hogar, más bien. No teníamos un espacio físico, el espacio era donde estábamos nosotros presentando cosas, hacíamos proyectos en conjunto con una dealer de Nueva York y luego empezamos a hacer lo de las ferias. También como era una galería que nuestro espacio se daba durante esos cuatro días, en ese lugar. Así fue como se fue dando y ahorita ya vamos a tener un espacio fijo, ya está, nada más falta que lo habitemos en la Condesa.

A Es difícil encontrarlos en la web ¿su página de internet está en construcción con una antenita? Lo pregunto porque intente conseguir alguna información de ahí.

AB Esa es nuestra página, que de hecho después de estar contigo, voy a ir a construirla. Debe de estar ahí la invitación a la última feria que estuvimos pero ha sido mucho de definir nuestra personalidad, qué es lo que hacemos y cómo lo vamos a hacer. Porque al principio era muy fácil entender la estructura que tiene una galería, ahora sí que presente, pasado y futuro, artistas, exposiciones, todo eso y nosotros no somos exactamente así. No tenemos una cartera exacta y fija de artistas. Vamos más bien por proyectos y también ha sucedido que en las ferias al principio presentamos obras de varios artistas y ahorita ya estamos presentando obra nuestra y colaboraciones que estamos haciendo. Ahorita por ejemplo la obra de Laura, que me gusta muchísimo y por lo menos yo que empecé este proyecto, pues es lo que ahorita quiero estar mostrando. Se me hace que tiene como muchas posibilidades y también en cierta forma, la experiencia que creamos ahí, aunque sea una feria de arte, que las personas que entren ahí estén en un momento y que puedan concentrarse en la obra. Eso ha sido importante.

A ¿Qué tal les fue en MACO? ¿Es el primer año que están?

AB Es el segundo año consecutivo que estamos. Nos fue mejor en el primero, digo, no nos fue pésimo pero tampoco nos fue bien. A final de cuentas, respuesta muchísima, muy buenos comentarios, conoces gente. Resultados buenos que lo aprecias, no es que me sienta decepcionado ni triste; obviamente es un contexto comercial en donde una de las cosas más importantes es vender. Pero surgen cosas, supongo que antes si era esta cuestión de que si no sucedía ahí, en los primeros días ya después se desintegraba cualquier cosa que pudieras lograr. Pero si han surgido cosas, es una inversión de otro tipo.

A Tú caso es interesante, desde tu posición de artista y galero ¿Cómo podrías definir tu propuesta?

AB Mira, así tal cual, si lo volviera a hacer lo hubiera hecho así desde el principio, surgía de mi trabajo, digamos que como artista y galerista, mi porcentaje lo reinvierto prácticamente 90% en seguir esta cuestión de promoción. Entonces como que había un conflicto porque como que hay una costumbre de que eso no se hace, y nunca me había cuestionado por qué no. Pero yo también me he dado cuenta que no soy el único; que hay muchos artistas que hacen esta cuestión, también por el deseo de querer mostrar el trabajo, crear esta plataforma. Básicamente es eso, utilizar todas las herramientas que tienes para crear una plataforma que luego puede ser utilizada por otros artistas, por otra obra.

A ¿Ninguno de tus dos roles interfieren en el otro? Me refiero a que quizá hayas descuidado tu producción como artista o en el medio...

AB Obviamente sí. Hubo un momento en que de repente si me tomé demasiadas responsabilidades y que no podía con todas. Pero es parte del aprendizaje. Ahorita como que nuestro concepto ya está bastante definido, desde cómo se monta, cómo se transporta la obra, qué cosas se van a presentar y esperamos que todos esos errores que se cometieron en el futuro ya no vuelvan a suceder. Pero es parte de todo ese aprendizaje. Aunque quieras hacer todo, descuidas algo en algún momento.

A En la cuestión de la galería ¿cómo te organizas para hacer exposiciones, tienes un programa, te dices voy a hacer 3 exposiciones este año? ¿Cómo organizas esa parte, es según vayan saliendo proyectos?

AB No, ahorita siguiendo esquemas ya existentes como teniendo una idea muy clara por lo menos. Aunque luego hubo una época con un poco de crisis de identidad, un poco de caos como tratando de tener una personalidad. Y una transformación y obviamente en esa transformación hay como crisis y ahorita, ya estamos regresando a una cuestión de si estar organizando y estar haciendo algo cada dos meses. Y aunque no sea una exposición como tal y tanto número de cuadros es, más bien y a veces lo que quiere un artista o quiero presentar, no es una pieza, es una idea. Entonces si dar espacio a esas cuestiones. Eso es lo que vamos estar haciendo, no tanto el “ya tenemos cierto número de cuadros, ya existe esta serie, ya podemos aventar a organizar todo el numerito”. Si no de repente ya serán otras exposiciones que hacen una serie, una pequeña retrospectiva, lo que sea. De repente hay una obra que merece el espacio para que se presente, entonces ya sería que cada mes y medio o cada dos se vaya a presentar algo y, si de repente surge algo que no estaba previsto pues se trata de incorporar.

A Preguntando a otros galeros algún tipo de técnica o de corriente que sea una constante en sus artistas ¿tú tienes alguna inclinación o nicho dentro del arte contemporáneo que te interese mostrar?

AB Como te digo, empezó como abierto, igual algo que nos interesa mucho es que el artista esté involucrado de alguna forma en la manufactura de la pieza, eso es algo muy importante. Siento que hay una energía que se crea en la obra, que ves como la existencia del artista marcada en la obra en algún momento, nos gusta esa cuestión. Digamos que es eso y estamos abiertos a otras cosas y eso es lo más importante. Y nos gusta mucho la cuestión de mucho cuidado en la manufactura y mucho de son decisiones

que primero tomamos con el estomago y luego lo definimos con la cabeza; pero es mucho de este sentimiento de cuando ves algo y que sientes que lo quieres tener, poseer y tocar, nos gustan obras que quieres tocar con los ojos.

AB Me dices que no representan a ningún artista, alguien de quien cuidan su carrera. Entonces a MACO ¿A quienes has llevado?

A Queremos hacer eso, pero al principio era más una cuestión como de armar una empresa, necesitábamos que estuviera la estructura para empezar a hacer esos ajustes. Lo intentamos y no teníamos la capacidad para hacerlo y por eso se llegaron a cometer errores que pudimos haber evitado. Pero ahora después de una forma caótica que se fue como organizando y ahorita que tenemos como una personalidad definida pues ya buscar obra que tenga esas características

En MACO presentamos la obra de Abraham Jiménez, de Patrick Peterson y de Laura Ortiz y básicamente fueron artistas que conozco de hace tiempo pero también obra que me dice algo, que me puedo identificar y que siento una empatía por ese trabajo. Como artista plástico de oficio, pintor de repente me llama la atención eso, ahora sí que a través de ese criterio, algo me llama la atención, propongo algo y lo mismo pasa con Laura.

A Es interesante porque hay galeristas que te dicen abiertamente que ellos son muy buenos en su trabajo y que conocen bien su negocio, pero que no saben de arte en el sentido de “hacerlo”. Tú si tienes ese otro lado.

AB Sabes algo, yo lo que haría. Son cosas que yo coleccionaría y ya en este momento. Antes lo veía como qué cosas se pueden vender, qué cosas tienen cierta propuesta, lo hacía tal cual y no funciono así. Sin pretensiones, creo que debes verlo como ¿qué cosas yo coleccionaría? Así me es mucho más fácil hasta poderlas vender, cosas que me apasionan. Antes fue si de muchas cosas que honestamente no me apasionaban pero personas con más conocimiento que yo me decían que valían la pena. Ya sea en cuestión de conocimiento del arte, en el mercado pueden funcionar. Lo intentamos así y no nos funcionó.

A Entonces en la galería ¿Quiénes trabajan?

AB Ahorita sólo Laura y yo. Ya se van a integrar, porque va a haber un par de socios, igual se van a meter otro par de personas a trabajar con nosotros. Ahorita que si ya tenemos los cimientos bien hechos. Básicamente somos nosotros dos y de repente las personas que estén involucradas con esa cuestión.

A Cuando has organizado una exposición, montas X número de piezas, alguien compra algo ¿Cómo manejas lo de las ganancias, tienes un porcentaje?

AB Igual, como todos, supongo 50-50 y estando de los dos lados, entiendo perfectamente ese porcentaje. Que igual como artista dices “es muchísimo”, por el trabajo, por qué estoy ganando la mitad de lo que hago para que alguien se lo lleve así nada más. Cuando ya estás del otro lado te das cuenta de todo lo que se tiene que hacer para poder crear esa plataforma, poder llevar esa obra a esa persona, no nada más la historia de ese cuadro sino también lo que viene después. Pero por lo general es esa cuestión de los organizadores se llevan 50%, el artista se lleva 50%. En las ferias que hemos estado básicamente en Estados Unidos y aquí en MACO, a Canadá hemos ido un par de veces, también es distinto como responden los coleccionistas y la gente, si alguien no regatea es hasta extraño, te asusta que alguien no regatea. En Canadá es rarísimo que pidan descuento, aquí lo toman más como regatear.

Es parte de eso, ahorita estamos en un proceso de gestación poder entrar y así, es más si me preguntas en un año yo creo que será como distinto. Ya tendríamos cierto número de artistas, ya tendríamos una organización como más para eso, ahorita simplemente como salir a flote. Crear una marca, verlo así, suena muy comercial pero de la obra que se va a presentar, cómo se va a montar. Ahorita es tiempo como de hacer esa inversión. Igual nos tardamos por lo mismo porque, ya tienes el lugar, ya pones los cuadros, necesitas tanto de renta, necesitas sacar tanto... y empezamos de esa forma cuando igual teníamos que empezar de otra. Es un proceso, lento pero necesario.

A Igual y no lo estas llevando así, pero como artista -¿Qué opinas de la relación laboral artista-galero y sobre los contratos escritos o de palabra?

AB Si ha cambiado mucho mi forma de pensar porque, depende del tipo de contrato, siempre he pensado yo como artista, de repente si una galería me pidiera firmar un contrato me gustaría ver los beneficios que tengo; porque la verdad si hay una cuestión que es muy real que llega un momento muy distinto de cuando tienes 20 años a cuando tienes 40, sobre como piensas las cosas. En un momento tienes una idea de muy idealista, inocente de cómo tienen que ser las cosas, llega un momento en que por más artista o por más de lo que quieras, yo si estoy esperando tener cierto dinero al mes, necesito eso y necesito que me paguen por mi trabajo. Entonces depende de la situación. A mí lo que me gusta y lo que queremos hacer eventualmente es si ver algo que me encante, poder decirle al artista ¿sabes qué? Esta obra que tienes, quiero venderla,

quiero invertir en ella y hasta poderte dar un porcentaje de lo que te tocaría, ya para alivianarte con ese rollo. Ahorita no podemos hacer eso pero eso es lo que yo le pediría a un espacio que mostrara mi trabajo. En general son cosas que si no las vendo formarían parte de mi colección, es como lo ideal y hasta ahorita nadie hace eso. Pensándolo sería lo óptimo. Pero tampoco me gustaría que un contrato me obligara a no poder presentarme en otros lugares. Igual y si me dijera vas a recibir tanto dinero al mes y no tienes que preocuparte por nada, igual lo piensas, pero de todas maneras sería limitante porque la cuestión de recibir un sueldo –por verlo así- y por la cuestión de no poder presentar todo en otros lugares.

A Tú que estuviste antes del 2006 ¿cómo ves las estrategias o formas de mantenerse en el mercado a pesar de una crisis y de las nuevas tendencias que empiezan a haber y nuevos agentes que comienzan a aparecer en la escena como casas de subasta, galerías internacionales con sede en México, dealers independientes?

AB Pues yo creo que es necesario, yo creo que es para bien, quizá al principio puede ser como burdo y tosco pero yo creo que se va refinando. No quiero voltear hacia allá pero, te pones a pensar en la cantidad de oferta comparado con la demanda que hay, no es lo mismo. Cuando estaba estudiando la carrera de Arte Visuales, después de hacer la carrera de diseño en Nueva York; me acuerdo de un profesor que comento –y después lo investigue de una forma superficial- que “ya hay más artistas plásticos en Nueva York, que en Manhattan actores”. Iba con esta idea de que la mayoría de actores de teatro sobre todo, hay muchísimos y la mayoría no tiene trabajo. Los espacios que hay para actores son muy pocos, pero que ya se pensaba que había muchos artistas y no tantos espacios para exhibir. Ese es el primer paso, fíjate que como artista estás viendo y dices: “híjole, ya una vez que entre a esa galería, que este en esa feria, en esa exposición, las cosas se resuelven” pero ya que llegas ahí te das cuenta que todavía hay un gran espacio por recorrer. Y cada vez son menos las oportunidades que hay. Creo que si es necesario que se busquen otras formas de hacer eso, al final de cuentas es un trabajo, que tiene que tener algún tipo de remuneración. Este tipo de cosas ayudan en cierta forma, como que estoy yo en lo personal abierto a estas cosas. Y te repito que aunque al principio sea medio tosco, se va refinando.

A Entonces es importante la aparición en ferias ¿en dónde han estado?

AB ¡Es muy importante! Fuimos a Toronto, la ciudad de México, Londres, Chicago, Nueva York. Hay una galería en Nueva York que representa obra de Laura y mía y fue a

la feria de Miami, yo fui a ayudarlo desde el montaje y a estar ahí y ver como estaba el mundito ahí.

A En el directorio que estoy elaborando, actualmente hay entre 90 y 100 galerías privadas de arte contemporáneo, pero viendo un sondeo de hace tres años, hay muchas que han cerrado. Platicando con otro galerista, me decía que el promedio de vida de una galería era de 5 años. ¿Tú qué opinas sobre las galerías que abren y dura poco tiempo, se abre por moda, falta profesionalizar el medio? Porque no pasa de una docena de galerías que si se han sostenido

AB Mira, si yo lo viera solo como un negocio en sí, tal cual como números no lo continuaría. Yo creo que es lo que pasa, si lo ves como un negocio de que quieres abrir un espacio, donde vas a vender un producto que te va a permitir mantener el espacio y tener ganancia, pues esa cuestión es como muy difícil. Es más bien por necesidad y obsesión muchas veces. Me ha tocado muchos momentos en decir: ¿lo sigo continuando? Ahorita si ya es otra historia, ya pasamos a otro lugar, valió la pena llegar hasta acá. Más que una carrera de velocidad es una carrera de resistencia, yo creo que es por eso. Porque sí es difícil poderlo mantener y tiene que ver, es difícil, es caro y es complicado. Si en MACO fueron muchísimas personas, estaba lleno, todos los días pero también la pregunta es ¿Cuántas de esas personas realmente van a invertir en arte? También es esa cuestión que ese dinero que cuesta de repente el espacio y todo lo que involucra, pues también de que estamos apostándole, promoviendo el arte para que en algún momento el público se abra un poquito más a gastar en eso.

A Generar nuevo coleccionismo, de gente joven...

AB Si, claro. Lo que me sucede es que muchos de mis coleccionistas todavía no tienen la capacidad económica como para gastar en las propuestas que estamos haciendo. También es buscar la forma de promover a hacerse de su colección. Lo que haces es hacerlo un poco más atractivo y más fácil.

A Tiene que ver con el equilibrio entre la propuesta seria e interesante –artísticamente hablando- con la parte estricta de lo que es el negocio.

AB Si, y es que antes había un conflicto con eso. De repente hay lugares que realizan cosas muy sencillas y en la inauguración cobran \$10, \$20 por las chelas, me parece muy buena idea, honestamente. Antes era una cosa de que preparas todo, te gastas tanto en vino, meseros y lo que sea. Luego empiezas a hacer números y dices “si por lo menos hubiera cobrado tanto”, hubiera salido una parte de la inversión. Entonces hasta ese tipo

de cosas y que de repente le hacen algunos museos, obviamente nadie espera que vayas a comprar algo de allí pero si ayuda que pases por la tienda y te lleves un souvenir, y no creo que estén mal ese tipo de cosas. Habrá gente que me criticará y dirán que esa no es la intención, que no se trata de eso, pero si ayuda. Otros venden el catalogo, la postal, eso me parece muy bueno y está sucediendo por necesidad. Por ejemplo en MACO siento y se agradece el esfuerzo que hacen los organizadores para estarlo promoviendo y al final de cuentas, nos conviene; y aunque no estemos vendiendo lo que nos encantaría y que fantaseamos que podemos hacer de dinero, si nos funciona porque eso eventualmente si está abriendo el panorama un nuevo coleccionismo.

A Parte de la intención de la tesis es quitar esta idea de satanizar la carrera del galerista que se cree nada más chupa la carrera del artista y que no le interesa el art, solo la ganancia y no creo que sea así; es un negocio muy respetable y necesario. Sin la parte del mediador sería imposible pensar en la circulación, si los quitamos habría otra figura. Me refiero a el equilibrio entre una buena propuesta artística y el negocio como tal (lo administrativo y de gestión), si falla una podrías no durar tanto.

AB Nosotros hemos tenido la fortuna y desfortuna de pasar por las dos cosas, y si tiene que haber un equilibrio. Ahorita que lo mencionas pues sí -viéndolo desde arriba- se tiene que encontrar un punto intermedio, porque ya que estas ahí, pierdes un poco la perspectiva de cómo se tiene que hacer. Hubo un momento en que el artista pensaba que el galerista tenía que cubrir con las necesidades del artista, fueran las que fueran, es decir, de repente resultaba que este personaje le traía como muchos beneficios. Entonces la idea era que este galerista decidía que simplemente por su nombre ya iba a hacer valer la obra de un artista, creo que eso ya es muy distinto y diferente.

Hemos visto varios proyectos que tienen características similares a lo nuestro, que es esta cuestión de... pues yo más que artista me considero un observador amante del arte más que artista, me gusta involucrarme a muchos niveles; desde ver algo que me gustaría tener o me gustaría hacer algo así. Mas que artista me gusta el arte y creo que a los galeristas que considero que les va muy bien también tienen esa cuestión.

A ¿Cómo ves el estado general del mercado de arte contemporáneo aquí en la ciudad y en México?

AB Pues en México la verdad creo que bastante bien, me ha llamado mucho la atención y me ha impactado realmente la cantidad de personas que se han convertido en coleccionistas o en un público muy interesado que tiene otra profesión completamente

distinta y ya el conocimiento y el gusto sofisticado que tiene, como que eso me ha llamado muchísimo la atención. Igual no sé, pasa cualquier problema, una crisis económica y lo primero que se afectan son las cuestiones con el arte, que no es una necesidad básica - yo si siento que es una necesidad básica- pero no todos pensamos lo mismo, pero es lo primero que se afecta. Pero me ha llamado mucho la atención, la educación y la idea con que llegan esas personas y de todos los estratos sociales, creo que los museos tienen mucho que ver, estos eventos de las ferias. A final de cuentas es un evento artístico, la mayoría de la gente no dice “voy a comprar una obra”, lo que cambia de repente en otros lugares es que si van y quieren adquirir y saben qué tipo de cosas encontrarán. También si hubiera un poco más de apertura de estas ferias que son como más accesibles, más baratas como que ayudaría a que se abriera más el mercado. Pasa con las famosas que ayudaron mucho al mercado del arte en Inglaterra y luego en Estados Unidos, porque lo abrió bastante. Les paso por la cabeza, invertir en arte contemporáneo y lo empezaron a hacer, creo que está sucediendo, MACO está ayudando bastante que haya este tipo de cosas. Sería muy bueno tener más ferias. Ha habido intentos pero igual y una que sea accesible, es decir, para las personas que vayan gastar X menos cantidad. Y que cuando tú vayas a estos eventos si tienes que tener en cuenta que puedes adquirir una obra y lo que implica adquirir una obra de arte.

A y que la educación tiene mucho que ver con esto.

AB Pues sí, educación desde primaria.

A ¿Qué tendencia y que cambio has observado tú en el mercado en los últimos 10 años en el mercado? Que tuvo que ver con el boom del arte mexicano desde los 90 con espacios alternativos, artistas, etc.

AB De lo que me he dado cuenta bastante, es que a estas alturas, teniendo todas las herramientas disponibles, veías las tendencias en una feria y como cambiaban año con año; de repente había mucho más fotografía en vez de pintura, ahora más arte conceptual o cosas así. Y en México si pasa que en la arquitectura, el diseño y el arte, que si hay influencias de otras culturas... si nos influía muchísimo lo que nos pasaba en Nueva York. Lo que pasaba en España y alguna influencia se reflejaba inmediatamente acá. Ahorita siento que hasta está pasando al revés, que todo México y la ciudad, se está generando algo interesante, ya no estamos esperando a ver cuáles son las tendencias de lo que pasa afuera.

Ya está como permitido hacer cualquier cosa. Antes decían por qué los artistas siguen pintando. Una vez me hizo un comentario un curador así, hace no mucho y, no entendía por qué los artistas seguían pintando. Lo más triste no fue tanto eso, sino que yo no tenía una respuesta para esa cuestión. También sucedía que había una división muy clara de artistas conceptuales con artistas de estudio, y pasaba que mientras los artistas de estudio pasaban horas encerrados ahí, los otros artistas estaban más como en eventos y haciendo promoción fuera; entonces de repente había como una desventaja y hasta esta cuestión de los artistas más clásicos, clavados, románticos de “pintura”. Ahorita hasta hay artistas que antes, jamás hubieran agarrado un pincel o un lápiz, ya veo que lo están haciendo y al revés, artistas que eran como de caballete toda la vida y hasta se disfrazaban también para producir, igual ahorita ya están dando oportunidad a otros medios. No nada más en México, eso pasa en todas partes. Se está apreciando esta cuestión de cómo el artista el multidisciplinario.

Lo que sí está pasando actualmente en México, a final de cuentas el arte siempre ha sido conceptual, es una manera de materializar esa idea. Estrictamente es conceptual, hasta el artista más clásico que te imagines. Ahorita me parece increíble que ya te permites utilizar muchos medios tanto para producir la obra como para mostrarla. Antes si era de que se hacían unas instalaciones o unos proyectos monumentales carísimos, muy complicados, que nada más eran como posibles para tipo de artista y accesibles para cierto grupo de personas; y de repente como ya era muy caro hacer algo así, pues ya no valía tanto la pena, como que se dejaron de hacer esas cosas. Ahorita hacer una instalación que cueste miles de dólares y que nada más se pueda ver desde el espacio... pues ya no resulta tan interesante.

A Desde el punto de vista legal político, ya que una galería es un espacio mercantil y con la Ley de Sociedades Mercantiles y todo esto ¿Ustedes ya se están manejando así o si lo piensan hacer más en forma? Me refiero a estar dados de alta en Hacienda

AB La verdad es que sí. Prefiero eso porque si conviene. Yo como artista estoy dado de alta. En un principio cuando yo vendía por mi parte, pues te pagan tanto y no importa la factura, cosas así.

A Había muchas desventajas, por lo que no era deducible, el arte si lo es, pero tener que comprobar y que tantos beneficios te resultaba de tener un galería que estas preocupado por tener cosas que tienen otro impacto en la gente a diferencia de tener, no sé, un

deposito de cerveza. Mi punto es que sería muy bueno que hubiera más ventajas fiscales para el galerista y los artistas.

AB Obviamente, sería lo ideal. Desde donaciones que hicieras a museos. Eso ayudaría y creo que eso nos llevaría al primer mundo del arte. Que existiera eso. Te comentaba y lo ves en otros lugares, países del primer mundo, las ventajas que dan. Cuando ya estas allá adentro, los comentarios te dicen que tampoco es lo mejor y tampoco como que les gustaría más, pero si sería muy bueno ese tipo de cosas.

A Para terminar ¿Cuáles son tus proyectos a corto y largo plazo?

AB Pues ya ahorita con el espacio físico nos da oportunidad de hacer y facilidad de así poder llamar otros artistas, convocarlos y ya surgen muchas más ideas de presentar la obra y no era tan fácil porque no había espacio más que en la feria y lo que me interesa ahí es poder sacar dinero. Y ahorita ya podemos abrírnos a eso, hasta las ganas de preparar una exposición y preparar esas experiencias, de que tengas un público que de repente este ahí. Porque es un aprendizaje, desde los comentarios hasta las reacciones que tienen, eso ayuda muchísimo. Nos interesa tener un espacio para estar haciendo esto. A final de cuentas si es un laboratorio, si es un taller de experimentación, tanto después de que tienes un conjunto de obra y la energía que se crea entre esas obras y cómo reaccionan las personas ante eso.

A ¿Tienes alguna exposición en mente?

AB Para dentro de dos meses aproximadamente sería una exposición colectiva de artistas que nos parecen interesantes, que sea una propuesta que a nosotros nos guste.

A ¿Algún comentario que quieras agregar? ¿Cuántos metros cuadrados tienes en el nuevo espacio?

AB Pues, que valoro más el trabajo del galerista y pienso que los artistas no valoramos el trabajo de promotor. En metros cuadrados son como 250.

ALFREDO GINOCCHIO (Ginocchio)

A ¿En qué año surge y la galería?

AG Nosotros empezamos en 1988, hace 23 años. Dado que estábamos en un grupo que era una fundación argentina: Praxis Arte Internacional, que tenía la sede en Buenos Aires y San Pablo, Chile, Perú y México. Yo abrí la de México. Era un proyecto de difusión y promoción del arte latinoamericano con muchísimos trabajos y mucho éxito, intercambios, llevamos mexicanos a Sudamérica, llevamos y trajimos varias exposiciones. Después en los noventa nace el fenómeno de las ferias y yo considere que la feria era el gran escaparate para mostrar a tus artistas y acelerar su promoción, porque en 3 o 4 días te veían 20 30 mil personas, coleccionistas, críticos, de hecho llegue a hacer hasta 10 ferias por año. Y así fuimos avanzando en los noventa, con el postmodernismo, el arte moderno y a finales de los noventa ocurre el tema del arte contemporáneo. Los jóvenes necesitan su lugar y se inventaron también un nombre, porque el arte contemporáneo existe desde hace mucho tiempo. Pero está bien, es la época, es el mundo, es un espacio que necesitan los jóvenes, hasta hacen revoluciones por internet. Está bien, así es ahora. Tenés a Duchamp y sus ready-made y después a Warhol a mitad de siglo. Van saliendo ciertos iconos. Cada ciudad tiene su espacio como la Condesa, Palermo se llama en Argentina... que nace de la historia del Soho, que también es de mitad del siglo. Vamos avanzando y nosotros vamos de acuerdo a la época, preservamos a nuestros grandes artistas como el maestro Carbonell, Roberto Cortázar, que son grandes artistas mexicanos.

Entonces hubo un gran boom y la conceptualización, vale más la idea que el trabajo, este tipo de cosas. Mientras tanto la fundación cierra en Argentina y el proyecto aquí termina, entonces yo decido seguir con mi nombre con Ginocchio galería, que es el que más conocía la gente: a mí. Dado la crisis, el arte contemporáneo se nutre de todo este exceso de dinero que había, la gente cuando tiene dinero se pone muy optimista. Se termina esto y se empieza a valorar un poco el oficio, entonces hasta Demián Hirst tuvo que pintar, que de hecho hace lo que puede. Va forjándose todo esto y nosotros seguimos, tenemos artistas contemporáneos; incursionamos con Demián Flores que es el único Oaxaqueño contemporáneo; Hugo Lugo que es el ganador de la Bienal Tamayo, trajimos artistas contemporáneos como Xevi Vilaró de España, etc. Nosotros seguimos estando a la vanguardia, sin perder nuestra esencia y a lo que dicte un poco las historias.

A ¿Hugo Lugo estaba con ustedes antes de ganar este premio?

AG Estaba con nosotros desde antes. Yo lo conocí en el 2002-2003 cuando ganó arte joven en Aguascalientes. Esto es un poco lo que es una galería, estamos llenos de historias, son 20 años andando por ferias desde Miami, Nueva York, Bélgica, Londres y las latinas. Seguimos en acción. En MACO, somos fundadores de MACO, porque te digo, soy una persona que cree mucho en la feria, es una gran posibilidad para las galerías que representan a sus artistas.

A En las páginas de las galerías, algunos hablan de vocación o de línea de trabajo ¿Usted podría resumirme cuál es la de Ginocchio galería?

AG Claro, esto es una pasión, más que una vocación esto es una pasión. Evidentemente cualquier galerista debe ser un hábil comerciante, un hábil negociador, se necesita ese espíritu. El arte es una pasión. ¡Yo creo que si me hubiera dedicado a otra cosa me hubiera ido mejor! Cualquier galerista que tiene algunos años es un hábil negociador, porque tiene que negociar con el artista, con el coleccionista y con todo lo que rodea y mover todo. Entonces bromeando con amigos decimos “si hubiéramos puesto una fábrica de tornillos nos hubiera ido mejor”, pero como te dije antes, esto es una pasión. Estoy muy feliz, no sé si esto es una vocación, vocación tiene un doctor (para mí), porque cura gente. Si fuera solo por dinero, vendería tornillos, pero esto es una pasión, amo el arte, me interesa, siempre me gusto desde niño, no fui muy dotado para poder hacerlo, entonces puse mis habilidades al servicio.

A Sobre el programa de trabajo que manejan aquí en la galería ¿Cuántas exposiciones tienen al año...?

AG Antes hacíamos como 7, 8 o 10 exposiciones al año. Pero con las ferias se fue complicando mucho y tampoco la gente viene a ver tanto a las exposiciones. Más que nada es un evento social para el artista para los medios, los conocidos del artista y todo eso. Los coleccionistas o vienen antes o vienen después, ya ves como está la ciudad por el tema del miedo, la inseguridad. Ya hace un par de años que estamos haciendo cuatro exposiciones o cinco, más las ferias, que ya es como otra exposición. Este año fuimos a Houston, ahora vamos a Miami, después viene MACO, después viene Venezuela, San Diego, Londres, nueva York y Miami.

A Qué implica preparación...

AG Preparación y te vas mínimo diez días.

A He visto que usted siempre está presente en MACO, hay galeristas que dejan al asistente ¿Cuántas personas trabajan en su galería y qué funciones tienen?

AG Cinco personas. Bueno, básicamente Tenés una recepcionista, tenés a Paola Contreras que es como la subdirectora y que ya lleva unos años con nosotros, que es el gran apoyo mío y trabajamos prácticamente juntos; tenés a una persona que está en la contaduría y otro que maneja la computadora y todo lo que es la oficina virtual y otro, que hace de todo lo que hay que hacer. Y para montaje todo se hace con la gente de casa, al estilo Henry Ford. Los dos muchachos que tengo saben colgar muy bien. Entre el artista y yo diseño el espacio, hago la museografía. A no ser que haya un museógrafo que venga. Y hay que decir que hay un museógrafo porque suena bien.

A Pregunto esto porque recuerdo otra galera que está empezando y ellos hacen de todo

AG Pues lo jerarcas y galeristas hacemos de todo, yo cuelgo, veo aquí, allá...por lo general el 99% de los galeristas hacemos de todo. O sea tengo muchos colegas de muchos años en este oficio y hacen de todo.

A De todos los artistas que me mencionaba y los que usted representa, hablando digamos, de una relación laboral ¿usted cómo lleva esto, hay contratos escritos, la relación es de palabra?

AG Mira, en esto, se ha tratado de hacer contratos, formas... como dicen aquí “papelito habla”, pero es muy ambiguo. Hay un gran caso de Roger Von Gunten cuando llegue a Televisa que le hizo ese contrato y pinto una porquería de cuadro y ¡listo! Eso más vale llevarla en paz. Yo creo que la relación galerista-artista es como cualquier relación, muy tormentosa, muy amorosa y con muchos altos y bajos. Pero lo importante es que se va creciendo. Y llega un momento en que la galería no puede hacer más nada por el artista o al artista no le interesa estar más en la galería. Más vale ir por la paz.

Yo tengo la suerte de que con Carbonell trabajo hace 23 años, con Cortázar también, con Hugo Lugo ya llevo ocho años. Por lo general parece que soy bueno, logro resultados y hago cosas. Soy un hombre fiel digamos, pero con todos, no de uno.

A ¿Maneja algún criterio para que algún artista forme parte de sus representados?

AG Bueno, nosotros nos dedicamos más que nada a la neofiguración. Somos especialistas en neofiguración. Entonces como me gusta tener cosas de vanguardia, yo siempre en mi dificultad estuvo mi oportunidad. Como no soy de acá, siempre trate de traer cosas que no hubiera acá y me fue bien. Entonces este es un tipo de arte que acá no se ve y lo valoran mucho; y como hoy el mundo es más plural, la gente lo ve en otro lado y lo busca y soy yo el que lo tengo. Seguramente después otra galería se unirá, traerá algo de este tipo

A Ahora, la pregunta incómoda... Previo a una inauguración, ¿Cómo maneja usted las cuestiones de venta, no quiero saber números sino porcentajes?

AG Las galerías tienen un porcentaje de la venta. No es un secreto, somos comisionistas. Depende el artista, la producción, si tú eres un fotógrafo y le haces la producción, evidentemente la producción es tuya. Todo esto es muy variable, no tiene una lógica, no es un negocio. No hay un porcentaje, no es una cosa estipulada, depende el cliente, si hay muchas obras buenas, hacemos esto, lo vemos, lo repartimos así, se habla.

A Podría platicarme de algún ejemplo de posicionamiento de algún artista, ya sea en medios...

AG Si quieres que te platique, está muy fácil lo mío. Imagínate, tome a Santiago Carbonell y a Roberto Cortázar en el año 1988-89 y hoy son grandes firmas y todo, se hizo a través de la galería. También Hugo Lugo que es un éxito reciente. Las buenas galerías por lo menos tienen que tener en el escaparate, un artista. Yo voy por dos modernos y un contemporáneo. No vamos mal, o sea, posición: mucho trabajo, mucha exposición, muchos medios. Yo no creo mucho en los medios pero el medio si ayuda, las notas y todo eso y hacíamos muchas. Hoy ya cambió porque es mucho el discurso del internet, las promociones las puedes hacer más fácil.

A Dejando a los artistas un poco y viendo que la galería como un establecimiento comercial. ¿En este sentido existe alguna dificultad con esto? ¿Existe alguna diferencia entre abrir una galería de arte y una zapatería?

AG Es lo mismo. Tengo que pagar impuestos, sacar el permiso de uso de suelo, tener un matafuego, etc. El hecho de ser una galería si tiene un marco de promoción cultural, pero en los impuestos es lo mismo. Hemos luchado mucho para poder pagar en especie y que se yo, pero no han querido.

A Y en las inauguraciones cuando hay alcohol, ¿no hay problema?

AG No, porque es una vez cada dos meses y tampoco es borrachera, se sirve un poco de vino. No es un bar. Problemas que tenemos como cualquier establecimiento

A En la página web, vi que lo que puede caracterizar a su galería de otras que están en la ciudad es "el excelente trato, la relación con el artista y el espíritu nómada" podría comentarme sobre esto.

AG Si, tenemos el espíritu nómada. De hecho hacemos 8 a 10 ferias por año, más todo lo que hacemos. Y nos caracterizamos porque también tenemos artistas de ese espíritu. O sea, yo creo que en el movimiento hay toda una historia, esto es una idea mía, no quiere

decir que a otro que esté sentado en su galería le vaya mejor que a mí. Vuelvo a lo mismo, la pasión, no vocación sino pasión. Vocación tiene un doctor que cura a la gente y es un santo, nosotros somos pasionales.

A Esta idea del arte como inversión. Un galerista me comentaba que nunca pierdes, podrá subir pero nunca baja.

AG Es muy bueno, ¡créeme que es muy bueno! Tu dinero siempre está. Justamente México está lleno de historias de la abuelita que compró el Diego Rivera en \$300 dólares y el nieto lo vendió en qué sé yo, un millón o 300 mil dólares en Shoteby's o Christie's. Lo que si para eso estamos nosotros, hay que tener mucho cuidado y te hago mucho hincapié en ello: el famoso dealer. Nosotros los galeristas somos instituciones, que pagamos nuestros impuestos, que estamos a la calle, Tú me compraste un cuadro hace veinte años (hay mucha gente así), yo tengo todos los registros, sé lo que sucedió, sé como está, puedo revaluárselo o puedo vendérselo. Entonces somos una institución. El gran drama en el tema del arte en México y en muchos lados es el dealer. Porque va agarra una obra se la vende y por lo general venden cosas falsas y todo este tipo de cosas. Entonces hay que tener mucho cuidado. Cualquiera que quiera invertir o comprar un cuadro, pues que vaya a una galería, hay muy buenas galerías en México. Yo tengo muchos amigos que se dedican a lo mismo que yo y sé que son serios, como yo soy serio. Hay una señora que me compró un Carbonell en el año 92, una pieza maravillosa. "Quiere venderla, usted me pagó tanto, yo le consigo tanto" "Perfecto" En unos días se lo vendo, no hay problema.

A La idea del mercado del arte, negativa....

AG Lo han satanizado, porque le conviene a los dealers. Si yo vengo acá y te vendo un cuadro. Yo estoy cansado de la gente que dice "hay me vendieron este cuadro y me dijeron que..." Señor, este cuadro es falso. Si yo te vendo un cuadro falso, yo estoy acá desde hace 23 años. Como hay otras tantas galerías que están desde hace mucho. Está lleno de historias así, desaparecen, se van, vienen. Con nosotros hay un respaldo, somos una institución, una empresa.

A Tiene que ver con esta idea que hacía el mercado secundario, entre el artista...

AG Es tan chistoso el tema. Mucha gente viene y me dice "me ofrecen un fulano a tal precio" Haber déjame ver – les digo. "Pero es falso y es muy barato". -Pues no me preguntes, cómpralo. Es como gente muy obsesiva, no sé. Como el cuento de los carros que los compraba la viejita para ir al mercado y el carro tenía 200 mil kilómetros y también

esta señora que no sabe lo que tiene. Hay como anécdotas que son repetidas y la gente sigue cayendo, pero contra eso no podemos hacer nada, simplemente podemos estar y seguir estando.

A Se refiere a una profesionalización del medio...

AG Exacto. Tú vas a un banco y es lo mismo

A Entonces ¿usted está de acuerdo con la idea del arte con su doble acepción de mercancía y objeto de valor simbólico y cultural?

AG Yo creo que es un objeto estético, por lo general se compra para el disfrute, pero tu dinero siempre está bien invertido. Ahí es donde está la asesoría, un buen certificado. Si a mí me llega algo con un certificado de buena galería, yo pregunto a la galería, ¿este certificado es tuyo? –Sí. Sé que es bueno, no tengo más que pedir.

A Usted como ve a estos nuevos agentes que están apareciendo en el mercado: asesores independientes, casas de subastas y todo esto que hace más profesional el medio pero ¿cómo impacta esto su negocio?

AG La casa de subasta puede llegar a ser un apoyo, por ejemplo yo también compro. Si veo una oportunidad, la compro. Movilidad, crea más mercado. México tiene un buen mercado, de los países de aquí para abajo es el más fuerte. Y si no escucha al ministro de economía que está muy bárbaro.

A ¿Qué tendencias o cambios ha observado en los últimos 10 años?

AG Como te venía diciendo... empezamos con el arte moderno, la neofiguración las transvanguardias, se ha ido cambiando y ahora estamos paseando por el arte contemporáneo. Son las tendencias, el arte se relaciona también con la moda, con el diseño; que siempre lo estuvo lo que pasa ahora es que hay mucha más forma de saberlo. Y también hay muchos más artistas, hay mucha más gente joven haciendo cosas, hasta un cocinero es un artista hoy, no digo que nunca lo fue pero antes nadie lo sabía. Y es un arte, de hecho todos los grandes pintores son grandes cocineros. Hay un término del arte moderno que decía “que con un buen cuadro se tiene muy buena cocina”. Si, porque es una preparación, hoy ya no porque se trabaja de otra manera, se trabaja con medios electrónicos, tiene muy buen programa, decís.

A Me podría hablar de sus proyectos que tiene a corto y a largo plazo

AG Tenemos el 31 de enero presentamos a Mónica Dower, artista joven ganadora de la beca del FONCA, dos veces, vivió en París y presenta unos videos, pintura, grandes formatos. Es una artista contemporánea, joven y que su próxima exposición el 31 de

marzo. Después cerramos la de Xevi y después nos vamos a MACO que es antes de Semana Santa. Después ya tenemos también lo de Houston, después PINTA Londres que es otro gran escaparate en junio, Venezuela... todo un programa, y Nueva York y Miami. Y Vamos a presentar en mayo un grupo de artistas figurativos mexicanos jóvenes, con una presentación de Roberto Cortázar. Y después tenemos la presencia después de septiembre de Ana Mercedes Hoyos, que es la gran artista colombiana y con todo lo que hicimos ya me canse.

A La página de internet, las redes sociales, facebook, etc. ¿Qué lugar le dan para la difusión y promoción de sus artistas?

AG Obviamente es importante porque el mundo se está moviendo en eso. Como te decía al principio: si un señor ganó una presidencia por facebook y ahora se acaba de hacer una revolución en Medio Oriente por facebook, entonces sería muy inconsciente pensar que no son importantes. Son medios, yo los utilizo como tal, son medios. Para mí, yo estoy en la generación que cuando va a comprar por la computadora, todavía está empezando. La gente cuando empezó la computadora estaba reacia, hoy las máquinas tienen otra resolución. Ahora tú ves un cuadro acá y se ve mucho mejor.

A El proyecto de la Suprema Corte, ¿es un proyecto de Carbonell o ustedes (galería) lo gestionaron?

AG No, eso fue la Suprema Corte lo vio con nosotros y lo llevamos con él. En esa cuestión la Suprema Corte ya se tuvo que arreglar con él, pero si lo gestionamos nosotros, somos su representante, vinieron a preguntar a nosotros. Pero ese tipo de proyectos ya se manejan de otra forma, volvemos a lo mismo.

A He visto estas nuevas estrategias que he visto y que funcionan como un plus muy interesante. La galería Le laboratoire, estaba viendo que tiene cuadros de sus artistas en la serie de televisión XY de canal 11. Que no toda la gente los reconoce, pero...

AG Yo he decorado las obras de José Alberto Castro que es un productor de Televisa y hace telenovelas y bueno, a "Teresa" le preste un cuadro. Lo que pasa es que eso es presencia, no creo que tenga mayor impacto. Propongo a la gente que va. Todo suma, yo soy de la idea de que todo suma, vas haciendo. Y como leíste que me gusta la acción-generación y el movimiento, ir, venir, pues pasan más cosas que estando sentado. A mi mesalio siempre así. Hay otros que se quedan sentados y le va mejor, pero bueno yo tengo mi forma. Mi pasión así me lo indica.

A Casos que han tenido mucho tiempo en la ciudad de México como la GAM -que tiene muchos años-, con otras galerías que de repente salen como la Refaccionaria que a pesar de que sus directores estaban en el medio y son gente importante y que ha trabajado en varias instituciones ¿A qué cree usted que se deba que haya galerías que no duran mucho tiempo en el mercado?

AG El que sabe cómo manejarlo. Como todo es un negocio, hay que saber cómo llevarlo adelante. Por ahí muchos como el que ahora que nombraste, son muy idealistas, o la Panadería. Un artista no puede manejar una galería. ¡Ojo! la Panadería fue un gran proyecto, muy buen proyecto. Por lo general esos proyectos sirven para marcar una tendencia o una época, no son proyectos comerciales. La galería es un proyecto comercial, por eso tenemos artistas que quieren vender suficiente ¿quién va a vender la obra del artista? El artista que vende en su casa no tiene respeto, claro la gente va y le compra pero no tiene respeto. O sea, yo justifico la inversión de mis clientes. Y valorizo a mi artista, por eso invierto dinero, por eso es un negocio.

A...pero abren con esta figura de la “galería” pero no se pueden sostener otras cuestiones, o como usted lo dice que es un negocio y a lo mejor no es tan rentable a largo plazo. Pero quizá ahí viene esta inocencia, ya que podría abrir como proyecto cultural o espacio de exhibición.

AG Pero también está bien y yo creo que esas cosas son validas, son más románticas y más idealistas. Y también necesitamos eso. Y de la Panadería tengo un libro que compré y que me encanta y ha habido proyectos maravillosos. Todo suma, es un ir y venir, es una cantidad de cosas que suceden.

Lo de la Suprema Corte, es una buena plataforma, pero no es muy buena si el artista no la hace, lo otro lo hacemos nosotros, pero esto es el artista. Estas ante un artista que es capaz de hacer un mural de este tipo. Y no sé qué tan bueno sea, pero ha tenido una idea sensacional. Son artistas de cuarenta, cincuenta años que han hecho Historia, le han dejado al país algo, queda eso ahí. La Suprema Corte, hay dos –de los demás no vamos a hablar-, está Cauduro y está el maestro Carbonell, son murales impresionantes, ¡los dos son de un tipo! Y la magia de Carbonell, es que todo esto es que lo hizo con un pincel fino, es como él pinta su obra no es con brocha gorda. Todo esto es Historia (señalando catálogos de sus artistas y de Roger Mantegani). Son cien cuadros que vendimos nosotros.

Sigo apoyando artistas Hugo Lugo, Demián Flores, y son muy jóvenes y yo no soy joven. Tengo un espíritu joven. Lo que pasa es que yo y muchos vivimos de esto, pasa que este negocio tiene tantos vericuetos.

DANIELA ELBAHARA (Yautepec)

A. ¿En qué año se crea Yautepec y cuáles fueron los motivos que los llevan a abrir una galería de arte contemporáneo?

D. Pues esa historia está muy sencilla y a la vez, no.

Tatiana Mussi, que es una amiga mía, un día llegó a mi casa a platicarme que su familia tenía una casa en la Condesa y que estaba abandonada. Entonces, ella es artista y lo primero que se le ocurrió fue –Oye, pues que te parece si utilizas la casa y que sea un espacio alternativo para hacer expos, (pensando en ella y sus amigos de la Esmeralda). Yo me dedicaba a la producción y Brett al diseño web y a la programación. Y pues estábamos recién llegados de Nueva York. Entonces, fui a ver la casa y está estaba en malas condiciones porque llevaba 10 años en desuso, pero como que le veíamos el potencial, más no sabíamos cómo hacerle, porque no teníamos dinero para invertir en arreglarla, pasaron como cuatro meses en los que estuve platicándole a gente que estaba esta casa y que ¿ qué hacíamos? Y llegó José García de Proyectos Monclova que es mi amigo desde Monterrey –porque yo soy de Monterrey- y me dijo que justo se acababan de salir del espacio que tenían en la calle de Frontera -estuvieron en las calles de Orizaba y después en Frontera-.

Me dice –Necesitamos un espacio porque tenemos una expo que tenemos que hacer ¿qué te parece si te doy la renta de un mes y tú con ese dinero la arreglas? Y yo dije ¡pues va!

D Entonces arregle el primer piso de la casa en Yautepec # 103 y se realizó la primer exposición en enero 17 de 2008. Eso fue cuando empezó Yautepec. A partir de ahí surgió otra exposición comisionada por Alejandro Romero, un chavo que le dicen “el chicle” que era con quien yo trabajaba en una casa productora; y me dijo que necesitaba hacer una exposición de arte urbano y que todas estas personas que iban a participar eran creativos o directores de agencias de publicidad. Pues a mí me dio igual, era parte de mi trabajo y el lugar ya estaba habilitado más o menos, entonces se armo esa expo y causo conmoción, llegaron 300-400 gentes, visitas de niños de escuelas, publicaciones las que quieras –desde Glamour hasta la Tempestad. Entonces, desde ahí se genero el *boom* de Yautepec, a partir de ahí le siguieron una expo por mes.

A ¿Pero sólo lo abrieron para exponer trabajos de estas personas o si estaba la intención de ser un espacio de venta de arte contemporáneo?

D Si, yo de ahí dije: si se vende algo se cobra comisión y punto. Pero era para seguir arreglando la casa, no para ganancias. Y ¡vamos a ser ricos! A partir de ahí, pensé: no tengo que pagar renta, tengo tiempo suficiente como para trabajar y montar expos y apoyar artistas... y así fue, y se convirtió en lo que es ahora.

A ¿Qué estudiaste?

D Yo estudié comunicación y después estude una maestría en nuevos medios

A En la página veo que hablan de una misión ¿Cuál es está en el caso de Yautepec?

D La misión de la galería es exponer artistas jóvenes en lo principal mexicanos, pero también tenemos una visión internacional que demuestran destreza en cuanto a técnica, demuestran creatividad en cuanto a sus ideas y como estas ideas representan lo que está sucediendo actualmente en el mundo. Es decir, demuestran una reflexión sobre lo que sucede en su entorno. Y todo en conjunto pues, generando una pieza que le hable a la gente. Mostrar ese tipo de arte es la misión de Yautepec.

A ¿Esto va unido a algún tipo de público que a ustedes les interese llegar? ¿Nuevos coleccionistas?

D Como los artistas son jóvenes, obviamente va dirigido a la gente joven y la idea es que conforme los artistas crecen, el público crece con los artistas y se generan nuevos coleccionistas, o se genera un *awareness* de lo que está sucediendo, muy a parte de los artistas que ya están consolidados y es como una nueva propuesta. Es como los artistas de las películas, como los Bichir.

A ¡Que aquí serían los Kurimanzuttos!

D Y Gabriel Orozco y todo eso, en algún momento de la trayectoria de Yautepec, esperamos llegar a eso también y seremos los mismos. Así es esto.

A ¿Por qué se cambiaron de espacio?

D Porque Tatiana regresó de San Francisco y pues se quería quedar a vivir ahí, y como ya estaba arreglada y ya tenía como un modjo muy padre. Y pues decidió mudarse ahí y yo creo que era el tiempo justo para que Yautepec se consolidara como una apuesta seria y profesional; y creo que el formato de cubo blanco ayudó, porque de ahí la gente la identifico como una galería de arte, y no como ¡una casa en donde me pongo borracho y eso!

A Háblame del programa de trabajo

D No es como que Brett y yo digamos –Ahora es diciembre, vamos a programar todo el año. La programación va sucediendo conforme se nos van presentando propuestas o

vamos viendo cosas en nuestros viajes, en las ferias y viendo artistas o haciendo visitas a estudios. Entonces, casi siempre somos atrabancados en cuanto a programación, o sea, nos emocionamos y cuando sentimos que algo debe de estar ahí, pues intentamos amarrarlo. Ahorita ya está programado todo el 2011 y ya hay una expo para el 2012. Somos de los que si queremos algo, le decimos al artista –Va, ponte a trabajar. Una expo requiere de muchísimo trabajo y somos bien celosos con nuestra onda, entonces yo siempre pido que las piezas no hayan sido mostradas en otro lado, o que trabajen en piezas nuevas.

A ¿Utilizan ustedes algún criterio para que algún artista sea parte de Yautepec?

D No tenemos así como las líneas claras de qué es lo que buscamos, pero si tu te fijas bien en el roster de Yautepec y de los que representamos, todos son bastante similares en cuanto a temática, de hecho a veces la gente cree que el arte que mostramos es muy conceptual por lo general. No son piezas como un cuadro o un dibujo que puedas colgar en la pared, no siempre es algo muy vendible. Es obra bastante reflexiva, bastante obvia en cuanto a política, a temas antropológicos y pues un poco negativa ¡Es lo que está pasando en el mundo! Nos fijamos en la utilización de diferentes medios para transmitir una idea, mucha gente usa *ready made*, no siempre pintan, es como muy variado y casi ninguno de nuestros artistas estudio arte.

A Brett ¿Qué estudió?

D Brett estudio en UCLA o USL, Estudios Internacionales, y luego una maestría en MIV, en Interactive Communications Program de la escuela de Teach. Y yo en la New School, que es Nuevos Medios y Arte Electrónico. ¡Si, el futuro!

A ¿Cómo manejan ustedes la relación laboral con sus artistas? En el sentido de porcentajes de ganancias ¿Existe algún contrato?

D Varía mucho. Nunca hay contratos, como que a veces nos lamentamos (y se las lamentamos) porque ya hemos tenido distintas situaciones. Hay artistas que ya tienen piezas hechas que se las hizo otra galería como Joaquín Segura, entonces nos la prestan para la expo, y si es que se llega a vender pues ya vemos porcentajes con la galería, pero depende. Otra, si un artista llegó y tiene una propuesta de hacer una expo y todavía no ha producido nada; nos tiene que hacer un presupuesto, se lo tenemos que aprobar, nosotros le pagamos la producción y en esos casos, se divide; es decir, primero le ponemos un precio en el cual el artista gane lo que él considera que debe ganar, nosotros le aumentamos un 50% y de ahí le quitamos el costo de lo que costó producir la pieza. Se

vende y, lo primero que yo recupero es mi inversión. e inmediatamente que entra la lana, aunque sea en pagos (ahorita la gente paga mucho así), la mitad se la deposito directamente al artista y la otra mitad me la quedo yo. O sea, nunca hemos jineteado el dinero, hasta la fecha nunca ha habido queja, yo si considero que si hay que pagarles para que sigan produciendo y puedan vivir y no estén preocupados.

A ¿Cuántas personas trabajan en la galería?

D Brett y yo

A ¿Ustedes hacen todo...?

D Sí, nosotros pintamos, nosotros curamos, barremos, etc. Sobre todo, lo que sucede expo tras expo es lo siguiente: si el artista viene de fuera es una labor más difícil, porque tienes que buscar dónde se quede (muchas veces se quedan en mi casa o en casa de Brett), la última artista se quedo en SOMA, pero fue como un trueque, tuvo que dar una plática. Hay que sacarlos a pasear, presentarlos con gente del medio. La prensa yo la hago, le llamé a todos los medios y los convoque, agendo entrevistas, etc. Brett hace el montaje y pinta, entre los dos platicamos sobre el texto curatorial, él lo escribe, yo lo traduzco; él programa la página, la diseña. Yo cobro, yo vendo. Todo él y yo.

A En las cuestiones fiscales y legales de la ciudad, no hay una figura de galería cultural. Ustedes tienen las mismas obligaciones fiscales que un restaurante. ¿Cómo ven ustedes eso?

D Aquí entre nos, no estamos dados de alta, porque ¿Qué voy a pagar si la verdad no tengo flujo de efectivo aún, y no se me hace como que yo tenga que estar dándoles cuenta de esto? Claro, si eres un negocio como Kurimanzutto u OMR. Aparte considerando que el arte es deducible de impuestos, pues sí. El arte es un lujo pues, no cualquiera puede comprar algo, ni aunque cueste 500 ó 5000 USD ¿Por qué voy a comprarlo si me puedo ir al cine o a cenar con mi novia? Espero poder explicarme.

No estamos dados de alta, lo planeamos hacer el año que viene; pero esto es a partir de resultados de este año ¿Por qué? Porque yo quiero instaurar ya la tarjeta de crédito, porque siento que la gente se suelta más con las tarjetas; entonces les dices -5 mensualidades sin intereses, chan chan y ya los amarras. Y eso funciona también en las ferias, pero cuando no tienes esa facilidad para el cliente, es más difícil agarrarlas y sacarles el dinero.

A Y estas cuestiones de cuando hacen inauguraciones ¿Tienen problemas con la delegación?

D No estoy para decírtelo, ni tú para saberlo. La verdad es lo más sencillo del mundo, es un lugar privado –una galería privada, y sí, está abierta al público- y tú has visto como se pone la situación. Llega cualquier tipo de gente, el problema es que la gente luego se sale a tomar a la calle y esto no está permitido en ningún lado, aunque tengas permiso de la delegación. Es ilegal. En ese caso, tengo que salir a hablar con el oficial, darle una botella, pero todo esto es como para que nos “cuide”.

A ¿Cuál es su estrategia para posicionar a un artista?

D De entrada, las ferias son muy caras y son una inversión, son como un volado; o sea, como una apuesta, no sabes si vas a ganar o a perder, porque las ventas dependen de muchas circunstancias. Ves mucha subjetividad de cómo se siente la persona cuando ve el arte en un stand, después de haber visto un chorro de obra, es bien difícil. Entonces, las feria que se debe de hacer, es la de aquí (MACO), ya que no gastas en viajar, en transporte de obra. El año pasado y este, son nuestras primeras experiencias en MACO. También hicimos otra feria el año pasado en San Diego que la verdad estaba muy barata, y la verdad, lo barato sale caro: no vendimos nada. Lo que hay que hacer es investigar ¿Qué tipo de feria es? ¿Qué tipo de gente va? Y pues fuimos a San Diego y era súper conservador, decidimos poner la bomba de Daniela Edburg y luego el tapiz de Artemio y las metralletas. Todo mundo decía ¡Órale, que cagado! Pero nadie compro. Este año vamos a hacer MACO y la otra que vamos a hacer si no va bien es NADA en MIAMI, es como la feria *hip*, la que sigue después de Basel, que van empezando pero con buenos artistas.

A ¿Daniela Edburg está con ustedes?

D No la representamos, vendemos lo que tenemos de su exposición, pero a ella no la manejamos nosotros porque la maneja Kunsthaus en San Miguel de Allende y en Miami

A Platicame. ¿Tú ves alguna tendencia actual en el Mercado del arte, algún cambio en relación a nuevos agentes que compiten con ustedes?

D Competencia directa, no creo. Vamos a ubicarnos. Abrir un espacio aquí es mucho más difícil que abrir en Nueva York, porque hay miles de galerías allá. Aquí hay muchos museos, más que en Nueva York, por esto es más fácil aquí. Lo que pasa aquí es, que como no hay tanto público para que te compre, pues como que tú te lo tienes que inventar. Yo siento que nosotros no tenemos competencia directa porque a la gente a la que yo le vendo son mis amigos y mis familiares; son los más cercanos a los que puedo convencer, en un convivio, en una carne asada. De repente, me empiezan a decir ¿Qué

onda con GAGA, con talCual y los que están por aquí? Y yo digo que no tiene nada que ver porque GAGA tiene el apoyo de Taco Inn y traen artistas que en Nueva York son súper alabados como Claire Fontaine, tienen así como big leagues que salen en ArtForum y yo tengo pues artistas mexicanos y los extranjeros que traigo son artistas hiper jóvenes. Eso es lo que nos distingue. Entonces no tengo una competencia directa.

Y de tendencias....pues pues casi todos tienen similitudes en cuanto a temas porque el mundo está en una transformación de que la economía está muy mal, el medio ambiente está muy mal, la política, todas las teorías de conspiración; eso, tú lo ves en cualquier espacio, es decir, es lo de hoy en el arte contemporáneo

A ¿Cómo ves tú el que las galerías abran y a los dos o tres años, desaparezcan? ¿Les afecta esto?

D Tener una galería es bien difícil, cuando no eres millonario. Los gastos fijos son altos, sobre todo cuando pagas renta. Antes teníamos un empleado y lo tuvimos que despachar, porque teníamos que pagarle a él, pagar la renta, pagar los servicios, la próxima producción de la exposición, pagar las comidas, pagarle a los meseros del *vernissage*; todo es un costo que hay que pagar. Que bueno, a la larga retribuye. Pero de otras formas, es como el marketing que aquí le tienes que hacer y que no lo ves reflejado ahorita pero es un negocio a largo plazo. Porque lo que tú tienes que reflejar es confianza, para que se solidifique un proyecto. Porque no es sólo “ya llevó un año, ya me van a comprar porque estoy colgando cuadros en la pared”; ¡No! es que digan “estos cuates, se dedican a esto y van a seguir produciendo su marca y van a seguir creciendo su estilo y van a seguir explorando; o sea, no se va a devaluar” Otra cosa, el arte es malo verlo como una inversión. Porque en principio, yo siempre le digo a la gente “Si me compras algo, no lo compres como una inversión, es lo más tonto que hay...cómpralo porque te gusta” es como una relación con alguien, lo vas a ver siempre (al menos que lo almacenes porque eres un coleccionista y no tienes ni dónde ponerlo). Pero lo compras porque te gusta, porque lo vas a prestar a un museo o porque lo vas a prestar a una exposición a otro lado. Porque tú estás apoyando algo que quieres promover, no porque sea una inversión. Sin embargo, el arte no se devalúa: si tú lo compraste a 5 pesos y, sube a \$10 o a \$20, está fregón; pero si no sube, de todas maneras no baja; a menos que tú lo quieras rematar. Pero es algo que tiene un precio que está certificado, que lleva un registro. Nosotros llevamos registro de todas las piezas que hemos vendido; a quienes se las hemos vendido, y ellos tienen su certificado de autenticidad. Todas esas cosas son

bien importantes, porque eso hace que la gente que la compra, sienta la seriedad, una exclusividad de que están comprando una pieza única, o de una serie que es de 5 o de 10 y eso, es lo que hace que el arte valga, que es algo especial.

A O sea, no son solo cosas “bonitas” para poner en la sala

D ¿Quién va a querer comprar una sogá? Si te fijas, ahorita en GAGA hay unos dildos, son variaciones pero son el mismo tema. Mis galerías favoritas en México, en la ciudad son: Obvio Kurimanzutto, ellos son como mis gurús; porque el espacio está increíble; porque su trayectoria es impecable; porque llevan 9 años y están en las ferias más importantes; porque son personas súper inteligentes, trabajadoras y propositivas. La segunda es Proyectos Monclova, porque son mis padrinos y porque van por el mismo camino de la Kurimanzutto; y después de ellos viene siendo GAGA, por lo mismo; porque es un arte que trasciende internacionalmente, que no necesariamente tiene el mexicanismo. Aunque en realidad los artistas que yo tengo son súper mexicanos, y se nota que sí es arte mexicano, pero a la vez puede ser de cualquier otro lugar. Esas son las galerías que yo más respeto. Y Brett, también.

A Ya para ir cerrando ¿Cuántos metros cuadrados tiene el espacio actual?

D 120 mts², incluyendo el mezzanine que está arriba. Ese espacio era antes un taller mecánico y tienda de auto estéreos (luego te mando fotos), estaba horrible, un jacal lleno de grasa; no tenía cancelería y tuvimos que invertirle como cien mil pesos para ponerle tabla roca a toda la pared. Porque todo era concreto y no puedes martillar nada y los dueños no querían porque dañan la estructura. De ahí, lo fuimos arreglando y si Dios quiere (y la economía), próximamente haremos una estantería, una tienda de múltiples, como la del 52. Que viene siendo arte a un precio más accesible y vamos a poner una tienda en línea de productos de diseño y arte.

A ¿Tienen proyectos a largo plazo?

D Si, claro. Yo estoy viendo eso de la mercancía que queremos vender y principalmente, son cosas que nos gustan de gente que conocemos aquí y en otros países; gente que se dedica al diseño de moda, a la bisutería, a la escultura, a publicaciones, fanzines... cositas que pueda comprar y que no necesariamente te van a costar diez mil pesos. Que puedas comprarte una foto de Daniela Edburg chiquita, para que empieces a agarrarle el gustito a comprar arte. Considero que todo tiene que ser gradual en la vida, con la fuerza con la que empezó es la fuerza con la que va a terminar. ¡Espacio, pero seguro! Así es como lo hacemos nosotros. No es como que llegó un inversionista y nos dio un bonche de

dinero y nos hicimos grandes, como por ejemplo: LABOR. Porque Pamela lleva años trabajando en esto, estaba en el OMR, dirigiendo la galería; que antes era la más importante aquí, pero que ahora es como de dinosaurios. Pues obvio tiene a la gente que conoció, ya tiene hasta ahí. Nosotros empezamos desde cero, Brett y yo no conocíamos a nadie. Brett es de Chicago y yo, soy de Monterrey. Nada que ver. Todo empezó desde cero.

A Y eso le da otro saborcito...

D Pues nos respetan, tú sabes. Por haber empezado así. Nunca pensamos que haríamos eso y ahora resulta que Yautepec... y es mucho batallar. Porque yo tengo un trabajo aparte y Brett también. Aun así estamos en la friega y seguimos con el proyecto, queremos que sea el negocio de nuestra vida y que eso pague nuestras cuentas. Pero como cualquier otro negocio, no puedes esperar ganar mucho desde el principio. No se puede, tienes que generar la clientela.

Respecto al financiamiento. Solicitamos unos préstamos a los papás de Brett. Y fue con contrato, sin intereses, pero en cuanto la galería empiece a tener entradas grandes, se le tiene que ir liquidando la deuda. Principalmente, las deudas son las de las ferias, porque son inversiones de dinero que no podemos sacar. Porque imagínate: salir a trabajar para pagar la renta de tu casa y, aparte para sacar el dinero para pagar la renta de la galería y la producción de la expo, es decir, es un chorro de dinero.

Por eso, cuando entra un artista, se le dice "yo quiero exclusividad contigo, necesito un contrato para que no me vayas a poner el cuerno. ¡Quieres estar aquí, vas a estar aquí. Si no quieres, pues no estés aquí! Pero no me hagas perder el tiempo, ni mi dinero". Si yo te voy a representar, todo tiene que pasar por mí, no es de que tú el vas a vender a un amigo. Mientras ustedes estén aquí y arriba en mi página web todo el tiempo, no se me hace justo que tú vayas y le des otro precio a alguien más y vendas por fuera. Porque me voy a enterar. ¡Y me entero! Ya corrí a tres artistas por eso. Y si. Se las mente y yo soy la más mala del mundo. Pues yo no le debo a nadie y no tengo ningún reparo en decirles que se vayan a la fregada, porque no se me hace justo.

A Joaquín Segura no le hemos vendido ni una pieza, pero qué tal en cuanto a Gestión. Una galería no nada más significa que les voy a vender cosas, significa apoyo para ti (artista); yo a la semana veo a dos de mis siete artistas, son como mis hijos. Tengo que ir a ver qué están haciendo; cuáles son sus inquietudes; que me platiquen qué les paso en su semana; son personas con una sensibilidad y necesitan que los escuches y que los

guías. Y luego te dicen “fíjate que se me ocurrió esto” y entonces; yo me pongo a pensar: “pues podemos pedir un patrocinio y podemos sacar dinero de aquí o de allá”. Yo soy como la productora y ellos los directores.

A Ustedes son en realidad los que crean la carrera de un artista y lo posicionan...

D Pon tú, ahorita Brett y yo estamos actualizando nuestras bases de datos (directores de museos, curadores), haciendo portafolios, enviarlos, propuestas de exposiciones fuera ¿para qué? Para que los artistas circulen y no nada más se queden estancados en una página web y con una sola exposición cada dos años. Esa, es la labor de un galero, no nada más vender.

A Ustedes no tiene sólo esta visión del arte como mercancía, sino también como objeto y material simbólico (Bourdieu)

D Si yo tuviera la visión del arte como mercancía, ni me dedicaba al mercado secundario, como lo he tenido que hacer últimamente; y pues te vendo un Friedeberg como te vendo un Dr. Atl, como te vendo lo que me des y yo me pongo a pensar a quién le puede interesar un Leovigildo de Oaxaca, pues lo muevo. Pero lo que yo represento no tiene nada que ver, las ventas son bien bajas. Yo creo que por exposición, en promedio, vendo una pieza de doce y con eso ni siquiera pago la inversión de la producción, por ello tengo una bodega llena de obra que tengo que estar moviendo.

A Es decir, ¿La galería no es el único lugar dónde vendes las obras? Tú, te reúnes con un coleccionista, tu grupo de amigos, etc.

D No. la galería es el espacio físico, pero el proyecto es promover, gestionar, mover arte y apoyar artistas ¿Cómo? A través de mis conectes, de mis relaciones. Yo, todos los días salgo –no me agrada tanto-, imagínate: tomar todos los días, desvelarte todos los días; todo esto es lo que uno tiene que hacer para hacer relaciones públicas, para ver si hay más clientes, porque tú nunca sabes. Si te fijas, yo nunca acudo a tantos eventos de arte como Brett, más bien nos dividimos

FERNANDO MESTA (House of Gaga)

A ¿Cómo te involucraste en el medio artístico?

F Yo empecé a trabajar cuando me fui a vivir a París cuando acabe la prepa y por circunstancias de la vida terminé en una galería de arte contemporáneo en París; que en ese momento y ahora sigue siendo una galería muy importante que trabaja con toda la generación de la estética relacional. Terminé ahí, trabajé 99-2000, un año; y cuando regresé a México empecé la carrera de Comunicación, entonces un artista de la galería en París (que había sido maestro de Gabriel Kuri) y la galería le dijeron que me había regresado a México, que me buscaran, que nos íbamos a caer muy bien. Y a los seis, siete meses que llevaba yo aquí, me habló Kurimanzutto para ver si quería yo trabajar con ellos (cuando ellos llevaban dos años). Y trabaje con ellos un año, después termine de trabajar con Kurimanzutto y abrí un proyecto que se llamo *Perros Negros* junto con Adriana Lara y Agustín Ferreira, en el que justo nos interesaba trabajar con una serie de artistas que no estaban representados en México y que no iban a estar representados por su forma de trabajar.

En México hay una cosa que pasa, se exponen en los grandes museos a los artistas consolidados, hay un circuito de jóvenes que pasa mucho, pero había como un momento de ciertos artistas que no estaban representados y que nos interesaban mucho y dijimos ¿qué hacemos para trabajar con ellos? Y empezamos *perros negros*, que consistía en invitar, hicimos fanzines, discos, libros y residencias de arte; venían como veinte, treinta artistas a vivir en México y hacíamos una exposición con ellos. Y después de cuatro años (2003 y 2007), era un poco cansado, pero ya no se estaba volviendo viable buscar patrocinios para cada proyecto y nos estábamos dando cuenta que las exposiciones que hacíamos, lo que producíamos, acababa vendiéndose en galerías y estaba entrando en un circuito comercial y dijimos -¿Por qué no ser parte de eso? Al cabo la parte que es de trabajar con los artistas, que es la que más nos interesa va a seguir estando ahí, o sea, no está peleada la parte comercial con la parte creativa, y de hecho, justamente se puede volver un proyecto viable. Entonces, en un momento hubo la idea de hacer *Perros Negros*, la galería. Pero luego Adriana, que es artista dijo –Sabes, yo prefiero quedarme con *Perros Negros* y que tú abras la galería con otro nombre, ya que yo no creo que me pueda involucrar en la galería. Y abrí *Gaga* en a principios de 2008, enero de 2008, después de cómo ocho meses de planearlo.

Y había trabajado en varias galerías, había hecho varias ferias, me había encargado de sacar copias e ir por los cafés, y relaciones públicas, o ventas, e hice cuatro o seis ferias con Kurimanzutto y Air de París. Y por otro lado como que con Perros Negros trabajé con los artistas que me interesaban, entonces ya estaba un poco lista, la lista de los artistas. Porque la última exposición con Perros Negros fue muy importante para nosotros, para mí, profesionalmente por la gente que conocí. Y como se articulo de ahí, la galería. Así empezó, a partir de un proyecto no-comercial, fue algo bastante orgánico. Fue en el 99 que empecé en esto y ya tengo 12 años.

A ¿A quienes representas?

F Hice *past*, como que a mí la idea de representar, al principio era de, ya representaras. O sea, es muy raro: no te conozco, te quiero representar; entonces siempre la primera exposición era una especie de experimento, tirándole a representar obviamente, pero también sabiendo que estas cosas, pues tienen mucho que ver con las formas de trabajar y afortunadamente con todos los que he trabajado, los represento.

Mexicanos trabajo con: Adriana Lara, Guillermo Santamarina, José Rojas, Diego Barruecos, Fernando Palma y extranjeros: Claire Fontaine, Alex Hubbard, Alex Balta, emili Flumbath, Jay Kiv, Si le pones en *past*, ahí están todos los que represento ya. Pero a la primera a mi no me interesaba como empezar diciendo –Mi galería va a ser esto o esto desde el principio, porque no sabes que va a ser. A los mejor los primeros tres años es una cosa de experimento y te quedas con tres artistas, pero afortunadamente, las cosas se dieron bien para poder representar. Pero no quería establecerlo desde el principio, sino como quien dice ¡ganartelo!

A ¿Qué matiz o diferencia le das a tu espacio a diferencia de otros dónde has trabajado?

F Nos juntamos hace dos días casi veinte galerías con CONACULTA, estuvo súper interesante porque nos invito Consuelo Sáizar a ver en que nos podía ayudar. Bastante interesante y propositiva la mujer, mis respetos, la verdad. Y te das cuenta que al final, somos bastante parecidos, como que todos nos creemos que somos muy diferentes, pero somos bastante parecidos. Lo que hace tu galería es la lista de artistas y lo que hay diferente. O sea, Kurimanzutto quiere representar a su artista, quiere que este en colecciones de museos, quiere que la gente conozca a sus artistas, quiere que la obra se valore, que la obra se cuide, se resguarde siempre el patrimonio. Y a fin de cuenta, lo que notabas en la junta cada que alguien exponía sus ideas es que todos queremos lo mismo. Queremos que nuestros artistas vivan una vida decente de su práctica, queremos que

nuestros artistas se inserten en el sistema y creemos en lo que proponen. Entonces, lo que me diferencia a mí, es que esta lista de artistas viene a partir de estos experimentos de antes, y subí una lista de artistas que creo es la primera vez en México que empieza a haber galerías que ya no son una escuela de artistas mexicanos ¿si me explico? Pero ya es en general. Kurimanzutto ha empezado a procurar artistas de fuera, LABOR también. Poco a poco los porcentajes se están mezclando, eso me parece súper interesante; antes era, la galería que representa a “la ruptura”, la galería que trabajo con... Y ahorita todos estamos empezando a tener tanto una proyección local (una serie de artistas locales) que es muy importante, pero no nos estamos quedando solo con eso. También creo que, por ejemplo, Adriana está haciendo exposiciones con artistas que yo conozco; y luego otros trabajan aquí, o sea ya todos trabajan así. ¡El mercado es tan amplio! Los coleccionistas. Se forman como constelaciones, lo defino así. Y lo que veo es que cada quien tiene los suyos, o sea, cada quien tiene su grupo de curadores con los que trabaja, por eso siento que cada galería se diferencia en que cada quien se inserta en su grupo y cada quien trabaja con un grupo diferente. Y obviamente, siempre hay cosas compartidas, o sea, todos trabajamos con CONACULTA por ejemplo, pero también yo trabajo con una curadora en Francia y un curador en Suiza y con muchas galerías de fuera con las que comparto varios artistas. Siempre hay como estos circuitos que se hacen dentro del gran espectro que es el arte contemporáneo. Entonces ¿de qué me diferencio? Si es una lista que me diferencia y que la galería está abierta al público, cada vez me doy cuenta que las cosas que me diferencian, las puede ver si sigues el programa de Gaga. O sea, está en los artistas.

A Conectando eso, háblame de tu programa de trabajo.

F Empezamos haciendo cinco exposiciones al año, los primeros dos años. El tercero y el cuarto, van a ser seis, me parece. Generalmente, los primeros tres años fue primera exposición con cada quien y luego, el cuarto año, ya empecé a repetir, ya dio la vuelta y empecé a hacer como exposiciones de verano con artistas que no forzosamente están en la galería. Generalmente hemos participado en dos ferias desde que abrimos. Hemos hecho MACO, hemos hecho LOS ÁNGELES, FIAC, FRIEZE, TÚRIN y repetir todos los años. Y obviamente lo ideal sería acabar en BASEL, en MIAMI-BASEL. Es también a lo que todos le tiramos. Es un proceso y es llevártela con calma. Eso me interesa mucho, no tengo ninguna prisa, no quiero estar mañana en BASEL; aunque pudiera, no me interesa. Porque me interesa mucho como galería que si sea un lugar activado, que venga mucha

gente, entonces estar ahí para recibir a esa gente y que si se consume localmente por visitantes y por coleccionismo.

A En otras entrevistas que te han hecho, comentabas que considerabas que estaba surgiendo un coleccionismo de jóvenes ¿cómo ves eso?

F Yo, a fin de cuentas, tengo clientes muy fieles. Entonces los jóvenes no me han tocado en el sentido de que no se han traducido en una venta, pero si empiezo a ver mucho interés. Jóvenes recién casados que vienen con la esposa, etc. Si hay cada vez más. Empezaron nada más Jumex, luego colecciones en Guadalajara, aquí en el DF unas súper sólidas. Lo que es un hecho es que las colecciones de México cada vez más están al nivel de la que quieras en el mundo, la verdad, no le pedimos nada a nadie. Están las que son rigurosísimas de investigación, de posturas, como filosóficas, de catálogos de lo que está pasando. Si hay un acervo que se está formando en México muy impresionante.

A Daniela me comentaba que quiere implementar las ventas a crédito.

F Todos lo hacemos. Coleccionistas muy grandes y piezas muy caras. Antes creo que no se hacía tanto, pero cada vez más. Es una joda, porque te está entrando dinerito, entonces nunca le puedes pagar al artista y no gastártelo, esta difícil. Pero creo que todos lo hacemos y a todas nos interesa que a este mercado le interese. Porque si un joven ahorita está ganado X, quién sabe en diez años cuanto ganará. Y nos interesa que las piezas se queden con gente que las quiere mucho. De que se vaya a una bodega a que te la pague alguien en seis, siete pagos... pues me gusta la idea que alguien le encante la pieza que tengo y la ponga en su casa y la vea diario.

A ¿Y sobre el coleccionismo corporativo?

F En la junta que tuvimos estábamos platicando ¡No hay ningún incentivo para hacerlo! Y era lo que proponíamos. Pero ahorita AXA Seguros está empezando, Coopel, Jumex, a lo mejor VIP'S, pero compra mucho moderno. Pero todavía no es un fenómeno fuerte y serio, y no creo que se tarde. Si se hace un incentivo como IMCINE o ese tipo de formas de pagar impuestos y si compras obra. En Estados Unidos las colecciones de los museos se hacen porque Coopel (por ejemplo) dona esta pieza, hay muchas donaciones y aquí no hay incentivos para hacer donaciones. Estamos viendo como se soluciona eso.

A ¿Fue productiva esa junta?

F Increíble. Fue el lunes 27 de junio. Iba la GAM, iba ¿Alvizu? (unos señores grandes, muy interesantes), OMR, Enrique Guerrero, Kurimanzutto no fue, porque no estaba, al

igual que Monclova. Lo que estuvo increíble fue que todos tenemos las mismas necesidades.

A En Argentina existe una Asociación de galerías ¿Qué opinas de eso, crees qué serviría aquí?

F Estaría increíble porque cada vez te das cuenta que cada quien trae un rollo diferente, no estamos compitiendo tanto como a veces creemos. Y a veces hay esta idea de que hay una enemistad, pero no; cada quien trabaja con tres gentes, de la cual a lo mejor una trabaja con otra galería. Y es eso, ahorita que fue MACO, LABOR tenía una exposición increíble, MONCLOVA tenía una exposición increíble. La gente se fue muy contenta, en vez de venir a ver una muy buena, pues había seis galerías muy buenas. Fue interesante.

A ¿Cuántas personas trabajan contigo en GAGA?

F Somos tres. Y luego tenemos un transportista que nos ayuda a veces, un contador que nos ayuda a veces; o sea, como varios externos. Esos los vemos una vez al mes o cada dos meses, dependiendo.

A ¿Cuáles son sus funciones?

F Sigue definiéndose. Empecé yo solo, un mes; dije ¡ni madres, no puedo solo!, ni de chiste. Entro una persona y luego otra persona. La idea es que alguien se encargue de control de obra, que la obra esté bien, que la bodega este en orden, que los certificados estén bien, que las facturas estén bien; que la obra se haya ido y haya llegado bien, lo que es registrar. Lo he tratado pero luego salen tantas cosas y ese registrar hace otras cosas. La otra persona se encarga de producción, trata con los artistas, andar organizando, montando, es lo que he tratado. Y yo me encargo más de ventas, relaciones y el trato con artistas. O sea, yo hago la galería porque me encanta trabajar con mis artistas y me encanta vivir de eso y en eso. Es un trabajo de todos los días, no paras. Esta cabrón, viajas y tienes que ir a ver esto y esto. Igual los artistas, no paran de trabajar. Son profesiones que no tienen horarios.

A ¿Qué formación tienes?

F Yo estude en Francia, en Christie's; y luego aquí en México hice Comunicación en la Iberoamericana.

A ¿Nunca fuiste artista?

F De los 13 a los 15

A Cuando vendes obra ¿manejas certificados?

F ¡Si, claro! Te lo pagan, todo tiene que estar en orden, todavía no tengo un sistema. El sistema mero mero, es carísimo y; ahorita apenas lo voy a comprar pero todo está inventariado, registrado y certificado. Y tenemos clarísimo a quien se le ha vendido.

A Sobre la relación laboral con tus artistas ¿Manejas contratos o todo es de palabra?

F Todo es de palabra. También los contratos... tienen lo bueno y lo malo los dos, porque afortunadamente no he tenido ningún enfrentamiento, ningún percance y no dudo que lo vaya a tener; porque no hay nadie que esté exento de estas cosas. Pero todo es de palabra. Hay ciertas reglas muy claras: se comparte cierto porcentaje, se paga inmediatamente; porque a mí me intranquiliza mucho tener dinero. Porque pasa mucho como galería que en tu cuenta tienes lo doble de lo que es tuyo, entonces es muy tentador creer que es tuyo ¡No me dejarían! Yo creo que es una autorregulación mutua. También hoy en día todo es muy global que, si te metes una quemada aquí, te la metes y se sabe en todos lados. Todo mundo sabe que galerías no pagan, todo mundo sabe que artistas venden por su cuenta; ese tipo de cosas, se arman los chismes. Todos se enteran y si este artista se fue de tal galería a la otra...es un medio muy chismoso. La información fluye y eso, es bueno y malo.

A Sobre las estrategias ¿Tú cómo le haces a la hora de posicionar un artista?

F Yo hago la expo, también es importante que la galería sirva como un centro de documentación, o sea, mucha gente viene de fuera. Porque en México en dos años pasa todo el mundo. Desde la Tate hasta la Bienal de Turquía. La gente pasa todo el tiempo, la circulación es muy grande, entonces lo que haces es: ven un video, ven una carpeta. Que la información este lista. O sea, como galería, hacer la expo y que la gente vea la expo. Me interesa que la página refleje la expo, que sientas que viste la expo, esa es la aspiración. La parte de la expo, la parte de las ferias, que hay que estar siempre circulando y circulando la información, buscando que el artista pueda vivir de su práctica, que el artista y su propuesta circulen. Siempre teniendo la información lo más preparada, que es bien difícil.

A Sobre los porcentajes a la hora de vender

F 50% -50%

A ¿Estas dado de alta ante Hacienda?

F Si, por supuesto

A ¿Qué es lo más difícil y que tú consideras, debiera cambiar, en el aspecto fiscal, desde tu posición como galero?

F A mi me encantaría poder pagar en especie como galería, sería genial, pero si no, pues pagas los impuestos como debes. Yo hago mucha venta fuera, entonces no hay impuestos, pero hay IETU, que es una joda y sobre todo que ni los gastas, ni los ingresos son, el IETU te jode. Cuando te entran 2 y te gastas 10. Pero como a veces te gastas 30 y te entran 5; y luego a veces te entran 80 y te gastas 20. Es muy difícil regularlo así, entonces es difícil.

A Desde 1999 que estas en el medio ¿Qué tendencias o cambios has visto en el mercado?

F Hay más colecciones, hay más galerías, se ha profesionalizado y si ha habido pioneros, si hay artistas que han logrado meter a México en circuitos internacionales, si ha habido pioneros que han hecho cosas muy importantes para bien de todos. Hay hasta una industria.

A Y la tendencia parece sostenerse o ¿terminará en algún momento?

F Caben cierto número y hay cierto dinero que se gasta y... hasta internacionalmente..., entonces, de que caben más cosas, creo que hace falta una buena galería de fotografía por ejemplo, falta una galería como de los recién graduados. Que no sea tan solo de representar. Hay ciertas cosas que yo (siento) que faltan, por ejemplo, no creo que quepan veinte galerías más, porque no hay el mercado. Por ejemplo yo, con mi galería con las que tengo que ver mucho son LABOR, MONCLOVA y yo. Luego un poco más extendido, LABOR, MONCLOVA, yo, KURIMANZUTTO, OMR, luego un poco YAUTEPEC, ARRONIZ. Pero te digo, yo a ETHRA, no, porque son proyectos muy distintos, circuitos diferentes.

Seguro hay en Oaxaca, debe haber dealers y también en Monterrey debe haber doce, pero también en Guadalajara solo CHARRO NEGRO, la única que esta como circulando. A lo mejor me equivoco...y CURRO Y PONCHO. Hay galerías que están así, pero son los circuitos que están adentro, y te digo, yo con LABOR Y MONCLOVA hacemos proyectos, trabajamos juntos en ciertas cosas a veces. Con KURIMANZUTTO también, son buenos amigos. Hay como núcleos y núcleos que están dentro de todo y con gente.

A Y sobre estas galerías (que no tenían la intención explícita de ser un proyecto comercial), como la REFACCIONARIA, la PANADERIA ¿A qué crees que se deba que una galería no dure tanto tiempo?

F A mi me choca, porque muchas veces hay galerías que dicen “mi galería quebró porque era un proyecto muy poco comercial”, yo no estoy de acuerdo. O sea, hay gente que

puede comercializar un performance y hay gente que puede comercializar artistas muy buenos; o sea, es como también qué quiere cada quien. Es que es una friega y se vale que de repente te canse y que de repente quisiste hacer eso 5 años, por gusto. Es una friega y quizá la gente no quería aventarse la friega tanto. O te digo, a lo mejor son proyectos curatoriales que por un momento necesitaban ser de este tipo y fueron cierto momento y luego de ahí salió otra cosa. Tampoco nada es en vano, si quiebra y dura cinco años y fue algo sólido. Yo llegue a ver proyectos interesantes en la REFACCIONARIA, o la galería COMERCIO. Todo es bueno y tiene cierta duración. Yo cuando abrí, pensé “mínimo treinta años esto”, me gustaría, es mi plan, mi proyecto. Tu ahí mezclas, a lo mejor necesitas poner una pieza de este artista que se va a vender y luego, pues haces un caprichito y pones a este otro artista “que a ver qué pasa”, es saber mezclar las cosas, arriesgarse, ambas hay que hacerlas. Y eso de “mi proyecto fue tan experimental, que nadie lo entendió”, no estoy de acuerdo; porque cada quien entiende lo experimental distinto y negocia con lo experimental a su manera y es muy egoísta creer que eres tú el único experimental. KURIMANZUTTO ha hecho cosas muy experimentales o LABOR, yo, me gustaría creer. Es un término tan ambiguo, que tiene tantas interpretaciones. *Experimental, no-comercial*, todo puede ser comercial, ya depende que tanto tú lo quieres hacer así y trabajarlo para que así lo sea.

A ¿Qué es lo más difícil a lo que te enfrentas en tu profesión como galerista?

F Lo más difícil... para mí, es trabajar con los artistas, porque estás trabajando con gente muy sensible, con gente que se está exponiendo todo el tiempo, con gente que está en construcción de su persona, de su obra; entonces hay muchas delicadezas que son increíbles, es muy desgastante. Y también hay partes muy injustas, como ver mucho la repetición y es lo que más vende, ver mucho las cosas que se parecen a otras cosas son las que el mercado -a veces eh- también más quiere, y como lo otro toma más tiempo, pero es parte de... y no me agarra por sorpresa. Cuando estas cabizbajo y ves que la pieza número 30, idéntica a las otras, se volvió a vender, pues se siente gacho pero bueno. Pero sabes que son subjetividades, son tiempos; por eso te digo tienes que saber aguantar, saber dar el tiempo, insistir en otras cosas, es negociar todo y es muy cansado. Y tienes que saber que el tiempo -siendo el mejor legitimador-, saber estirarlo lo más que puedas.

A Sobre el arte como inversión

F Hay arte que puede llegar a ser inversión pero mi idea es que no se quede en la gente que crea eso. Yo sí creo que estoy vendiendo arte que tiene una solidez, que llena una expectativa personal de lo que es arte, pero no te podría decir que mis artistas son la mejor inversión y me parece que el que te lo diga ¡que arriesgado! Y no me interesa. Yo te puedo decir que mis artistas son muy interesantes y creo fijamente en mis artistas, en su valor; pero de cómo se traducirá, pues no sé. Y de que ha habido casos en que se ha potencializado su valor, si es un hecho pero no me interesa dar esas cifras, ni vender a la gente. Es decir, decirle a un coleccionista “esto el mes pasado costaba 13, ahora está en 8”, ese tipo de cosas, no me interesa decirlo. También los coleccionistas están muy informados hoy en día y saben que tal artista entro este año al MOMA, que tal artista está trabajando con ésta otra galería que es muy sólida, entonces eso si puede ser y ahí, sí me ha ido bien.

A Sobre nuevos agentes que aparecen en el mercado

F Desde que yo abrí, según veo, no ha habido nuevos agentes. Yo crecí y abrí una galería en el momento que había *advisers*, había colecciones institucionales; entonces siguen siendo un poco los mismos actores desde que empecé. Que es muy delicado porque la información y como circula esa información es muy curioso y muy interesante.

A Para ir cerrando platicame de tus proyectos a corto y a largo plazo

F Yo creo que me voy a quedar en este espacio, me encanta mi espacio, siento que es muy versátil, siento que es lo que puedo vender, lo que puedo almacenar, lo que puedo producir. Es muy... no me estoy asfixiando y no me interesa estancarme y siento que es un lugar muy flexible y me voy a quedar aquí un rato más. Mi interés es ver cómo va a funcionar ésta segunda vuelta, ha sido muy interesante porque la primera es la del enamoramiento, la de conocer a un artista, a ver cómo va. Y ahorita es como dar seguimiento, ya vienen como ciertos momentos diferentes. Me está divirtiendo e interesando mucho. Quiero estar haciendo tres ferias máximo al año porque son muy desgastantes y me interesa mucho que el espacio este muy activado, que halla siempre alguien que reciba, alguien que circule y estar participando en la discusión de la creación más que en la pura comercialización. Obvio es necesario pero me interesa mucho estar cerca de los artistas y ver por qué salió esto, manejar mucho ésta información de cómo se crearon las cosas. Hay un plan de profesionalizar las cosas, de comprar un sistema de inventario, serio; de hacer más viajes con mis artistas, porque ahorita ya puedo costear ese tipo de cosas. Invertir en ese segundo momento de la galería.

Y a largo, me interesa mucho que la galería se vuelva un lugar de intercambio, un lugar con cada vez más visitantes, con cada vez más gente que lo vea como una biblioteca o centro de documentación.

A ¿Públicas catálogos?

F Yo no, todavía no. pero todo lo que yo pueda hacer como PDF's y ese tipo de cosas, si. Si he apoyado en catálogos de varios artistas.

A ¿Cuántos metros cuadrados tienes?

F Son 6 x 16... son como 100mts². Se presta para muchas cosas, he hecho tres cuartos, he bajado el techo a dos metros, etc.

JOSÉ GARCÍA (Proyectos Monclova)

A Pues para empezar, me gustaría que me platicaras ¿cómo surge la idea de abrir la galería y en qué año se funda? El contexto que te motiva a abrir una galería de arte contemporáneo

JG En realidad fue un poquito sin planearlo porque yo trabajaba en una revista de arte, diseño y demás y junto con otros amigos decidimos rentar este lugar, en la colonia Roma que era un poco como para divertirnos y hacer muestras muy relajadas de amigos de nosotros y de gente que teníamos contacto a través de la revista sobre todo, pero sin ninguna intención de volvernos una galería comercial. Igual y si teníamos cosas a la venta, pero nomas como por si salía algo para las cheves. Pero no era una galería comercial planeada como tal, ni representábamos artistas. Sin embargo, después de hacerlo durante un rato, la galería empezó a necesitar más atención y como a crecer un poco y se fue desarrollando. Eso fue en agosto del 2005, cuando empezamos la primera vez. Entonces después de un rato nos cambiamos de lugar y empezamos a hacer las cosas un poquito más serias, pero yo creo que fue hasta el 2008 cuando empezamos a hacerlo como más estructural, más formal, empezamos a hacer una lista de artistas y a pensar un poquito más en el programa de la galería para tener una ocurrencia un poquito más lógica. Si empezamos a participar en ferias de arte internacionales, me salí de la revista para dedicarme de tiempo completo.

A Desde que abrieron, está es como la tercer sede

JG Está es la cuarta ya, Casi cada año nos cambiamos

A Podrías platicarme sobre el programa que tienen, como número de exposiciones al año, si tienen la misión o visión de su espacio.

JG Como te decía, nunca lo planeamos tan así, entonces el punto se ha ido dando con la práctica, pero justo algo de lo que nos dimos cuenta era que en el pasado espacio, un lugar en el sur en Mixcoac que era muy grande el espacio, entonces se tenía una estructura muy buena para hacer exposiciones y demás pero cuando teníamos seis exposiciones al año se volvía muy complicado todo; porque una, no tenía la gente, ni estábamos listos para vender tanto porque los coleccionistas no estaban como tan activos y tuvimos que gastar muchísimo esfuerzo y muchísimo dinero para generar cada exposición y no salía, no estaba funcionando. Y nos dimos cuenta que más que traer exhibiciones o sacar la obra del estudio del artista y colgarla en la galería, nos metíamos cada vez más en producir junto con artistas los proyectos. Entonces la idea de venirnos

para acá, un poquito fue eso, tener un espacio de exhibición muy sencillo, muy simple, que no necesitara... que no fuera una necesidad de estar haciendo exposiciones para poder vender, para poder pagar la renta y para poder hacer la siguiente. Entonces queríamos que fuera una casa mucho más relajada, que cuando queríamos meternos a producir con todos los artistas y que cuando estuviera uno listo pues lo exhibíamos o se hacia lo que sea. Incluso si el proyecto ameritaba un hangar enorme pues más bien rentábamos el hangar para hacer la exposición, para no limitarnos a hacer cosas dentro del espacio. Entonces un poquito, me gusta pensar que este espacio funciona también como una oficina de gestación, más que simplemente un espacio de exhibición. Yo creo que un poquito eso va creando la línea de las exposiciones y lo que estamos haciendo, y sin embargo no hay como un lineamiento detrás del que debemos seguir, no sino que se va dando poquito.

A ¿Cuántas personas trabajan aquí en la galería?

JG Tres, a veces cuatro. Entran y salen pero de base somos tres

A ¿Y siempre ha sido así en los espacios anteriores?

JG No, pues ha cambiado de dos a uno y de uno a dos y de dos a tres.

A ¿Cómo manejas tu relación laboral con los artistas que representas, es de palabra, hay un contrato escrito?

JG A mí nunca me ha gustado hacer eso de los contratos, sobre todo porque si es una cosa muy delicada y hasta muy íntima la relación con cada uno de los artistas. Yo creo que en el primer momento en que uno de los dos no estamos de acuerdo en seguir trabajando juntos, pues no hay razón para seguir haciéndolo, ¿no? Porque nunca voy yo a decirte “aquí está tu firma y tienes que hacer esto y seguir conmigo” al momento que hay un roce y no hay un entendimiento, yo creo que es mejor dejar la fiesta en paz. Entonces todo ha sido como verbal y profesional y hay un compromiso pero hablado, de palabra pero no hay ningún contrato firmado ni nada

A Los criterios que usas para seleccionar a un artista ¿qué necesita un artista para ser parte de Proyecto Monclova?

JG Pues también nunca lo hemos estructurado mucho, siempre has ido más por feeling y por no sé, incluso me gusta trabajar con gente que, sí tiene los mismos intereses pero gente que nos llevamos bien, porque la verdad es que no hay... por ejemplo me preguntan mucho sobre si hay un balance entre los artistas nacionales e internacionales o incluso de género, de mujeres y hombres. Pero en realidad nunca ha pasado así, digo

todo ha sido como bastante orgánico y como vaya saliendo lo hacemos. No hay necesariamente una estructura detrás, pero yo creo que poco a poco los artistas empiezan a funcionar también juntos, o sea hay una cosa que yo veo en ellos y por lo que me interesa su trabajo y empezamos a hacer proyectos juntos. Pero yo creo que los artistas poco a poco empiezan a entenderse unos a otros y a funcionar su trabajo.

A ¿Entonces no hay un perfil de que te estás fijando en X cosa?

JG Pues no, porque mira, yo no estudié arte, entonces yo la pintura no le entiendo mucho entonces no tengo pintores, simplemente respeto mucho, pero yo no me entiendo mucho con eso y simplemente no lo hago. Por lo general si son artistas más conceptuales y mucho también por ejemplo... en algunos y en alguna parte de su obra tienen mucha carga política y demás, pero es porque simplemente son temas que nos interesan.

A Pudieras platicarme sobre todas estas dinámicas o estrategias que usas para posicionar a un artista en el mercado. Algún ejemplo de no sé, ponerlo en una revista, llevártelo a una feria, etc

JG Muchos de los artistas son artistas jóvenes que no se conocen más que aquí o tienen una cosa muy local y demás. Y por ejemplo, tratamos de que cuando hago algo con ellos en alguna feria internacional, hacer los proyectos enfocados a ellos, porque luego en una feria de arte es muy difícil entender la obra de un artista si ves miles de piezas y miles de diferentes artistas y creemos que al menos cuando sea el caso, en un booth de feria, sea un solo artista para poder entender al menos una mini exhibición de un artista que se pueda como leer de la forma adecuada, si no, ves una piecita por aquí, una piecita por allá y no llega a nada. Entonces eso genera que haya un interés más real en el artista y los curadores le entienden a su trabajo y que los coleccionistas poco a poco vayan entendiendo toda la nube que hay detrás de ese artista para después entrarle a empezar a coleccionar por ejemplo.

A ¿Cuántos metros tienes aquí para exhibición?

JG Pues ahorita está complicado, porque ahorita usamos las oficinas que están abajo también para exhibición. Pero en realidad el espacio principal se supone que es esto (segundo piso) y el de la entrada, pero tenemos pensado hacer una especie de restaurante allá abajo. Entonces te decía el espacio de exhibición es esto y son 25 mts². A veces se usa la terraza, pero es eso.

A Sobre los nuevos agentes que están en el mercado, no sé las casas de subasta, dealers independientes, asesores de coleccionistas ¿cómo crees que impactan a la galería, la favorecen...?

JG Si, digo hay cosas mejores que otras. Por ejemplo las subastas tienen su lado bueno y malo, pero a nosotros no nos gustan ahorita las subastas porque digo que las subastas no son buenas para los artistas jóvenes por ejemplo, sobre todo cuando entra una pieza a una subasta cuando... por ejemplo una edición de un video de un artista del que todavía hay obra disponible y eso hace que se joda un poquito el precio, porque si sube y luego lo demás pierde el valor porque nadie más va a pagar por eso. Entonces es como complicado empezar a jugar con los artistas que están jóvenes y activos, pero bueno sirven para otras cosas y de repente si pueden ayudar a mínimo a dar a conocer a un artista y demás. Yo creo que todas esas cosas que existen paralelas a esto, al final son buenas, porque generan más cosas y hacen que se vuelva más activo todo y yo creo que en México falta muchísimo de eso. Entonces yo creo que estamos muy en pininos y debería haber muchísimas más galerías y muchísimos más artistas activos, entre más, más curadores y dealers y asesores de coleccionistas: mejor, es para bien.

A Ahora bien, supongamos, en una exposición de X artista y sin referirme a cifras ¿tú tienes algún porcentaje fijo de si las ventas de lo que expones, algún porcentaje que se va para el artista y para ti?

JG Lo que manejamos por lo general y sobre todo con los artistas jóvenes es que la galería paga la producción. De entrada es una apuesta que hace la galería en una persona, un artista, sin saber si se va a vender o no. Si se vende la obra, depende, voy a tratar de ser un poco más específico. Vamos a exhibir cinco fotografías, entonces cada fotografía cuesta imprimirla \$200.00 y el marco cuesta \$1,000.00, entonces son \$1,200.00 de la producción de cada una de las fotografías. Al final invertimos \$10,000.00 en hacer toda la exposición. Pero se venden dos fotos, entonces de esas dos fotos, lo que hace la galería es que recupera la inversión de esa producción específica y el resto lo divide a 50-50 % con el artista. Prácticamente ese es como el sistema, de repente hay variaciones pero esa es.

A Ahora, según tu manera de ver y desde mi análisis en que dividí a las galerías en consolidadas y en proceso de consolidación ¿a qué crees que se deba que una galería abra y que no dure mucho tiempo?

JG Pues yo creo, no sé hay dos factores. Uno es pues la calidad del trabajo y otra es que tal vez la ciudad no está lista para mantener a tantas galerías, incluso para nosotros ha sido muy difícil y yo siempre he tenido la impresión de que la gente cercana a mi me dice “va muy bien la galería, suena mucho y la invitan a ferias internacionales y demás”, pero dentro las finanzas son un desastre y eso ha sido muy complicado y mantenerla. Por ejemplo para nosotros no hubiera sido posible mantener la galería solo por un mercado en México, creo que ya hubiéramos cerrado hace mucho, hace tres, cuatro años; si no hubiéramos tenido la oportunidad de sacarlo un poco fuera y empezar a vender a coleccionistas extranjeros.

A Entonces ustedes ¿cómo a cuantas ferias van al año?

JG Varia. Pero siempre tratamos de ir a Suiza y a Miami y hacer la de México y de repente vamos cambiando, este año vamos a Buenos Aires, hemos ido a Colombia, a Bélgica, Londres; como que de repente vamos probando otras cosas

A Estaba viendo en la web y en algunas páginas web de galerías unos dicen que apuestan por la neofiguración como Ginocchio o como Yautepec que hace obra política y no tan de “colgar en la sala” y cosas así. ¿Qué es lo que caracteriza a Proyectos Monclova de otras galerías?

JG Es una pregunta rara porque yo creo que la galería es un poquito la actitud de cómo trabajas, de cómo al final... Ayer platicábamos cuál es la diferencia entre esta galería y Kurimanzutto que está aquí a tres cuadas. Al final de cuentas los fines son los mismos, lo que hace la diferencia son los artistas, porque ellos hacen una gran diferencia y al final de cuenta es raro pensarlo como una competencia. Porque creo que tanto se necesitan una galerías de otras, porque estamos tratando de levantar el arte en México y de darlo a conocer y sacarlo a la luz. Y no podríamos estar aislados, el trabajo de los artistas con los que trabajamos nosotros, no podríamos estar solos. No hay como que un coleccionista diga ¿dónde voy? a una galería o a otra, tendría que ir a todas si quiere hacer una colección y que refleje lo que está pasando en México. Entonces yo creo que define un poco tal vez hasta mi persona y la forma en la que hacemos las cosas aquí, define un poco la actitud de la galería pero lo esencial es el trabajo de cada uno de los artistas.

A Entonces tú estás de acuerdo con esta idea y que yo sostengo, y te pongo de ejemplo La Panadería, que no tenía la intención de convertirse en una galería comercial, sino que era un espacio con otro perfil. Pero al final de cuentas la parte financiera es importante, porque de algo tiene que vivir el galerista y los artistas. Entonces qué opinas de la idea de

Bourdieu del arte en sus dos vertientes, como mercancía y como algo simbólico e importante.

JG Sí, claro. Yo me acuerdo que lo pensamos, cuando estábamos abriendo el espacio, la Panadería todavía existía y este espacio “Programa” ¿tú te acuerdas? Era un espacio que dirigían Iñaki Bonillas y Stefan Brüggemann. Era un espacio que estaba en el sur, increíble, un espacio enorme y estuvo increíble lo que duro, que fueron dos años; porque costaba mucho mantenerlo y todo era a través de patrocinios y becas. Entonces era un lugar sin fines de lucro y era muy buen lugar y estaba todo muy bien, pero en el momento que le cortaron el patrocinio, tuvo que cerrar sus puertas. Entonces nosotros como que teníamos muy presente eso y dijimos, vamos a hacerlo, pero vamos a hacerlo a nuestra escala y sin demasiada ambición. Por ejemplo cuando abrimos el primer espacio costaba la renta \$4,500 la renta, algo así. Entonces dijimos ya, con el sueldo que tenemos yo y mi socio, lo peor que nos puede pasar es que tengamos que poner de nuestra lana una vez al mes, entonces dijimos “vamos a hacerlo”. Ya si se empieza a vender vemos si sale por la renta y otras cosas ¡chingón! Pero no dependíamos de ninguna beca, de ningún patrocinio. Entonces yo creo que eso fue importante para que se desarrollara de esa manera y creciera la galería, si no siempre estás como un poquito atado a otras situaciones.

A Y sobre esta idea del arte como inversión ¿qué opinas, es válido? Lo digo por los coleccionistas que van dinamizando, y ellos lo hacen con la idea de volver a vender y obtener más ganancia, pero ¿es bueno para el arte?

JG Yo creo que tampoco hay formula correcta para esas cosas pero yo imagino que lo que a mí me hace sentir mejor es cuando alguien compra algo porque en verdad le gusta, porque está interesado en la obra y en el artista, no porque está especulando cuánto va a valer después. Pero por supuesto que la obra tiene un valor y de hecho eso es lo que sostenemos aquí, eso es lo que más se defiende aquí; pero es delicado cuando son artistas jóvenes porque hay riesgo por los dos lados porque para el coleccionista es muy delicado comprar artistas jóvenes porque no sabes a donde van a ir y puede ser que el artista que compraste el año siguiente ya se canso de ser artista y ahora se dedico al futbol, y tu obra se va a devaluar totalmente y es una inversión que echaste a la basura. Pero también por otro lado puedes hacerte de una muy buena obra por muy poca lana, si le atinas o si el artista sigue creciendo, pues después va a valer mucho más.

Entonces sí, definitivamente es una inversión, pero también hay ciertas éticas dentro del coleccionismo y con los artistas jóvenes sobre todo. Por ejemplo si alguien quiere vender es mejor que se acerque a la galería o a una de las galerías del artista para que lo hagan a través de ellos y no sea, no salgan al mercado sin ningún filtro. Somos una garantía, si tú compras una obra hace cuatro años con nosotros y nos comprometemos a que si después la quieres vender, no tengo tanta lana lo que sea, te la compramos o tratamos de venderla través de nosotros para que no jodas los valores en el mercado del artista.

A En las cuestiones de esta la Ley de sociedades mercantiles, que una galería es un negocio ¿hay algún problema con eso, no sé a la hora de hacer una inauguración, o a la hora de pagar impuestos o algún otro tipo de bronca?

JG Pues más bien no hay mucha bronca porque no está el sistema de Hacienda como tan preparado para este tipo de situaciones, pero se maneja como un negocio normal, yo pago impuestos por las cosas que vendo y por las que se factura, entonces pues como cualquier otro negocio.

A Lo digo, porque como que se oía mucho la idea de que no estaba bien definido que era una galería y parecía que ustedes funcionaban como giros negros o cosas así.

JG Pues la verdad es que si. Nosotros apenas lo estamos haciendo un poquito más en orden, pero al principio pues no pagábamos nada porque era obra que valía \$2,000 y quien la compraba la pagaba en efectivo y yo no estaba registrado en Hacienda ni nada, pero obviamente aún así mi intranquilidad era que al final no sacaba lo que invertía, porque a mí me costaba \$10,000 hacer la exposición, ponía de mi lana y no recibía ninguna factura y cuando vendía \$2,000 pues se quedaba sin ninguna factura porque pagaba en efectivo y se chingo.

A Ya por último, la tendencia que tú ves desde que abrieron o en los últimos 10 años sobre el estado de salud, por así decirlo del mercado mexicano, ¿cómo está, cómo va? Después de la crisis del 2008...

JG Pues yo creo que va creciendo, el interés va subiendo, porque también creo que ha ayudado mucho que ha habido mucho interés sobre el arte mexicano internacionalmente y pues se refleja, tiene que ser por rebote tal vez, que no es lo más optimo, pero hace que los mexicanos se interesan más en el arte y están empezando a coleccionar más. Sin embargo yo creo que, no sé, yo no lo vi tanto pero a mí me contaba Mariana Pérez Amor que antes los coleccionistas, la gran rama de coleccionistas que tenía la Galería de Arte Mexicano eran gente mexicana de clase media, maestros de escuela, ese tipo de gente

que estaba muy educada aun cuando no tenían mucha lana. Entonces era gente que iba y compraba un Toledo y lo compraba a dos años y pagaba mensualmente una cosita que era el 20 % de su sueldo. Pero ese era el tipo de gente que en verdad se interesaba y le daba la importancia al arte, que era lo ideal porque; uno el arte iba más directo a la gente, no nada más a los ricos sino a todo el pueblo y era gente que apreciaba el arte; y ahorita, muchas veces es muy triste que le vendemos las cosas nomás a gente que tiene lana pero que en realidad no le importan, es así como un cata raro de gente que tiene mucha lana y tiene poder adquisitivo pero que no está nada educado y no aprecia nada esto. Entonces ella añoraba mucho esas épocas en las que la mayoría de la gente. Ahora la clase media pues simplemente no puede ni de chiste comprar una obra, porque los precios suben y porque su situación no la deja...Por lo general la gente que más le interesa y más educada está para recibir este tipo de cosas, no tiene la lana, entonces es tristísimo que ese tipo de gente ahorita ya ni de chiste puede tenerlo, sólo pueden tener los que no le s interesa.

A ¿Manejas crédito aquí?

JG Crédito sí. A veces cuando a mí me da gusto que alguien se interesa y alguien tiene el interés de comprar y se nota que no le alcanza. Me gusta ver la manera de hacerlo porque es mucho más enriquecedor que una obra termine en la casa de alguien o en la colección de alguien que en verdad aprecia algo, más que si pueda pagarlo o no.

A Pues ya para cerrar, pudieras platicarme de proyectos que tienes a corto y a largo plazo.

JG Justamente estamos trabajando en un proyecto con Marie Lund, que es una artista danesa que a veces hace dúo con Nina Beier, que es la que está... Estamos trabajando un proyecto de Mario García Torres también, que estamos ayudándole a producir sus obra para Documenta, estamos metidos en la producción de eso. Y si, en realidad el calendario no esta tan definido el resto del año.

LUIS ADELANTADO (Luis Adelantado México)

A En este caso está el antecedente de la galería de España. Podría platicarme ¿en qué año funda la galería de España y que lo motiva a abrir una galería?

LA Hace como 35 años inaugure en España. ¿Y la motivación? Pues eso sin quererlo va caminando, mi profesión viene de la arquitectura. Y tengo influencias familiares con el coleccionismo, con el arte y pues cada vez lo he querido más y aparte el trabajo de arquitectura por el de galería y ahí empieza; empieza a tener esa emoción de vivir, de sentir lo que haces, la comunicación con los artistas y pues es un vicio. Tanto para el que compra como para el que vende.

A Y en México...

LA Aquí en México... Ya tuve otra galería en Miami, que ha durado 6 años. Ahora hubo el punto de la crisis y la decidí cerrar porque tampoco es un país o una ciudad que a mí me motivara demasiado. Pero yo hace quince años vine por primera vez a México a exponer en una feria de arte que empezó en Guadalajara y a partir de ahí ese contacto fue muy emocionante para mí, empecé a tener coleccionistas, amigos y pues cada año he vuelto y he vuelto no solo cuando la feria, sino en otros momentos y es lo que me lleva a abrir la galería. Tener muchos amigos y el país que me cautivo, la gente como es, por ahí empezó.

A ¿Cuándo abren aquí? ¿y qué tal?

LA Pues ahora hace dos años (2009). Bien, la respuesta y te decía que yo no he empezado de cero. Es una continuidad, una labor que he hecho desde hace quince años y esto se ha potenciado mucho, el tener el espacio, porque estos amigos han traído a otros y finalmente estoy muy a gusto como está siendo todo.

A ¿Y cómo se organiza para estar en los dos lugares?

LA Es fácil, para mí no es difícil. Porque a las 6:30 de la mañana todavía es la mañana de allá, y hablamos de necesidades y el equipo que tengo allá en España tiene muchos años conmigo. Sin palabras nos entendemos.

A Hablando del espacio en general ¿Cómo definiría o cuál sería el objetivo de su galería?

LA Pues yo creo que el espacio es interesante, es bonito, es importante. Pero creo que se puede conseguir algo parecido con cualquier otro espacio, lo importante son las propuestas que tú tengas y cómo te comuniques tanto con los artistas como con los coleccionistas. Es una labor constante y parece que es muy bonita, muy acaparadora, te envuelve totalmente el tiempo, las horas, el día, la noche, de ahí no sales. Tiene que

gustarte mucho para ser galerista, o delegar en otra persona, por lo cual no lo vives. Que no es mi estilo. Es diferente porque en España, está en marcha, está todo funcionando y cada día hablamos y estoy; aunque no estoy físicamente estoy enterado de todo.

A Y ahora en MACO ¿qué tal les ha ido?

LA MACO ha ido para mí, como ya te decía, desde el principio porque empezamos en Guadalajara. Ahora, de Guadalajara hubo un parón de años y volvió a abrirse en Monterrey y de ahí ya pasamos aquí. Yo todos los certámenes he estado, he estado en el Comité, he estado colaborando, ayudando y disfrutando de. Y ahí es donde empezó mi trabajo para llegar a México a establecerme y han sido fieles amigos los que me han ido ayudando, con lo cual me va muy bien cada año. La feria de MACO me va también como la de España. Digamos que es como ya mi casa también. Porque voy a otros países donde, te conocen más superficialmente y ahí, hay años donde te va mejor que otros; pero aquí, aparte de la propuesta que puedas tener es la relación personal. Influye mucho para la venta.

A ¿Cuántas ferias hace al año? De cajón

LA Pues muchísimas. He estado en la mayoría de ferias del mundo. Hay años que las voy saltando, no voy a todas pero he estado en todas las del mundo.

A Sobre el programa de trabajo de la galería ¿Cómo hace la programación de exposiciones cada año?

LA Mira sí. Hay establecido ya una programación de antemano de todos los artistas que son de la galería; entonces se va articulando en un año la programación donde, en esa programación al ser artistas de la galería; bien por necesidad del artista, bien por necesidad de la galería, que hay que abrir un hueco, pues se traslada un poquito y se puede meter un nuevo proyecto. Pero en general un año está mínimo, la programación hecha. Yo lo que hago también hace ya catorce años, desde Valencia es un proyecto de jóvenes. Que es un proyecto que no hace ninguna galería, es una convocatoria que ahora, ya últimamente ha tenido una fuerza internacional como proyecto, donde se presentan cada año alrededor de mil artistas. De ahí hago una selección y pues elijo como 30 para después hacer un proyecto colectivo en la galería. De esos 30 a veces son 20 y otras veces e un poco más o menos, porque la galería de España también es muy grande, es un edificio de seis pisos. Entonces dices ¡30 artistas!, pues hace una buena representación cada uno porque hay mucho espacio. A partir de ese momento depende

de cómo el artista presenta el trabajo, se ha comportado, hemos visto la forma de seguir trabajando igual alguno de ellos ya se va quedando en la galería.

Hago un segundo proyecto de la selección, hago luego una re selección y hago una exposición de 5. De esos que me han parecido más interesantes y si todos han funcionado bien pues ya se quedan y si no de ahí, se queda uno, ninguno o tres o cinco. Es un poco una dinámica de dónde saco yo a los artistas, o sea no incorporo artistas porque están en otra galería o porque.... Artistas mayores que ya tengo o que puedan entrar es otra cosa. Pero la dinámica de la galería es hace esto: una revisión personal de lo que se está haciendo en el arte contemporáneo internacional y pues allí empezamos y va subiendo o baja. Llevamos tiempos que luego dejamos de trabajar o seguimos con más pasión, pero incorporo ese tipo de actividad que no es muy frecuente en una galería.

A Y con los nombres importantes que tiene de sus artistas representados ¿Cuáles fueron los criterios para tenerlos a ellos y no a otros?

LA Los criterios es que... como te he dicho primero de los jóvenes, que hay una muy buena vibra entre el artista y la galería. Por supuesto que le interese el trabajo y, ahí seguimos en esa dinámica, ese es el criterio que tengo, tanto para un joven como para un mayor. Y el tratamiento que se le da aquí se da igual a uno que acabe de entrar como a uno que esté 20 años en la galería, se cuida de la misma forma su proyecto.

A Aprovechando que tocamos el tema de la relación con los artistas, laboralmente ¿usted como maneja esto, con contratos escritos o de palabra y amistad?

LA Bueno, hay de todo. Tengo de los dos tipos. Pero te digo que los escritos no sirven para nada ¡si que los tengo! Pero si al final si el artista esta incomodo o yo estoy incomodo con el artista, la relación se tiene que romper porque, que él me obligue o yo lo obligue al final va a hacer mal la obra, yo voy a hacer mal la presentación. O sea, es negarnos o tratarnos mal el uno al otro. Así es que yo creo lo importante es verbal y que siga esa armonía que es fundamental; a veces se rompe y por eso se deja de trabajar. Pero yo creo que es eso: el creer el artista en lo que yo estoy haciendo y yo creerme lo que él hace. Y confiar el uno en el otro, ser lo más sincero posible y esto es sobre unos lazos muy fuertes entre artista y galería. Hay una vibración muy fuerte porque tienes que conocer su vida, es como una persona más que entra en tu familia. Se involucra todo, ya no es nada más la obra, porque luego empiezas a hablar de temas personales y pues es la confianza, es de donde sale el dinero para el artista y del artista sale el dinero para la galería, al final es algo muy profundo.

Porque si es algo que es puro negocio y pura frialdad, eso se acaba. En mi caso eh. Porque yo creo que las galerías todas tenemos un perfil muy personal y muy diferente, no hay un patrón a seguir. De entrada cuando incorporo a un artista es porque nos llevamos de maravilla y creemos y nos disfrutamos y el trabajo fluye y va bien. Pero de repente o el artista o la galería ha pegado un bajón, la relación de trabajo y la relación personal y, entonces ahí va degradándose hasta que se rápidamente se rompe. Porque es muy intenso, o sea, no puede haber un parón y decir “es que en dos o tres años estamos que no hacemos nada y nos aguantamos” ¡no! Ni el artista se aguanta ni yo tampoco.

A En cuestión de las exposiciones y de la venta de obra, no quiero números, pero porcentajes ¿usted cómo maneja la parte de las ventas? Hay una inauguración, qué sucede...

LA Los porcentajes están establecidos desde el mercado y todos funcionamos con un mismo porcentaje. Siempre se va a compartir casi todo. Luego la galería tiene unas obligaciones, bueno, cada cual se las marca o no, es más sobre lo espléndido. En mi caso yo hago una inauguración cuidada tanto de imagen de tarjeta o de presentación por internet o de catalogo y pues, se da un buen coctel, ese es mi estilo. Dar a conocer a los visitantes lo mejor que a su vez el artista también sale beneficiado. Pero los beneficios o gastos suelen estar compartidos al 50%, es un estándar, luego con cierta gente pues tienes tus deferencias o bien el artista o bien el galero. Según el proyecto.

Ahora aquí inicia un proyecto en el sótano para proyecto de jóvenes y es el primer año que hacemos. En este caso en Valencia y sus 14 años, siempre he estado yo dirigiendo ese proyecto, yo reviso, yo decido y en esta ocasión he querido formar un equipo de colaboradores que elijan al artista que se proponga y la idea es, la presentación que se hace es para hacer una buena exposición donde la galería va a apoyar económicamente el proyecto y habrá una selección de seis proyectos que cumplirán el año. Aun se están presentando no sé al final cuál será y la elección va a ser por el jurado este que hay. Puedo opinar algo pero la responsabilidad es de este grupo.

En mi trabajo siempre está presente el apoyo de la juventud, de la gente que empieza, que no sabe dónde dirigirse y qué hacer, pues ahí estoy yo. Para mí es una gran experiencia y la disfruto y para el nuevo artista que no ha tenido ocasión. El próximo mes inauguro una exposición que va a ser su primera exposición de un artista que acabo de sacar de la escuela: de aquí de la Esmeralda. Fui el fin de curso y estaba la exhibición que hacen de final de curso y de ahí, me gustó; desde ese momento lo traje, empecé a

vender algunas obras y ahora el día 14 es la inauguración. Hay tres artistas: uno en el sótano que será él. Otro aquí en el eje central que es un coreano y otro en la otra ala que será un mexicano joven, pero ya incorporado a la galería. Un joven que empezó conmigo a los 19 y ahora tiene 27.

También el proyecto de la galería es internacional totalmente, no hay una connotación más fuerte que otra, no hay muchos españoles y no hay muchos mexicanos. Hay artistas de todo el mundo siempre que me gusten, no hago una diferencia de países. Por su trabajo es por lo que están aquí. Trabajo con tres generaciones, que es la joven que parte de cero; los intermedios y los consolidados. Con todo tipo de técnicas, video, performance, escultura, dibujo... todo.

A Desde el primer año que usted viene a Expoarte Guadalajara hasta el momento ¿qué cambios usted ha notado en el mercado en el mercado del arte en México?

LA Si he notado algo, será el que hay una generación –como puede ser la tuya- que son muy receptivos al arte, que si tienen economía están comprando y eso es interesante. Eso es una reacción que yo he visto, que anteriormente ha comprado otra gente de otra generación mayor. Ahora hay muchos jóvenes que tienen posibilidades económicas porque han hecho ya su carrera, ya están trabajando. Empresarios de todo tipo, jóvenes. Esa incorporación para mí es notable.

A En mi investigación me sale un número aproximado de 100 galerías. Algunas lo pintan así pero en realidad son otra cosa o de un perfil menos contemporáneo. Viendo el ejemplo de la Panadería y la Refaccionaria que no eran explícitamente proyectos comerciales, pero que al final necesitan de un equilibrio entre una propuesta artística y la parte estrictamente comercial

LA Haber, los lugares que son un tanto alternativos, donde se reúnen un grupo de artistas que tienen su inquietud y que creen que es la forma de enseñar su trabajo –y es una forma real de enseñar su trabajo. Pero cuando ya se establece una galería es un negocio, es una empresa. Y las empresas si no se dirigen bien o no tienen ingresos acaban cayendo. Es muy bonito y muy creativo si quieres el “vamos a reunirnos unos amigos, rentamos un localito, le pagamos un poquito cada uno y tal, exponemos” eso, generalmente todo lo que empieza así, cae. Porque eso luego tiene unas exigencias fiscales y de movimiento y de seguimiento que al principio la novedad a todos nos gusta: “mira han abierto un lugar, vamos” pero no hay un fondo; que hay que trabajar ese tema, que si no se trabaja se cae. Yo no sé en ese caso que habrá pasado con esos lugares, no

puedo opinar ni quiero referencias a esto. Es una opinión personal desde fuera, que la vivo de otra manera y es a lo que me dedico, entonces sí que puedo opinar. La Panadería fue un proyecto interesante porque era un grupo inquieto, muy jóvenes y que de hecho por ahí están. Pues eso, que acabo como ahora la Refaccionaria, lo mismo. Ahora hay otros dos tres grupos por ahí que están haciendo cosas. Sin ánimo de lucro, eso es como se publicita, pero siempre hay ánimo -si son gente potentada que les da igual gastar lo que sea, se pueden mantener- pero si uno no tiene esas posibilidades no se mete en esos líos, se busca otros medios. Todo es como muy ingenuo, muy cool, pero no llega luego a los resultados.

A Quizá usted conozca algún ejemplo en España de un espacio que tenía una buena propuesta y al final tuvo que cerrar, y me refiero a una galería, no espacio alternativo que no supieron llevar el negocio en el buen sentido de la palabra

LA Un negocio de arte es bastante peculiar, tienes que tener una inversión y es sembrar y sembrar esa inversión constantemente porque, tú no puedes tener una exposición y terminando la exposición y devolver la obra al artista, a lo mejor te la puede dejar en depósito. Pero si tú no tienes unos fondos de galería, si tú no compras al artista –que yo es una de las cosas que más hago, yo tengo unos fondos increíbles- que es una forma de apoyar al artista, para que el artista se sienta satisfecho y pueda trabajar tranquilamente y, es una forma de que en esos momentos si crees en alguien compras a un bajo precio y el tiempo si te da la razón, esto deviene en beneficio. Ahí es donde se gana un dinero, no en la pura exposición. En una exposición aunque vendes cuatro obras -hay de todos los casos, hay quien no vende nada y hay quien vende todo- o la mitad, tienes que hacer un resumen de: cuántos gastos has tenido, de mantener el espacio, si es tuyo o no da igual porque es un gasto, iluminación, mantenimiento, transportes, empleados, todo eso y no has cubierto los gastos y si los has cubierto hay pocos beneficios; y si ese beneficio no lo inviertes o aportas mas capital todavía para comprar la obra de esa exposición. Si yo tengo una exposición como la que tengo ahorita, por ejemplo y vendo seis obras, he ganado tanto de estas obras, lo demás es del artista, se devuelve o está ahí. Ahora, pasan dos años y ese artista se vuelve a hacer una exposición o aunque no la hagas, ha subido el 50 % o más; si yo he comprado el resto de la exposición o todo lo que me ha permitido mi economía de lo que no se ha vendido, puedes negociar con el artista con un tipo de precio tal vez más especial porque a él le interesa también. Pues vas guardando eso y a los dos años o a los diez años, lo saco; entonces algo que te ha costado uno lo

puedes vender por diez. También tienes el riesgo de que eso que has comprado por uno, ya no vale nada, ya depende del ojo de cada cual. Pero yo creo que lo importante en las galerías de arte, no es vender lo que tienes expuesto, es comprarlo tú como galería, si crees en ese proyecto. Esta muy bien vender y hay que vender. Lo importante es luego poder decir “de toda la exposición esos que son los mejores, ya están vendidos” para mí ya están comprados y luego lo que se venda. Eso es una política que yo tengo pero supongo que alguien más hace sus cosas. Pero ese es el puro negocio.

A Sobre eso, ¿los precios usted los tiene a la vista del visitante o tiene una lista para quien quiera preguntar?

LA Los precios yo tengo un dossier, una carpeta en la que tú me dices “el precio de eso”. Saco la carpeta, está la imagen y el precio, yo no tengo el precio ahí para que tú cojas y lo veas, porque me parece una desatención al público. Si tú vienes a especular para saber qué quieres porque quieres comentarlo o porque eres artista, pues eso no te importa, si quieres directamente me hablas y me dices “yo soy artista y me gustaría saber cómo está esto” yo te puedo dar libertad. Si tú quieres una obra entonces te diriges a mí “estoy interesado, qué vale y tal”. Entonces yo, te argumento muchas más cosas que el precio, te explico el artista, cómo está, cómo va y yo creo que eso es interesante para el que realmente quiere esa información. Comprar o saber de verdad por dónde camina. Pero no quita, y que muchas galerías lo hacen que todos se lo llevan, me parece una desatención: no es un supermercado. Aquí yo creo que es otra forma de ver las cosas, yo lo hago de esa manera.

A Últimamente he observado que empiezan a aparecer nuevos agentes en el mercado, casas de subasta, dealers independientes, asesores de coleccionistas ¿qué opina de esto?

LA Siempre han existido, dealers hay muchos. Casas de subasta no tanto. Ahora yo creo que una casa de subasta siempre ha estado en el panorama y han sido claves fundamentales que en Nueva York han tenido su protagonismo, y el que el coleccionista de grandes obras o de grandes precios pues se traslada a Nueva York sin problema. Malo no es. Todo lo que se vaya alrededor del arte, que se pueda apoyar, serio, pues está bien. Subastas, como también hacen esas donaciones para México Vivo o el Salón de los 16 o este tipo de cosas, que son en beneficio de identidades. Pero que también se potencian, se ve a gente igual no tiene habito de ir a una galería, pues a esos lugares va y se va familiarizando con el arte. Yo creo que todo lo que sea alrededor de presentar las cosas

bien, es bueno y cuanto más haya, mejor. Es igual que galerías, si hay muchas galerías pues va a tener más éxito el país y el coleccionista; yo procurare captar a uno, el otro a otro y al final haremos un grupo de más. Eso es la realidad y el que me ha comprado a mí 10 cosas, que ya conoce mis productos, mis artistas pues ya se le ha metido el gusanillo, se tendrá que ir a otra galería para adquirir otros nuevos artistas, yo creo que es potenciar para todos.

A Si hay muchas galerías significa que hay mucha gente comprando...

LA Analiza eso en Nueva York. Pues ahí tienes un ejemplo, allá hay muchas galerías y de mucho nivel, cuanto más nivel sea mejor nivel de coleccionismo puede haber. Lo que a veces no es bueno es que se transmita una galería de arte que es más una tienda de cuadros que una galería. No lo hacen con el rigor que toca, lo que se presenta no tiene un nivel adecuado y eso si que perjudica o confunde.

Tú vas como principiante “ah, un cuadro” y sí, una galería y ¿de quién es? “Ah, no sé, pero es de esa galería”. Si no sabes lo que has comprado y eso es un peligro.

A ¿Cuántas personas trabajan aquí con usted?

LA Aquí en plantilla, somos 5 y luego pues también hay personas que trabajan con agendas pero dentro del proyecto y luego sí que para asistencia, montajes, repartos y tal, es otro equipo.

A De esas 5 personas ¿Qué funciones tienen?

LA No, aquí no hay cargos. No hay diferencia de ningún tipo. Todos somos igual incluido yo. Todos trabajamos en todo y pues nos apoyamos los unos a los otros según la necesidad y, hay una actitud muy normal. Por supuesto que el que viene a comprar me busca más a mí “¿Está Luis?” pues va, si no, le atienden igualmente. De todas formas aparte del equipo que tengo aquí, en España es un equipo más fuerte y como ahora con los medios que tenemos de comunicación, el Sky, el Internet que no te gastas nada y estás al día. Pues yo tengo el equipo de diseño, de página y de imagen: hay una persona especialmente dedicada a eso en España, apoya la de allá y la de aquí. Aunque los de aquí sepan, pues en un rato pueden ampliar. Luego la administración igual. Aquí se les da gastos, pero la administración fuerte se lleva allá aunque yo aquí tengo otro Contador ajeno a la galería. Yo te he dicho, los puros que trabajamos en atender al cliente, atender las llamadas, los e mail que te dan los artistas al día y todo eso. Esa es la faena diaria, pero luego lo de la administración es otro capítulo, lo que es imagen es otro y, ahí vamos.

A Entonces, ¿si considera importante para su negocio esta nueva onda del facebook, twitter, etc?

LA No me gusta mucho. Eso yo lo utilizo con mucha precaución. Cuando se puso en marcha, como la novedad, parecía que funcionaba muy bien, estábamos bien metidos pero luego es algo que hay que cuidar porque es muy confuso. Puede ocurrir en algunas ocasiones que con las invitaciones, con la prensa, con sacar cosas que no tocan de lo que hay en la galería, damos cierta información por ahí pero no es el medio que a mí me encanta. A mí me gusta tener un contacto más personalizado, más directo con los clientes, se les llama por teléfono, se les explica personalmente, se les manda una tarjeta a su domicilio. Ese tipo de tratos más tradicional, más humano. Más de comunicarte porque este tipo de trabajo a veces no sabes lo que tienes, pero si empiezas a transmitirle, lo que hay, el artista su inquietud y tal, pues ahí es donde finalmente uno se engancha.

A Sobre cuestiones fiscales de la galería ¿Usted está registrado en Hacienda, paga impuestos?

LA Por supuesto, el lo que te he dicho antes, una empresa si no está dotada de todas sus actividades correctas, como tiene que ser cualquier negocio pues al final cae. Hay que hacerlo todo lo más riguroso posible. Yo a esto le dedico toda mi vida, mi horario y no me representa ningún agobio, hoy es sábado y estoy aquí. El domingo pasado estaba con dos clientes. Hago lo que me gusta, no estoy más a gusto en otro lugar que aquí.

A ¿Proyectos a largo plazo que tenga Luis Adelantado?

LA Te puedo hablar de una parte de programación. Aquí generalmente hago exposición de un artista, aunque la galería es muy grande pero me gusta que el espacio respire a la obra. Entonces aunque sea un artista pues como la distanciamos mucho tampoco es demasiada obra la que hay. En este caso hay los 3 que te he comentado. A continuación viene Darío Villalba, que es un gran maestro español, está en una fase en la que quizá sea su última exposición, está bastante delicado, es ya muy mayor y es un gran artista. Muy reconocido en España. Es de los top y reconocido internacionalmente. El siguiente proyecto es Chantal Akerman, es belga y es una top mundial que hace cine, video, foto. Pero es como superestrella. Detrás de esa vendrán dos artistas muy importantes. Yo tengo como te digo tres generaciones, y tendré tres exposiciones de TOP todas. Viene Luis Gordillo y Juan Navarro Baldeweg, también están en la máxima credibilidad mundial.

Son dos pintores y el segundo también es arquitecto. Estará Pipilotti Rist. Y ya es alargarlo mucho.

A ¿Qué es lo más difícil a lo que se enfrenta usted en su profesión?

LA Difícil o triste es cuando estas apoyando a un artista, que te has comunicado muy bien, que le has dedicado el cariño, la ilusión para que todo funcione y de repente se rompe esa relación. Eso es como un poco traumático pero también llevo tantos años de experiencia que también uno va asimilando estas cosas, antes de que pase ya se le nota que eso va a cambiar. O por parte mía a veces, también ocurre, menos eh. Los artistas tienen una necesidad de subir, de crecer, a algunos demasiado rápido. Este negocio es muy lento, muy reposado y cuando uno cree que está, igual de ahí se puede caer completo. Les pasa a unos artistas.

Jóvenes que empiezan de cero y se ven en todos los medios y se creen el éxito. Pero ese éxito debe estar apoyado por una buena labor, tanto de la galería como de artista. Si una de las dos falla el artista cae. Es muy delicado, pero eso cuando uno empieza y se ve así en esa fase, entiende que ese va a ser su futuro; entonces quiere más, exige más y esas cosas truenan. Eso ami personalmente sí que me molesta.

A Sobre el contexto del país y de las políticas culturales actuales ¿favorece su labor?

LA Pues realmente es que no estoy muy implicado. Trato de implicarme, voy a los museos, a las exposiciones, a ciertas galerías. Pero se quitan un poquito los ánimos porque ves que no hay esa respuesta reciproca o de poder tener a veces conversaciones sin pensar que estamos hablando de economía. Creo que se debería de tratar de estar como más cercanos, las instituciones de las galerías, eso es algo que no veo. Aunque eso no se da en ninguna parte del mundo. Siempre hay como una recesión absurda, porque estamos hablando de lo mismo, queremos lo mismo, pero el Museo lo que tiene es una actitud de descubrir y de generarse y adjudicarse proyectos de jóvenes por ejemplo. Pero esos jóvenes han salido de otro lugar, no de un museo, el museo los recoge cuando ya están legitimados. Pero que se puede llegar a tener una relación de trabajo de dialogo, de interés, pero siempre hay como un miedo, parece que yo les quiero (hablo de mí) perseguir para sacarle algo. Y no es mi ánimo. Mi ánimo es intercambiar opiniones y estas en una ciudad y ceo que eso es positivo.

De hecho aquí lo que me ha defraudado muchísimo, ha sido muy triste es que yo he traído exposiciones internacionales importantes –bajo mi punto de vista- pero he tenido

anteriormente a Folkert de Jong, que en este mes, el día 27 se inauguró una gran exposición en Saatchi, en Londres.

Y yo tengo aquí toda una red de exposiciones. Entonces empecé a contactar con Museos de aquí, de Sonora el Museo de Arte Moderno, de San Luis Potosí, de varias ciudades. Ofreciéndoles proyectos interesantes que no les va a costar nada más que el transporte, no les exigía nada más. Todos comprometidos, ok. Varios museos. Todos, a la hora, un mes antes de la exposición y te hablo de varios artistas y varios museos me han anulado la exposición. El artista ya con la ilusión de hacer un proyecto, yo le había dedicado mucho tiempo para dejar las cosas bien organizadas y todos me han dicho “no, lo siento pero es que no hay presupuesto”. Pues no inicies una relación. Habla claro, si no dime, “me regalas todo y el transporte”, pero es imposible. Entonces yo tomo una decisión si quiero o no quiero. Pero es calentar motores para luego quedarte en nada. Pero es muy triste a mí se me han quitado las ganas de seguir con esa dinámica. Yo voy a traer varios proyectos que cuesta muchísimo traerlos desde Europa. Además como esto es grande, son grandes exposiciones. Si alguien me viene a buscar se platica pero ya no lo hago. Es bueno para el artista, también es bueno para mí porque me implico y para el Museo, estupendo que por un transporte, tener una gran exposición.

Yo que ya lo tengo aquí les voy a ofrecer algo que creo que es muy bueno. Y todos encantados y que bien, que padre. En Mérida, en todos los museos importantes de ciudades mexicanas me han hecho lo mismo. Uno, veinte días antes: el de San Luis Potosí me ha anulado.

A Ya para terminar ¿Qué opina sobre la idea del arte como inversión?

LA Si a mí me viene alguien a comprar obra y es algo muy personal y me dice “quiero comprar obra para invertir” Le digo !No! si quieres invertir búscate la bolsa porque esto es muy relativo. Ahora que tú me digas “quiero comprarme una obra de arte que me guste y que ya este cotizada en el mercado” okey. Te digo pues cómprate esa obra porque esa no va a bajar de nivel, si compras un joven pues tienes el riesgo de que no valga nada e un tiempo, pero está sí que va a tener un valor y puede que llegue a tener un valor muy alto. Primero que te guste para vivirla y si tú vas a comprar una obra para venderla dentro de dos años, no compres arte. Porque una cosa es lo que yo te estoy vendiendo y otra es que cuando tú lo quieras vender te van a dar menos de lo que tú has pagado. Esa es mi teoría. Cuando uno viene a comprar con sinceridad ahora. Publicar esas cosas es como desanimar el espíritu del arte, que hay mucha gente que no tiene. Cuando es ya de

verdad que te lo preguntan para hacer una inversión. Inversión es: tú tienes dinero y quieres tener una buena obra de arte con un valor asegurado y que de ahí puede seguramente subir más, pues yo te voy a marcar eso, eso y eso “¿Qué es lo que te gusta realmente para convivir? Nada, pues no compres”. “Me gusta un joven”, pues un joven no pasa nada, no vas a invertir una gran fortuna. Puede que llegue algún día a tener un buen valor, pero no lo compres por eso. Esto es el consejo que yo he dado toda mi vida.

A Recuerdo una frase que dice “Una cosa es el arte y otra es el mercado del arte”

LA Claro, mira Folkert de Jong es un artista que es de una generación joven, reconocido mundialmente. ¿Tú crees que es una buena inversión? Si te gusta es una buena inversión para disfrutarlo. Ahora, ¿dónde va a llegar y que va a pasar? Pues todavía es muy joven. Ya se cotiza alto y cuando esto pasa, difícilmente ha sido por casualidad, ha sido por meritos y se supone que se irá estableciendo. Muy relativo todo ese tema.

Aquí hay un problema, que se desperdicia el potencial en México. Yo creo que está muy mal y no lo entiendo, porque hay mucho público y gente muy preparada y muy inteligente que estudia en los mejores colegios del mundo porque tienen esa posibilidad. Quiero decir, la aplicación de uno y la necesidad que hay en esta ciudad de tener críticos de arte ¡no existen! Y si hay tres, son tan divinos, que no vale la pena ni siquiera llamarlos. Yo creo que debe haber un grupo de gente que surja, y es que no hay ni gente que yo vea que está empezando. Me gustaría conocer a gente que está dentro del mundo de la crítica, que tenga las ganas, que se implique de verdad, que diga lo malo y lo bueno que ha visto, que de su opinión.

Ahora por ejemplo cada uno de los artistas pues yo siempre hago una nota de prensa y pues para el visitante que se entere y tal. Estos más jóvenes que tiene menos experiencia como Emilio o Alfredo, el otro ya no lo necesita, es un top. Yo les he dicho “buscad a un crítico”, enseñadle la obra y tal para que sea más creíble, no escrito por vosotros; que al final si hay un fulano que escribe y tiene cierta credibilidad y está apoyando ese trabajo pues le va a ir muy bien. No te voy a decir nombres pero yo les he indicado ve con este y este otro. Pues todos les han dado la espalda. Haber, un crítico de arte, otra cosa es que diga no me interesa tu trabajo o yo te voy a escribir sobre tu trabajo pero espera lo que yo digo. Pero la negativa de “no es que tengo mucho trabajo”. No hay. Aun están en ello insistiendo para tenerlo ¿A dónde recurre? Para hacer un proyecto a mí me gusta implicar a los críticos de arte jóvenes en la galería, igual que a los artistas. Lo he intentado con dos y, no saben. Ahora estoy con otra chica que haber si hacemos un proyecto. Eso

lo echo mucho de menos. Es necesario decir eso, que el que está estudiando se aplique para esa profesión. Un buen crítico de arte luego tiene un gran cargo, puede vivir muy bien y disfrutar con ese tipo de trabajo. Ni cuatro hay. Busca prensa y haber que se habla de arte y dime ¿quién?

MANOLA SAMANIEGO (Kurimanzutto)

A Existe mucha información de cómo inicia Kurimanzutto. Pero me gustaría escuchar con tus propias palabras, pláticame ¿En qué año abre la galería y que motiva a José y a Mónica a abrir un espacio de este tipo?

M Ellos estaban viviendo en Nueva York. José estaba estudiando economía. Pero yo creo que siempre habían estado muy cerca de este grupo de artistas. Gabriel Kuri es hermano de José. Además son toda una generación que estudio junta, eran amigos de Gabriel Orozco y hacían muchas otras cosas. José siempre estuvo involucrado, estaba terminando su maestría, pensando que iban a hacer. Tenía esta relación cercana con Gabriel O. que estaba viviendo en Nueva York. Quien supongo, les dio un poco la idea de decir (Gabriel no tenía una galería que lo representara en México) ¿Por qué no se animan ustedes a abrir una galería?, entonces Mónica, que estuvo trabajando en Marian Goodman, que era la galería de Gabriel, y una de las galerías internacionales más importantes. Así, Cuando regresaron, decidieron que la abrían con este grupo de artistas que, si era una generación que llevaba un rato trabajando como grupo, pero ninguno de ellos tenía representante en México.

A Sobre el proyecto de *economía de mercado* ¿por qué romper con las formas tradicionales de apertura de una galería?

M Creo que eso fue una cuestión más práctica que otra cosa. Sé que al final fue algo que marco mucho a la galería, pero creo que fue más porque no teníamos los recursos para pagar un lugar, para gastar en otras cosas; mejor decidimos que ese dinero que se está generando, en vez de destinarlo a pagar un lugar, mejor lo invertimos en producir más piezas, en trabajar con los artistas. Entonces se decidió que no íbamos a tener una sede y que lo que nos convenía, era eso: organizar exposiciones. Y la primera fue eso, jugar un poco con la idea de hacer una exposición de piezas muy baratas a precio de mercado... en un mercado. Y así estuvimos practicando como seis años.

A ¿Tú estás desde el principio en el proyecto?

M No, entre como tres años después de que ellos abrieran

A ¿Qué estudiaste?

M ¿Historia del Arte en la Universidad Iberoamericana?

A Podrías hablarme del objetivo de la galería

M Creo que ha ido cambiando. En un principio si era esta idea de representar y consolidar la carrera de estos artistas. Era muy importante. Obviamente, creo que hemos avanzado y

el trabajo de esos artistas está mucho más conocido y es más sólido. Y a partir de que estamos en este espacio pues tenemos la idea de ir invitando a otros artistas. Al principio, entraron un par de artistas de fuera que eran también amigos de otros de los artistas, gente con la que ellos comparten muchas ideas y maneras de trabajar, y así es como se han ido sumando otros artistas, pero prácticamente nuestro objetivo fue ser una de las galerías más importantes de México, en otro momento, ser una de las galerías más importantes de Latinoamérica y luego una de las más importantes a nivel mundial.

A Que al parecer lo han logrado, porque FlashArt los ubica en el lugar número 20

M Esa es una encuesta de los artistas, según ellos cuál es la mejor galería. Nosotros trabajamos con artistas que nos gusta mucho su trabajo, no nos dicta tanto la parte comercial, obvio sí, porque es un negocio; pero si creemos que es importante tener un grupo de artistas que puede comunicarse entre ellos, trabajar, generar proyectos. Han entrado otros artistas, algunos más reconocidos, pero siempre manteniendo la línea con la que empezamos.

A Con respecto a ese punto. Me parece que los artistas con los que iniciaron, siguen siendo los mismos ¿Quiénes han ido entrando a su lista de representados?

M Hace como cinco años entraron Carlos Amoraes y Miguel Calderón, que eran artistas que cuando empezamos a trabajar con ellos no tenían representación en México, y nos parecía que su trabajo si era un referente al arte mexicano, entonces decidimos que trabajábamos con ellos. Han ido entrando Allora & Calzadilla, Anri Sala y Monika Sosnowska. Hay más extranjeros tal vez, pero si, no hemos tenido tanta inclusión, nos concentramos más en hacer el espacio de la galería y así, de pronto pensamos que si hacía falta meter un par de artistas nuevos, pero no queremos precipitarnos y siempre hablamos mucho con los artistas, es un proceso lento.

A ¿Cuál es entonces el criterio para incluir a alguien nuevo en Kurimanzutto? ¿Los artistas que ya están, tienen opinión en esto?

M A veces sí. No es que sean ellos los que toman esa decisión. Obviamente nos interesa su opinión, además si considero que somos una galería que trabaja muy cerca con ellos. Es como esta exposición que tenemos actualmente (Wilhelm Sasnal) que a mí me gusta muchísimo. Por ejemplo, nos encantaría que trabajara con nosotros, pero ya trabaja con muchísimas galerías, él nos dijo: “No, la verdad es que no puedo, pero con muchísimo gusto hago el proyecto, el cual llevamos haciendo hace tres años”.

Son cosas que quizá no trabajamos con ellos, pero si generamos un proyecto que nos beneficie a ambos y consideramos que es importante que se vea ese trabajo en México, que es algo que no siempre se ve y a nosotros nos interesa.

A Con estos cambios que han tenido, de no tener un espacio físico y ahora con este lugar que abrieron en 2009 ¿Por qué tomaron esta decisión?

M Yo creo que desde antes ya habíamos pensado que estaba bien. Al principio hacíamos 2 o 3 proyectos al año y, de pronto, el ritmo se hizo más rápido. Empezamos a tener más exposiciones al año, 4 o 5 y eso, también nos demandaba muchísimo tiempo, como buscar un lugar, gestionar que si se pudiera rentar y que hubiera alguien que lo cuidara. Entonces llegó un momento que en vez de facilitar las cosas, pues desgastaba mucho y pensamos “si hay que buscar un lugar”. Y fue así que encontramos este lugar en la Condesa, que era una especie como de bodega. Hicimos un par de exposiciones (o más), estuvimos como dos años ahí. Pero de alguna manera nunca nos convenció el lugar como para hacer ahí las oficinas y hacer algo más serio y de pronto, apareció este lugar. Lo vimos y dijimos ¡Es ese! Y nos tomo dos años renovarlo, fue muy largo. Pero tener resuelto el lugar, era importante, ya hora si a enfocarnos en proyectos.

Al principio fue como muy fresco y nos daba mucha libertad y también éramos una galería joven, todo mundo entiende que eres más arriesgado. Pero llega un momento en que... no sé si sentar cabeza, porque tampoco somos muy serios, bueno, si somos una galería muy profesional. Teníamos esa idea y con el espacio si vamos a poder concentrarnos en otras cosas.

A Entonces ¿Tú consideras que el espacio físico si es necesario para consolidar un proyecto a largo plazo?

M Pues en general creo que sí. Te da una identidad, te ubican, los artistas también. Es distinto. Por ejemplo, ahorita, vamos a acabar de dar la vuelta de que todos nuestros artistas hagan exposiciones. Todos están conociendo el espacio, y a partir de eso, lo que venga va a ser bien distinto. Todos van a conocer las dimensiones, van a saber para qué si da, para que no da. Y para ellos también ha sido un ejercicio que a la larga si hace más fácil los proyectos. Cuando tienes un espacio y un lugar, estas familiarizado; pues si te toca hacer una exposición cada tres años –que es lo que nos tardamos en dar la vuelta a todos los artistas-, pues da chance para que tengas los suficientes elementos para jugar y hacer algo interesante.

A ¿Cómo es ahora el programa de trabajo? En este nuevo espacio ¿Programan un cierto número de exposiciones al año?

M Eso es algo que nos dio. Antes hacíamos una, a lo mejor tres y desde que tenemos el espacio ha variado entre cinco y seis exposiciones al año. Nosotros estamos más activos y los artistas tienen más cosas, es algo que avanza paralelo.

A ¿Cuántas personas trabajan en Kurimanzutto?

M Somos diez

A ¿Qué puestos tienen?

M Tenemos un área de ventas en la que trabajan mucho Mónica y José. Tenemos un área de registro, que es una persona que hace todo el inventario y hace todos los envíos. Tenemos una persona que hace todo el archivo, la prensa, comunicación. Alguien que hace los proyectos especiales. Alguien que trabaja los libros, las publicaciones y las exposiciones que tienen los artistas fuera de la galería. Tenemos un par de personas que son las que empacan, cuelgan, mueven toda la obra. Está mi puesto que es una especie de coordinación general con todas las áreas, un poco más administrativo. Y creo que básicamente así estamos.

A Plátame sobre la relación laboral que tienen con los artistas. Ustedes que se conocen y son toda una generación que ha venido trabajando juntos. Manejan contratos escritos ¿Cómo manejan eso?

M Es más una cosa de confianza, si hemos estado volviendo la galería una cosa mucho más organizada y demás, para cosas contables y si, de pronto si se necesita un contrato pero eso es más administrativo-contable. Pero para nosotros es más una cuestión de confianza, de que a los artistas les interese que nosotros los representemos. Si hay algún proyecto, lo hablamos.

A En las exposiciones ¿Qué porcentajes manejan ustedes cuando vende alguna pieza de X artista?

M Lo que hacemos es que la galería financia la producción de la exposición y en el momento que se vende la primera pieza, todas las ventas son en un porcentaje de cincuenta-cincuenta. Y desde la primer obra vendida, recuperamos costos de producción, ahí si se venden una o más.

A ¿Desde el principio ha sido así ?

M Hemos intentado, creemos que es la manera más saludable de trabajar. Y es más como trabajan las galerías de fuera, creo que pocas galerías en México lo hacen así. Pero

nosotros siempre hemos pensado que invertir en la producción, en el espacio, al final es lo que nos retribuye; pero si entiendo que una galería chica lo tiene más complicado y no puede producir y absorber ese costo. Y de repente hay exposiciones como está de pintura que es barata y en tiempos, se monta en un día y es muy fácil.

M Yo creo que era muy distinto cómo funcionaban las cosas en México. Creo que no había tantas galerías, creo que no se entendía, era otro momento. Ellos si trabajaban mucho, hacían muchas cosas colectivas y así. Tampoco creo que hubiera un mercado de consumidores local, fuerte. No era una cosa necesaria y de pronto, se fue haciendo necesario. Empezaron a pasar cosas como lo de Yoshua y Miguel, como de efervescencia que broto. Antes, no sé, no había. Creo que hay otros países que tienen una tradición más grande como de coleccionismo y una sociedad más involucrada. Ahí vamos, pero si cuesta trabajo.

A Respecto a ese proyecto de la Panadería, qué me imagino no pensaron que fuera un proyecto comercial. Creo que puede haber una buena idea como proyecto, con buenos artistas, etc; pero como que tienen débil la parte “empresarial” y administrativa. ¿Qué piensas de eso?

M Es así siempre. El dinero complica. Siempre las cosas y las relaciones cuando empiezas a manejar dinero con los artistas, con los coleccionistas, es más de cuidado. Si hay que entender cómo vas a ir haciendo el negocio y si se toma su tiempo. Creo que eso les pasa muchas galerías jóvenes, que no son capaces de dimensionar en el conjunto y es complicado.

A ¿qué tendencias observas en el mercado desde que empezaste con Kurimanzutto?

M En las cosas de las galerías, cuando empezó prácticamente un 95% lo vendíamos fuera y si comparamos con los últimos años, cada vez vendemos más en México. Sigue siendo un 70% fuera y 30 % en México. Si vemos un crecimiento en el mercado de arte local. Diría que es eso. Por fuera creo que sí es muy parecido, no creo que haya habido un cambio. Digo, si vamos trabajando con clientes cada vez más grandes, con colecciones más importantes, con museos pero eso es un resultado de la trayectoria que van teniendo los artistas; que sí se van volviendo más importantes en sus carreras y su trabajo es más visible.

A ¿Qué consideras que se necesita para crear nuevos coleccionistas en México?

M Creo que hay de todo. Hay muchísimos otros países en que hay esta cosa de que el arte si está exento del pago del IVA; por ejemplo, que puedes hacer una donación a un

museo. Todo ese tipo de cosas. Estados Unidos lo tiene, y por eso sus museos tienen las colecciones que tienen. Porque un montón de gente dona. Y aquí eso tampoco existe, eso también tiene que ver. Y también hay gente que lo ve como mera inversión y hay gente que lo ve como una cosa más de gusto y así; pero la verdad si son gastos que son fuertes. Creo que ahí va. El trabajo que está haciendo la feria ésta de MACO ayuda, pero creo que es complicado.

A nosotros nos pasa muchas veces que si decimos, pues la verdad los mexicanos prefieren comprar fuera, van y compran en las galerías de Nueva York y es una cosa con la que hemos tenido que estar trabajando. No sé, creo que cuando alguien tiene el interés, es como... nosotros decimos "con que haya tres, cinco o diez coleccionistas que si les interese, que sean comprometidos, creo que está bien. Está padre que vengan, que conozcan y creo que hay va... vamos teniendo gente más interesada, gente más joven. Si sentimos que hay una generación más grande, que si colecciona, pero es más tradicional, que le gusta la pintura y que va a lo seguro. Y luego hay gente que se anima y se arriesga un poco a cambiar. Esa es mi idea y no sé cual sea la fórmula mágica.

A Lo preguntaba por si tenían ustedes como galería alguna estrategia para motivar nuevo coleccionismo en sectores poco interesados como el corporativo.

M Pues está empezando. Por ejemplo, para nosotros es súper importante que vengan los estudiantes; no es solo esa cosa como de descuidar eso. Si somos conscientes de que hay que hacer más difusión; las verdad es que las galerías en Nueva York están abiertas, y la gente va. Si hay una cultura de ir y visitar. Que es un poco lo que pasa aquí con los museos. Digo, somos tantos millones que luego dicen "fueron 300 mil". Pero si lo ves en el contexto de la ciudad, no es tan... pero en general si les pasa a los museos

A ¿Cuánta gente reciben a la semana que no sean del medio artístico?

M Visitas. Estudiantes y grupos de arte, sí. Pocos. Depende de la exposición. La pasada de Damián tuvo mucha gente, al igual que la de Gabriel Orozco. Depende del artista. Y nos pasa con los extranjeros que la gente no la conoce tanto y no viene tanta gente.

A Respecto al centro de Documentación ¿ya está en activo? ¿Dónde está?

M No, ahí estamos trabajando todavía. La verdad es que es más complicado de lo que parecía de lo que es. Es un montón de trabajo. Si está ahí, la tenemos en las oficinas. Básicamente si está muy enfocada en nuestros artistas. Porque hacer un centro de documentación en arte contemporáneo, es una locura.

A En la página de internet note que no hay un texto de presentación, de qué es la galería. Y en otros textos sobre ustedes en la red, leí que decían que “la galería es el espíritu, no el espacio”.

M La verdad, estamos trabajando en eso. Hemos tenido un par de textos a lo largo de los años. Nos pasa que vamos cambiando, y ya no somos eso. Y creemos que escribir un texto hablando sobre ti mismo es bien complicado. Estamos trabajando en eso. Y somos conscientes que en internet entra todo tipo de gente y quizá, entra alguien que sabe o alguien que no sabe y le tienes que poder dar la información. Esa es la primera puerta para mucha gente, entonces tiene que venir la información básica, general. Y si quiere saber más, se acercará, preguntará. Estamos revisando ¿Cuál es nuestra misión, visión y objetivos? Todas esas cosas.

A Pláticame sobre los proyectos que tienen a corto y a largo plazo. ¿Qué tienen en mente? ¿Abrir una galería en otro país?

M La verdad lo hemos pensado, pero ahorita no es una prioridad. En este momento va a ser más importante crecer el número de artistas, trabajar con los nuevos y concentrarnos en eso. Hace unos años no todos tenían galería (que los representará) en otro lado y ahorita, casi todos ellos tienen galerías en Nueva York o en Londres. Entonces decimos “irnos a Nueva York, que es carísimo”, con la competencia, que la verdad la mitad ya tienen galería ahí, es complicado. Y ahorita no sería una buena estrategia. Por ello, lo que queremos es, nuevos artistas con los que trabajar y si queremos trabajar con un par de artistas que ya tienen una trayectoria más reconocida y con más jóvenes y nuevos y hacer lo que hicimos con ésta generación. Consolidar. Eso es lo que te da un poco de credibilidad fuera: apuestas por el trabajo de alguien; crees en el trabajo de alguien; y se ve, y se hace una exposición y está en un museo y está en otro; publica un catálogo y es alguien que de pronto ayudarle a un artista a que su carrera crezca, pues es lo que nos vamos a concentrar.

A ¿Qué tal les fue en MACO?

M Bien. No nos fue excelente, pero nos fue bien. Creo que también trabajamos juntos, tenemos la exposición aquí, en la galería, viene mucha gente a visitar el espacio, hacemos muchas cosas, muchos eventos. Si trabajamos mucho en esa semana para que nos vaya bien. Si creemos que es una feria más complicada que otras en cuanto a las ventas, en cuanto a que tenemos toda la obra aquí y todos los recursos para montar lo que queramos y mover, es más fácil. Pero en general nos va bien.

A En lo referente a cosas fiscales y como de reglamentación aquí en la ciudad ¿pros y contras de tener un espacio de este tipo a diferencia de tener cualquier otro tipo de negocio?

M Hicimos todos los permisos. Hay un uso de suelo oficial

A ¿Están dados de alta?

M Si. Más bien tenemos problemas con los vecinos cuando hacemos fiestas hasta tarde, pero tampoco es siempre. Ya cambiamos a inaugurar en sábado, nos gusta mucho el espacio y entra mucha luz natural. Creemos que la luz natural es mil veces mejor que la luz artificial.

MARIANA PÉREZ AMOR (GAM)

A Hay de todos los casos, galerías que les va muy bien y están mucho tiempo en el mercado y otras que aunque tengan buenas intenciones, no mucho....

MP En Latinoamérica en general, es difícil. Es difícil porque yo siento que falta mucha más educación visual. –Voy a decir algo- pero en general la burguesía mexicana no es muy culta y al no ser muy culta, pues hace que las galerías no puedan sobrevivir. Comparando ¿cuántas galerías hay en Barcelona, qué cantidad de habitantes tiene una ciudad como Barcelona? O sea, si esa cantidad de galerías subsisten es porque hay un público que las puede mantener. O sea que es un público mucha más culto que el que tenemos en México. Digo gente con cierto poder económico que pueda adquirir obra, aunque no todo sea muy caro. Hay muchísima gente que entiende intelectualmente pero que obviamente no tiene la capacidad económica para comprar. El chiste sería que todos esos ricos que tenemos fueran un poco más cultos, leyeran más, fueran a museos y apoyaran más las artes plásticas de su país.

Pero si nos falta mucha cultura por desgracia. Es horrible decirlo porque me encantaría que no fuera así pero, es. Y Europa son siglos de civilización que nos llevan de delantera, en Estados Unidos también, la gente con cierto nivel económico es bastante culta.

A El gobierno también se ha desatendido de esto...

MP Hace muchas cosas pero es un país con tantas cosas complicadas, pero yo sí creo que la cultura es parte importante, mejoraríamos muchísimo. Si todos le pusiéramos un granito de arena a la cultura, la sociedad en general, la educación de los niños, por ejemplo; es una cosa que en México casi no atienden, los colegios. O sea el acercamiento al arte, la cultura. Eso es civilización y, es mejorar y, es la educación lo que nos llevaría a un nivel más alto. Yo creo que es un grano de arena que si todo mundo pusiera, este país sería otro.

A ¿Cree que vamos para allá?

MP Si. Yo creo que México ha mejorado muchísimo, en muchos sentidos. Lo que pasa es que si necesitamos un esfuerzo más amplio de la gente que tiene más oportunidades.

A ¿La cuestión fiscal, como la ve?

MP La dinámica fiscal para todos los mexicanos es un rollo, o sea como no lo simplifican, se vuelve una cosa muy latosa de hacer y si el artista vive fuera, no puede venir –las cinco huellas digitales-. El poder del contador aquí no lo pude hacer. Si quieren que paguemos impuestos pues que lo hagan más facilito ¿no? Estaba yo diciéndole yo a un

artista “tienes que venir a México, porque tienes que pagar”, no es posible. Me dijo “fui, vine, me tomaron la no sé qué”. Es que ahora esta complicadísimo. Pide uno una cita y no hay hasta... ¿cómo pretenden que la gente pague impuestos si ni siquiera pueden dar citas? Yo, como galería tengo que decirle aquí está y le pague al artista, porque si no se llevan todo el impuesto, es todo complicadísimo. En la práctica “usted no me está demostrando, le cobro impuesto sobre el total”. No, porque yo ya le pague. “enséñeme los recibos” Es que no se los han dado porque la cita... es de veras ¿cómo funcionamos?, no sé.

Si así estamos en algo que es primordial para que el país salga adelante, que es el pago de impuestos ¿cómo estaremos en lo demás? Es de *Granja Macabra 4*. Es un círculo de esos viciosos en México: “yo no pago impuestos porque se lo roben o no” Es un juego que jugamos todos, mal hecho. Y los que ponen las reglas son corruptos, rateros, eso es lo malo ¿a dónde vamos? A mí me asombra que este país, esta ciudad, que es en la que vivo, un barrendero me deja la calle impecable. Yo me le hinco. Porque podría ser un caos y de alguna manera funciona. En una ciudad tan caótica como está; y pasa porque yo creo que la gran mayoría de los seres humanos, salimos a trabajar y a resolver cosas y a pesar de todo ¡adelante!

Pero hablando del arte, si todos pusieran un granito “hoy voy a visitar un museo” etc. Un grano más de cultura, porque el humanismo en México yo siento, que se ha ido rezagando en las clases que tienen acceso a eso. A poder conocer un poco más el humanismo en el sentido amplio de la palabra. Finalmente la gente que si tiene acceso a la literatura, a las artes plásticas, etc. es muy reducido en número y a veces no le interesa mucho. Un ejemplo. Una familia que está muy bien, lleva a sus hijos tres veces al año a Disneylandia, nunca los ha llevado al Zócalo. No conocen Palacio Nacional o entrado a Catedral. Creen que su vida es de las Lomas a Polanco, su entorno ¿conocen realmente cuáles son sus raíces, su país? Ver de dónde vienen y por qué se pueden sentir orgullosísimos. A mí me asombra: si le pregunta a un niño de un colegio privado, que ha viajado... si conoce el Zócalo, el Museo de Antropología, Catedral, pues no. Que cosa tan extraña que esa familia que tiene todas las posibilidades para viajar y que ese bienestar viene de este país, que curioso que no le interesen las raíces de este país y no las inculque a un niño. Porque además es maravilloso, nos falta un poco eso y viene de la educación en los colegios y en las familias, que hace falta que si hay porque estar orgullosos del país. Al final somos muchos Méxicos.

A pesar de eso, yo creo que el Estado ha hecho un esfuerzo enorme si comparamos lo que eran las artes plásticas hace 70 años a lo que son hoy. Si se han hecho muchos esfuerzos. Se podrían hacer muchos más y mejorarlos pero se han hecho, no es el mismo México de 1935, cuando la galería abrió. Parte los ha hecho el estado.

A Ha perdido el protagonismo...

MP Ha estado mal aprovechado porque creo que se puede aprovechar muchísimo mejor. Es una carta que México tiene triple A. Pero los esfuerzos se han hecho.

A Por ahí está bueno empezar. Como en 1935 el arte que se podía ver, el arte oficial, los museos...

MP Había muy pocos museos. Existían los tres grandes, era un México muy posrevolucionario, digamos y bueno, los murales y todo eso. Pero en lo que ha mejorado es que el Estado se ha abierto muchos más a que la gente tenga acceso a un museo, pueda verlo, que haya museos y exposiciones. Se ha refinado bastante más, podría estar muchos mejor. Hemos mejorado sin duda alguna.

A Pero la diferencia era que el Estado mostraba lo que se estaba haciendo y ahora si no fuera por la iniciativa privada, seguiríamos con los murales y los tres grandes.

MP No, pero yo creo que también los artistas, es impresionante como se desenvuelven aun en las crisis, que Latinoamérica ha tenido una tras otra. Finalmente el artista en México es *a pesar de*, y a pesar de todas esas cosas muy difíciles, sale adelante y brilla. Yo creo que hay muchísimo talento en México y que a pesar de muchas dificultades, los vemos brillar. Y hacen falta más galerías, más público que compre y apoye a sus artistas jóvenes. No todo tiene que ser carísimo. A pesar de eso, México sigue produciendo grandes artistas. También el mundo se globalizó en un momento dado, y el joven no se esperó a ver si alguien le hacía caso, el joven se fue a conquistar el mundo. No solo en las artes plásticas, lo hicieron los actores, eso es una maravilla porque yo creo que es una generación que dice el mundo es mío. Y si no voy y lo peleo me voy a quedar rezagado, eso en la juventud es una maravilla. Creo que eso ha abierto la puerta a quien va y pelea, porque el mundo es muy competitivo. Los artistas jóvenes están dando la pelea ya, universalmente. A mí me parece fantástico y envidiable; ya no hay esa cosa de quedarse en México, muy aislados.

A De los jóvenes que representa la GAM ¿Qué tiene que hacer un artista joven para entrar a sus filas?

MP Lo que pasa es que la GAM tiene 76 años de existir y tiene toda una tradición y todavía hay artistas vivos, viejitos vivos que... manejamos muchas generaciones de artistas. Para los jóvenes no tengo tanto espacio, ojala pudiera manejar el doble de artistas de lo que manejo, pero no tengo esa capacidad. Manejo gente contemporánea, poquitos, los que voy pudiendo incorporar a la galería, me gustaría muchos más, pero no tengo esa capacidad. Porque la galería tampoco puede decirle al pasado ¡Adiós, ya no estás de moda! Es una larga tradición y son muchas generaciones. Siempre estamos abiertas a ver aunque no tengamos siempre la capacidad de manejar todo lo que quisiéramos. Es tiempo, espacio y capacidad humana. Yo creo que faltan galerías en México pero también entiendo que sobrevivir es muy difícil.

A En el directorio que estoy armando y que van variando, son aproximadamente 100 galerías en la ciudad, solo de arte contemporáneo.

MP Sí ves por ejemplo, de las guías que ha habido de *Artes de México*, es impresionante la cantidad de galerías que se abren y se cierran; que tienen un año de vida. Es muy difícil, o cambian de nombre o cambian de dueño, eso te prueba que subsistir como galerista no es fácil.

A Haciendo dos preguntas y a pesar de eso ¿Cómo es que la GAM se ha mantenido en el mercado? y la otra, en la doble vertiente del negocio en sí, y la propuesta artística que deben tener.

MP Te diría que es un gusto personal el galerista. Finalmente una galería es el gusto del galerista en sí para detectar y ver lo que a él le parece refinado o maravilloso, lo trata de transmitir a través de... digo, los ojos del galerista son como lo que le quiere transmitir a los coleccionistas; el primer filtro para mostrar a una artista y eso es obviamente un gusto personal. Hay artistas extraordinarios pero si a ti como galerista no te gustan pues es muy difícil manejarlos porque no contagias, no transmites, porque obviamente el artista no te gusta. En ese sentido si es un gusto personal del galerista en principio, luego son muchos años de ver, y el ojo pues se te hace. Ahora, tu gusto específico, dentro de lo contemporáneo hay muchas cosas; incluyes o haces que venga un artista que a ti te gusta, con el cual hay una empatía estética, visual, de propuesta, en el caso de lo muy contemporáneo. Es muy difícil manejar algo que no entiendes o que no te gusta. Considero que eso es lo primero, tener un ojo, que es *tu* ojo, no lo puedes comparar es muy específico de un gusto personal del galerista. Con respecto a eso, ya lo incluyes en tu galería y lo vas viendo crecer, desarrollarse y es un larguísimo camino.

Lo que no puedes creer es “manejo artistas, de la noche a la mañana me hago rico”, es un largo camino, a veces exitoso y a veces no. El que un artista económicamente sea exitoso y otro no, no lo hace ni mejor ni peor, el mercado es una cosa y la calidad es otra. Hay artistas que no son tan exitosos económicamente, pero son grandes artistas. El tiempo es severo, ese si es el juez más severo que existe, como decía Goya “el tiempo también pinta”. Pone las cosas en donde están.

Ahora, si tú comparas 1935 a 2011, hay 20 millones de veces más artistas plásticos de los que había en el mundo de lo que había en esa época. Fuiste a MACO ¿Qué sientes cuando ves todo eso? Y es una feria muy pequeña comparada a otras, la cantidad de arte que se hace en el mundo hoy, es impresionante. El mundo se abrió, tienes acceso a todo eso, desde una computadora tu puedes, hay cincuenta veces más artistas de los que había hace 20 años, por ejemplo. Ahora, de todo eso va a quedar poquísimo, porque el filtro del tiempo es híper severo. En México pasa lo mismo, hay muchísimos artistas, de todos esos artistas que hay –unos con más talento, otros con menos- si faltan espacios privados para que exhiban, galerías privadas que hagan su labor. Porque una galería no es nada más tener un cuadro colgado y venderlo, eso sería tener una tienda, es mucho trabajo y mucho esfuerzo, la promoción de un artista, el ir a ferias, el llevarlo a exposiciones. No es nada más colgarlo y que entre una gente y te lo compre. Por lo mismo, si no tienes demasiada clientela como vas a sobrevivir un año, no creo que es falta de entusiasmo, es que también necesitamos más coleccionistas que apoyen el arte joven, que es muy accesible.

A Los coleccionistas grandes en México, son contados

MP Siempre ha sido así, es un país como este. La galería tuvo una cosa muy impresionante en el 35, había muy pocos coleccionistas en México, Inés Amor los podía contar con sus deditos. Pero ella se da cuenta que Estados Unidos es un buen mercado y además viene la guerra europea, entonces Estados Unidos voltea hacia México y, es un buen momento en que México es de una riqueza cultural por toda la gente que viene y por todos los americanos que vienen a comprar arte mexicano. Eso es fantástico como ella se da cuenta. Ahora Imagínate una Inés Amor de 25 años, subirse a un tren en 1938 e irse a Chicago con 60 cuadros en el tren a exhibirlos. Yo te digo que era valientísima porque en esa época... pero hacia coleccionistas, hubo muchos coleccionistas que venían a México y que le compraron mucho y organizo muchas exposiciones en Estados Unidos. Porque ella en México le costaba mucho trabajo que la burguesía mexicana le creyera y le

comprara, porque les parecía espantoso: ¿un Frida Kahlo?, le decían “Hay Inés como me vas a vender eso” Poco a poco se fue haciendo un coleccionismo mexicano, si ha avanzado muchísimo y necesitamos que avance más y sobre todo que los jóvenes empiecen a comprar porque no es caro, es accesible. Pero que tengan un poco más de interés, vayan a los museos, vayan a las galerías, se enteren de lo que pasa y que apoyen a los artistas de su país. Nos falta una educación en humanismo, en algo más amplio que no sea nada más el consumismo que hay hoy en el mundo entero. Sino educar un poco más a nuestros hijos. Yo nací un poco en una galería pero yo con mis sobrinos lo hago.

A En ese sentido ¿En qué momento decidiste continuar con la galería?

MP No me lo pregunte. Inés enferma, yo venía a trabajar en las tardes en la galería y eso. Alejandra que trabajaba con Inés desde que tenía 18, nos quedamos con la galería pensando que ella iba a mejorar y a volver, y eso no sucede. Nos quedamos con la galería de “mañana viene Inés” y nunca vuelve porque estuvo enferma y la sacamos adelante. Llevamos 30 años juntas. De los 76 años que la galería tiene, estando abierta ininterrumpidamente. En un país como México es bastante meritorio la verdad.

A En esta sede ¿Cuántos llevan?

MP En está, veinte. Milán # 18 estuvo muchísimos años y después del terremoto fue una zona que se devasto de tal manera y, lo más grave eran las manifestaciones en Reforma. Yo ya no podía llegar a la galería a trabajar, cuando nos dimos cuenta que tú, que vas diario a tu trabajo y ya no puedes llegar, dices “quién va a llegar, si yo no puedo llegar es imposible”. Después del terremoto fue una zona que se cayeron 20 edificios a la redonda y se convirtió en una zona de estacionamientos de todos los edificios que se cayeron, ya sabes, de talleres mecánicos, una zona horrible. Entonces dijimos “es el momento de mudarnos”. Todo mundo nos decían váyanse a Polanco, pero era carísimo, tener un buen lugar en Polanco costaba... un día por esta zona vimos SE VENDE, entramos y vimos “está buenísimo”. Todo mundo decía ¡que horror, es una colonia que nadie conoce! Y es una súper colonia porque estas en medio de la ciudad.

A De las galerías que hay en la colonia, ¿ustedes fueron de las primeras?

MP Fuimos las primeras hace 20 años. Entonces encontramos esta casa y era una ruina y la remodelamos Alejandra y yo con un ingeniero, porque todos los arquitectos decían “hay que tirar no sé qué”, yo decía esta buenísima, no hay que tirar tanto. Con un ingeniero para que te dijera no, tírele aquí, si no se te cae la casa. La restauramos, nos mudamos y

fue un acierto absoluto, porque es una zona de muy fácil acceso, vengas de cualquier parte de la ciudad y ahora ya se vinieron varias galerías: Proyectos Monclova, Kurimanzutto, hay otra que está del otro lado de Tacubaya, ojala se vinieran más; porque tú ofrecerle a la gente en México que venga a una zona donde tenga varias alternativas que ver, pues le solucionas muchas cosas, porque el problema en México de desplazarte es muy pesado.

A Ahorita ¿Cuántas personas trabajan en la galería, que considere el personal de la galería? Y ¿Qué puestos tienen?

MP Contándonos Alejandra y yo... como 8. Bueno, dos directoras, imagínate, dos reinas. Luego tenemos dos asistentes y tres asistentes operativos que son nuestros brazos derechos, porque montan exposiciones, cuelgan, hacen todo el trabajo, llevan cuadros, traen, empaacan, que es mucho de lo que se trata. Ahora, las dos venimos todo el día, todos los días del año. Fíjate que cuando alguien me dice, me llama y es un súper coleccionista y digo “que suerte que estaba yo” Porque si no – y no es suerte-, es como la inspiración *que suerte te agarro trabajando*, ¿me explico? Si no estás y la descuidadas. Pero tienes que ir a los estudios de los artistas, requiere de mucho, no es nada más esperando a que venga un coleccionista; requiere de muchas cosas, del curador que viene, del crítico, del académico que viene a investigar algo, del artista que viene, tú ir a un estudio. Son muchas cosas que se van jalando hilos y tienes que estar porque si no. Además lo adoras, es un negocio muy personal, siento yo. Nunca sabes si va a entrar una gente que viene a ver y nos sabes quién es y, resulta que es un súper coleccionista o un crítico importante.

A ¿Tiene el mismo trato con todas las personas que entran a su galería?

MP A todo el mundo se le recibe igual. A la gente en México le da un poco de apuro entrar a una galería, porque siente que lo van a ver y “Ah, no sabe nada” les da timidez. Pero aquí puedes entrar, preguntar y te van a atender muy bien y no importa que no sepas nada, para eso estas, para enseñar, explicar, para eso manejas artistas, pero hay que estar sin duda alguna. Es apasionante porque es cero rutinario, hay días que dices “que personaje conocí”, es un trabajo tan rico en ese sentido que conoces a gente fantástica que, ni se te pasaría por aquí pensar que vas a conocer a alguien fantástico. Además tienes un privilegio de los dioses que es, que el creador te abre la puerta de su intimidad, que es el artista y eso te abre un mundo que dices ¡que maravilla! El ir a un estudio, que un artista te cuente un proyecto y te lo transmita, a mí me parece un privilegio. Porque

además te lo pelea intelectualmente, porque tú le preguntas, bueno y ¿por qué?, los jóvenes a mi me sorprenden y digo ¡que maravilla! Y también me sorprende que Joy Laville a sus 84 años me dice: “Mariana, te quiero hacer un cuadro para la feria” y lo veo y pienso “que maravilla” que una mujer a su edad tenga la capacidad de pintar un cuadro que lo ves y dices esto está lleno de vida. Y la gente que viene, te haces amiguísimo y le abres un horizonte que no se había imaginado que existe. Como no es un trabajo rutinario y te divierte, no andas diciendo “que lata, tengo que ir a trabajar”, también hay toda esa parte de trabajo de escritorio que si, a veces es latosa pero es indispensable: archivar, cobrar bien, vender bien, llevar bien, nunca puedes ser agresiva, o sea, es un balance y hay mucho de trabajo de escritorio que si a lo mejor dices “que flojera” pero es absolutamente necesario; porque el orden que tienes que llevar en una galería es esencial para que tu galería funcione y dure 76 años ¡De veras!

A En ese sentido ¿Cómo maneja la situación laboral con un artista, manejan contratos escritos?

MP No hay secretos. En México es muy difícil que hagas contratos y eso, porque vivirías en un juzgado. El artista le vende en su casa a su amigo, a su cuate, en fin. Está mal pero bueno. Es una relación de confianza, yo te diría que la galería ha durado 76 años porque no hay secretos, tú vendes y tú pagas. El problema mucho es, que a veces... te lo pagaron, le pagas al artista, o sea, no hay secreto. Mucho no funciona así, pero yo te diría que eso es esencial porque es una relación de absoluta confianza, de que sientas que nadie te está tomando el pelo y no he vendido el cuadro y ya lo vendiste cosas que no deben ser. El éxito de una galería también creo que es eso, que tú seas impecable y la transparencia, porque es una relación de confianza. Además el medio es chiquitito, la gente que de repente me dice “es que julanita vendió el cuadro y lo vendió en tanto”, digo: “que estupidez”. El medio es de este tamaño. Te enteras. Yo creo que no hay secretos, es una relación de confianza absoluta, de respeto.

A En una exposición X artista, vende X número de piezas ¿Cómo manejan los porcentajes ustedes?

MP La galería de Arte Mexicano siempre toma el 40%. Nunca hemos tomado más que el 40%. Inés Amor tomaba el 33% y lo cambiamos al 40% pero fue ya fue de sentirnos mal. Yo sé que casi todas las galerías toman el 50%, es obvio. Los descuentos los absorbe generalmente la galería, sobre todo si son artistas muy jóvenes. Yo no creo mucho en dar un precio y luego decir “te doy el 50 % de descuento”, eso quiere decir que te lo subí a un

precio que no era, yo rara vez doy más del 10 % de descuento. le doy a un museo el 20%. Pero no soy la galería de llévatelo y te doy el 35% de descuento ¡te estoy diciendo un precio que no es! te estoy triplicando el precio para darte el 35%. No creo en esas cosas, se me hace como una chafez.

A ¿Ustedes cómo manejan su programa de la galería?

MP De exposiciones. Ahora hacemos mucho menos exposiciones de las que hacíamos antes, pero también organizamos muchas fuera de la galería; no es solo el espacio sino al artista que puedes mandar a exhibir a diferentes partes, ya sea en Estados Unidos o en Europa o fuera de la ciudad de México. Hacemos más o menos como seis exposiciones al año en la galería y fuera, muchas; o no exposiciones pero si mandas a tal artista que va a participar en no sé dónde. Muchas cositas para abrir ventanas y que los artistas traten de salir lo más que se pueda.

A Pensar en abrir una sede en otro lugar...

MP Podría ser pero necesitas tener un socio y que lo haga bien y, que lo haga como tú lo haces de bien y crea en lo que tú crees. Digo, no es tan fácil porque si tienes que cuidar tu prestigio y cuidar todo, si abres una sucursal tiene que tener los mismos... y encontrarte un socio así pues no está tan fácil. Yo creo que las grandes galerías en el mundo ahora, son empresas enormes, en México todavía no llegamos a eso pero si son empresas y gentes muy impresionantes. Yo todavía digo “que susto” A México le falta mucho para eso pero ya son grandes empresas, donde ponen una gente dedicada a un artista en especial que tiene que saber de la producción del artista, de las ventas del artista y eso al mes, cuanto reporta... toda una estrategia de primer mundo que desde luego funciona. Con un nombre muy importante. El mundo de hoy te va llevando, cuando tú ves en las ferias a grandes galerías es muy impresionante. Ojala algún día llegemos en México a eso, porque eso quiere decir que estas muy en el mundo, porque el mundo si se abrió y es otro. pero también la competencia es brutal.

A Yo creo que eso es bueno, que haya muchas galerías...

MP Yo creo que es una maravilla. La buena competencia te ayuda, nunca te desayuda. Te hace ponerte las pilas, ver que están haciendo, una buena competencia te hace mejorar. Es como un barco que quieres que sea un trasatlántico, que si no tienes una buena competencia, no podría ser. Te hace que la calidad mejore para todos, sobre todo en un mundo tan globalizado y en el que tienes que entender que tienes que competir, pero competir bien. Además no hay nada de malo, entre más galerías importantes hay

mexicanas, el nivel internacional del arte que se maneja en México pues sube, internacionalmente hablando.

A ¿Ustedes tienen ferias que vayan de manera regular al año?

MP Antes hacíamos más ferias que ahora. Las ferias son muy cansadas, es una presión y son carísimas. Es muy desgastante, acabas aplanado, ya necesitamos unos jóvenes que nos ayuden; hacíamos más porque éramos más jóvenes. Si tienes que tener juventud y una pelea porque allí es una pelea de a de veras. Porque además si no sacas los gastos, no vuelves, por lo que te cuestan. Es una pelea dura, ahora, son fantásticas de hacer pero si necesitas una energía especial. Cosa que con el tiempo se te va acabando para hacer todas las ferias que quisieras. También hay que tener (dinero) es que es carísimo. Para las galerías mexicanas creo que es un esfuerzo impresionante y las que más van yo, mis respetos porque es un gasto enorme y un esfuerzo triple.

Es una manera de estar en el mundo hoy. Son unos fenómenos recientes en el arte, muy impresionantes. Todo lo que te sucede después de una feria, te caes muerto del susto. El que te vio ahí y ni siquiera te saludo, se llevó una tarjeta y que te escribió y por un mail te dice “yo la vi en la feria de tal y quiero tal artista” Ahí es cuando te das cuenta que es impresionante. Alguien me lo dijo un día, un galerista español en ARCO, le decía yo “que fenómeno las ferias”, me dijo: “mira Mariana, son como anunciarte en la mejor revista del mundo pero en vivo y en directo” ¡y es cierto! Hay gente que ni te saludo en la feria, pero que pasó por tu stand, vio una tarjeta y vio algo que le fascino y ese alguien al mes o a las dos semanas te manda un mail y te dice “yo la vi”. Dices “esto es increíble”. O un curador que vio y que le entusiasmo y ¡que maravilla! Entra muchísima gente, a la mexicana logramos que entraran muchísima más gente que la primera, pero a las ferias internacionales entra una cantidad de gente. A ARCO entraban en esa época 5000 gentes diarias, en una ciudad de 4 millones de habitantes. Claro, acababas planchado, de todas edades, gente muy joven y mayor; no todo mundo colecciona, ahí es donde todo mundo ve. Por eso es importante la ferias en México, aunque seas joven y no vayas a comprar nada, se te hace un ojo y ves ¡que maravilla, un Anish Kapoor! Cosas que no tenemos la oportunidad de ver tan fácil.

A Y si vuelves a ir, te vas haciendo de un criterio y vas generando juicios...

MP Si, juicios y esto me gusta, esto no me gusta y a ver. El arte es como un opio, una vez que lo pruebas ya no lo puedes dejar, pero hay que probarlo y hay que ir y hay que hacer un mínimo esfuerzo. Pero es apasionante.

Ahora, yo creo que hay muy buenas galerías en México, me gustaría que hubiera más, pero claro que entiendo que para que haya más galerías tenemos que tener un público que apoye más las artes plásticas de la gente joven para que ésta pueda seguir produciendo, las galerías existiendo y el coleccionismo creciendo. Alguien me dijo “Mariana, te fijas ahora en vez de cuadros, compran coches” que es absurdo. Me acuerdo que una vez en Guadalajara me dijo un señor “como le voy a comprar ese cuadro si vale más que un coche” y le respondí “Sí, nada más que con la diferencia que el coche no lo va a poder heredar su hijo ni va a poder sacar de pobre a su nieto” Bueno, que razonamiento y le dije “aparte no lo disfruta”, solo cuando se sube a él pero cuando no cuando está sentado en su casa ¡Pero es cierto! Ahora hay muchos artistas jóvenes accesibles, que lo son para mucha gente que tampoco tiene que ganar mucho dinero, entonces yo si creo que es un granito.

A ¿Has vendido alguna vez a crédito?

MP Sí, Inés Amor vendía muchísimo en abonos. Inés Amor cada mes tenía, había dinero para todos los artistas por sus abonos. Ella vendía mucho en abonos y cada mes tenía para todos ellos. ¡que es una idea genial !Lo que pasa es que con la devaluaciones en México, fue un momento en la economía mexicana, se dejo de hacer porque el dinero no valía –con Echeverría que empezamos la devaluación- Pero yo creo que ahora si se podría volver a hacer y yo, si claro que doy abonos. Si una gente me dice “Mariana te lo pago en 3 pagos” ¡Claro, por supuesto! En época de Inés todo el mundo compraba; pero también el valor de compra de un profesor universitario era impresionante, porque podía comprarse dos cuadros al año (no de Diego Rivera) pero si de alguien joven, en abonos, tener un departamento y tener un cochecito. Ese profesor universitario hoy, tiene que tener cinco chambas para poder hacer eso. Eso es lo que es una tragedia, que México si ha perdido su clase media. Grandes coleccionistas de la galería eran profesores universitarios de esa época que le compraban a Inés gente joven. Hoy a ese profesor ya le cuesta trabajo. La clase media gana muy poco y se le antoja pero no puede comprarlo, aunque no sea tan caro. Estamos medio mal repartidos en economía en este país. En los 60 había muchísima gente pobre pero la clase media, tenía una posición muchísima más desahogada de lo que la tiene ahora. Yo creo que parte es eso.

A Con las entrevista anteriores, que son casi todas galerías recientes vengo indagando más en cómo inician y cómo le hacen para arrancar, con ustedes, es más por el lado del trabajo de continuidad y de no perder la importancia que tiene la GAM...

MP Exacto. Es un trabajo de cuchillito de palo todos los días y, tampoco es decir “con estos artistas me voy a hacer rico” es un larguísimo camino el del artista y el galerista y es de paciencia y ver a un joven como se desarrolla; o sea, no hay magia de la noche a la mañana, no existe eso en la vida. Hay que tener y verlo a largo plazo.

A De repente hay algún artista que tiene un boom...

MP Pero eso también se apachurra. Yo te lo puedo decir porque he visto cosas que te hacen pensar qué está pasando y de repente, hoy nadie se acuerda de ellas. Las modas son peligrosas.

A En el 2008, hablando de la crisis económica ¿qué tuvieron que cambiar o modificar para que no afectara esta situación al espacio?

MP Es difícil, de repente sientes que estás jalando la carreta pero con unos esfuerzos enormes y es muy difícil; tienes que tener una vocación y una pasión y, saber que hay vacas buenas y que vendrán vacas flacas. Creer realmente en eso y ser como una hormiguita que ahorra para las vacas flacas. Ha habido épocas difíciles, Inés también las pasó, si tú ves el cardex que hacía Inés Amor, que era donde ponía quién era el que había ido y ponía: “vino a la galería el 31 de mayo de 1946, me compró un grabado de tal, con número tal”, que además lo podías hacer con el archivo, se cruzaba la información. Ese cardex estaba hecho de todo el papel que llegaba a la galería y no se desperdiciaba nada. Le llegaba haz de cuenta el papel de una invitación, que ya no se iba a usar, la parte de atrás que era blanca se recortaba al tamaño del cardex y se usaba. Hay ves como sobrevivía. Venimos un poco de esa escuela de no desperdiciar, de esa cosa de decir un sobre no usado dos veces es un desperdicio. Cosas que estaba consciente y que la hizo sobrevivir en épocas realmente difíciles.

Lo que yo siento un poco es que las generaciones jóvenes tienen una cosa de consumo que yo no tuve de niña, porque soy hija de la posrevolución mexicana, digamos. En donde esa generación si estaba construyendo un México mejor, eran muy conscientes de eso y nada se desperdiciaba, el consumo que hay ahorita en el mundo es un poco agobiante. En el arte lo hay, en todo y la vida es más que eso, es ver mucho más a futuro, no tan instantáneamente. Y si adoptamos muchas malas costumbres del primer mundo. Esa cosa poco banal, satisfacción instantánea, todo instantáneo. Oye, siéntate a comer tranquilamente con el que estás junto y no “cuántos mails me llegaron” Estas 24 horas en una cosa que te agobia. Ahora, tampoco puedes negar que eso es parte de la vida de

hoy, de estar enterado, porque también si te retiras de eso, desapareces. Entonces también te tienes que actualizar y como galería, también.

A ¿Y le han entrado al facebook, y esas cosas...?

MP Al facebook, a la computadora ¡Tienes que estar! Hay gente que no tiene ni computadora, el mundo ha cambiado y tienes que cambiar para que sigas estando. Yo creo en ese sentido que hay gente fantástica y joven que la va a hacer muy bien; como galerista, es gente muy preparada, yo creo que nos espera un futuro fantástico. Porque están informados y están dando la pelea en el mundo sin complejos de ninguna especie, que es fantástico y vendrán muchos y por ahí andan y ves la calidad de las galerías jóvenes y es buenísima, y son listísimos y están informados.

A Con el boom del arte mexicano en el 2002, las galerías y espacios independientes fueron un agente importante...

MP Todo eso es una maravilla y lo que veremos hacia adelante va a ser mejor. Sin duda alguna y hay gente joven que es movidísima. Son los que les toca dar su resto hacia el futuro. Aprendes muchísimo de ellos porque las ideas del mundo son totalmente diferentes a lo que eran hace 20 años y yo creo que son fantásticas. A mí me entusiasma. Cuando escucho a un artista joven haz de cuenta que me bañan de agua fría, de un regaderazo de agua fresca ¡claro! Lo que tú no puedes decir es “esto yo ya no lo entiendo, que horror”, yo entiendo a mi coleccionista tradicional que me dice “Mariana ¿qué es eso?, no lo voy a poner en mi sala” No te lo va a comprar pero por lo menos que entienda que está pasando y por qué un joven te está tratando de decir lo que te está tratando de decir en arte. Lo que no puedes es bajarte y decirle “no me gusta, que horror”. Que entienda que está pasando intelectualmente y por qué un joven te está proponiendo un lenguaje tan diferente. Pues porque el mundo cambio.

A ...y ¿hay mucho coleccionista que compra arte como inversión nada más?

MP Sí, hay mucho. Porque también si es... ¿y cuánto va a valer mañana? Mira, si tuviera una bola mágica. Compra por un disfrute personal, les digo; si eso se convierte con el tiempo en algo más, que maravilla. Pero si no, la satisfacción es lo que importa, no la pagas con nada, no tiene precio.

A Una galerista me decía: “es que el arte a lo mejor no sube, pero jamás baja, solo que tú lo quieras vender por que necesitas dinero...”

MP Mira, aun el artista que está de capa caída y que no lo reconocieron y lo rescataron, siempre tiene su valor y conserva su valor. No baja y el tiempo tarda en rescatar cosas,

pero las rescata, ve Frida ¿Cuántos años se pasó Frida en el completo olvido? Y hoy es de ¿perdón? Para que tú veas lo que es el mundo hoy y se convirtió en un producto, te venden hasta cejas, ya es agobiante.

A Se desbordo todo eso verdad....

MP Voy el otro día a Perisur y de repente vi “Exposición de Frida Kahlo”. Muchísima gente viendo la exposición y eran fotos y esas cositas y estaba bien puesta, pero me sorprendió la cantidad de gente. Para que tú veas que el arte tiene que llegar a los centros comerciales. En Japón así es. Yo me sorprendí. Me impresionó en Berlín, entre a una cosa tipo Perisur... lleno de arte, presentaban la colección del *Reichstag* ¡no sabes que colección! Allá el arte está hasta en la cámara de diputados. Me quede sorprendida, no sabes qué cosas. Un éxito inusitado. Por qué le cortamos, a lo mejor el futuro va a ser mucho eso. Que le lleves a la gente el arte *in situ*.

Me fui a cortar el pelo y la señorita que me lo corta desde hace mil años me dice: “Mariana, ¿a dónde crees que fui? Al Soumaya el Jueves Santo, con toda esa cosa del hombre más rico del mundo y yo sé que sabes mucho de eso, pero yo nunca había entrado a un museo” Si hay esa idea del hombre más rico del mundo, que es mexicano y además es gratis. Me siguió diciendo “llegamos y, lleno, la cola tres vueltas pero muy ágil” Se esperaron y estaba esta chica: embelesada. Pero fíjate, es una gente que nunca había entrado a un museo, me dijo “*La Piedad*” Bueno –unas cosas espantosas (Mariana)- Pero para que tú veas le dije “Pero tú puedes ir a muchos museos en México que hay un día que no cuestan y que son maravillosos” O sea, no lo dejes nada más porque es el de *Slim* el hombre más rico del mundo. Ve a Bellas Artes y a mucho más museos que no cobran. Pero es para que tú veas lo que jala la novedad y que no cobra y esas cosas. A mí me sorprendió porque está chica nunca había entrado a un museo. Aunque sea así, me impresiona que la gente si tenga un interés, por morbo o lo que tú quieras. ¿Por qué no? A mí me sorprendería mucho que los diputados en México tuvieran una... te imaginas que maravilla, le tenemos que meter al humanismo...políticos, todos.

A Lo curioso es que está demostrado que es redituable, genera dinero entrarle al arte y, sin embargo el Estado no lo hace, son reacios a entrarle.

MP ¡Sin duda! El otro día en España los museos aportan no sé cuánto del PIB en la economía. O sea, si son negocio. Es impresionante, Estados Unidos ni se diga, hordas en el Museo de Arte Moderno, saliendo de cualquier exposición ya está ahí la tienda, ya no la tienes que buscar. Tienen un espacio donde tienen el catálogo, la postal, etc. Aparte

puedes irte a la tienda grande, pero ya saliendo, te enfocan a que te lleves y compres algo. El primer mundo lo ha logrado sin duda ¿Por qué no hacerlo aquí? Lo de Perisur te prometo que me impresionó porque estaba lleno de gente, ¿por qué? Frida Kahlo. A lo mejor no es tan mala idea. Si esos lugares se han vuelto como el paseo de fin de semana de miles de gentes que van a ver y comprar. Me impresiono. Creí que era un cantante y no, era una exposición de Frida Kahlo. Porque si los acercas un gramo a algo, yo digo que les puedes hacer cualquier cosa, la exposición de Orozco, por ejemplo; yo la vi en el Auspicio Cabañas, porque además yo nunca había visto una retrospectiva de Orozco. Erasmo tres personas y las tres éramos de la ciudad de México. Y esa exposición aun en México era la exposición del Bicentenario. No hicieron todo lo que tenían que haber hecho para que la gente fuera. Era impresionan Orozco porque no hacia una sola concesión y la ves, y es *México right now*, colgados, ahorcados, decapitados, etc. Has de cuenta que ahorita, muy puntual con esa crítica a la burguesía mexicana, devastadora porque Orozco no le importaba ¡Que artista! Y la expo pasó desapercibida, era la oportunidad para el Centenario. No entiendo bien. Por qué no volverlo un espectáculo. Me imagino que les dio sustillo. Si se querían retratar las señoras con Orozco, él les sacaba el gesto más feo que tenían, con su yo interno más espantoso. Si Diego las pintaba divinas, éste les sacaba su verdadero yo.

Yo no sé si hoy tenemos que ponerle las cosas ahí a la gente, a donde va. Hay tanto que ver en México, fantástico, tiene muchísima oferta cultural, yo no sé qué tan aprovechada está por el público. Somos un país con grandes artistas, talentosos, que los genera desde hace mucho tiempo; que nos atoramos porque no hay muchas galerías. Porque a el Estado le da miedo ¿qué tal si me equivoco? Pues si compras 100 y le pegas a 3, ya la hiciste, tienes que entender que hay que comprar jóvenes cuando son hiperaccesibles, el Estado espera cuando son reconocidos, pero ya son caros e inaccesibles.

A ¿Usted colecciona también?

MP No, no soy tan coleccionista, porque cuando eres galerista eres galerista, no eres coleccionista. Eso lo aprendí de Inés Amor, porque yo empecé “yo quiero esto y esto otro”, y me dijo un día: “tú eres galerista, no coleccionista, no te puedes quedar con todo, con qué dinero” La galería tiene una pequeña colección y yo tengo otra pequeña; pero lo que pasa es que yo vivo la obra y por un rato es mía, pero esa necesidad de tenerla pues ya no, porque de alguna manera la tengo y veo como se va y ¡que maravilla! Pero hay gente que veo su casa y podría ser un súper coleccionista y tiene y no lo es, y me da

como tristeza, porque digo “que maravilla, como se le verían aquí diez artistas jóvenes”, que tampoco tiene que desembolsar tanto y se vería su casa preciosísima. Y no lo coleccionan, y se compran cosas.... Liverpool ¿cómo?

A La pregunta aburrida de esto, de quién compra arte, la cuestión fiscal en México ¿cómo lo ve usted, es favorable para el coleccionista, para la galería?

MP No es deducible, el arte no es deducible de ninguna manera. El problema por ejemplo, con compañías que podrían ser grandes coleccionistas, es que no hay una tasa de deducción para las artes plásticas; no todo, porque yo entiendo que el país necesita impuestos. Pero si que tuvieras una parte, yo creo que las grandes compañías podrían hacer grandes colecciones y no las hay, por la cosa fiscal; si tú ves casi no hay colecciones corporativas porque no les conviene. Para que tienen cosas que no hay ninguna deducción fiscal. Creo que tenemos el problema en México de que muy poca gente paga los impuestos que tiene que pagar, es un círculo vicioso, en donde si todos pagamos, habría muchas más facilidades para las artes plásticas o para mil otras cosas.

A Que es curioso porque si generas grandes coleccionistas a la larga, terminan donando su colección a un museo...

MP Por eso Estados Unidos tiene los museos que tiene, porque los americanos han salido a comprar el mundo entero de arte y lo han donado y ha terminado en los museos. Eso el Estado mexicano, nunca lo ha entendido. El Estado mexicano tiene una cosa muy extraña, ve al coleccionista como un especulador y yo digo “es que no saben”, es el primero que resguarda una obra de arte es el coleccionista, me explico. El primero que protege una creación artística. Tiene que entender que al coleccionista si hay que verlo como una maravilla y no solo como un rico que especula.

Yo tuve un gran pleito con el Estado mexicano cuando hicieron a María Izquierdo, Patrimonio Nacional y, que me amparo contra el Estado. Siete años y gane. Se aterraron que gane porque creo que es absurdo, sobre todo tú no puedes limitar al coleccionista mexicano que no pueda coleccionar con tranquilidad en su país. Es de miedo que te lo confisquen, que te lo hagan patrimonio, entonces se sale el patrimonio en vez de que se quede. Digo es el ABC. Se lo dije a Sari Bermúdez “tengo el tiempo, tú no, tú eres pasajera” Pero yo, aquí me quedo hasta que lo gane y lo gané y, fue muy difícil, porque el Estado y el juez me decía “No es procedente el amparo, cómo sabemos si es autentico o falso el cuadro” ¿cómo me voy a amparar con un cuadro falso? El INBA es la última instancia para dar un decreto de autenticidad y decían, “ah, pues no podemos” ¿cómo

que no pueden? Pues lo saco de México. No, porque si son auténticos. Entonces dame el papel, si son auténticos. Pobres, todas esas cosas. Ya no sabían dónde ponernos piedras, pero el abogado me decía: “Es que legalmente es anticonstitucional que hagan patrimonio algo” Lo gané y se murieron del susto.

Tienen que cambiar esas cosas, modernizar como cualquier país. Además está incluido todo lo prehispánico, la obra del siglo XX se hizo para venderse. Punto. No es como lo prehispánico, pero está en la misma canasta, me explico. Modernicémonos, yo entiendo, pero no puede estar igual que lo colonial, ni que lo prehispánico, porque la obra de caballete del siglo XX, se hizo para venderse, porque Diego, Rivera, Orozco y todos ellos hacían esos cuadros para venderlos, para que circulen. Creo que si al coleccionista lo apapachas, lo quieres, acaba donando algo a un museo en México, pero es un largo camino de hacerle la barba, de un romance que va a acabar en eso; pero si los has tratado con la punta del pie pues qué te va a donar. Nada. Aparte si tú lo amenazas con hacerle patrimonio algo, por debajo del agua se lo lleva y si se lo pides prestado, te dice: “Yo no lo tengo y nunca lo he visto” !Absurdo! En vez de que si un coleccionista se compra un Picasso y lo trae a México, se enriquece el patrimonio nacional, es el ABC, lo más seguro es que se quede en México, pero si tú a eso le pones 80 trabas... Hace como falta modernizarnos en ese sentido y no aterrarse y pensar el patrimonio se va de México, digo, ya estamos en el siglo XXI, el mundo es mucho más civilizado. Las leyes funcionaron en un momento pero ya no funcionan. Además muchos artistas contemporáneos están fuera, están en grandes lugares, en galerías importantísimas y ¡que maravilla! A mí los nacionalismos me chocan un poco, yo creo que el arte si es universal y las etiquetas nunca han sido buenas, menos ahora.

A Con esto de la Ley de sociedades Mercantiles ¿Desde cuándo ustedes están registrados como sociedad mercantil y como les va con esto?

MP Mira, la galería fue una S. de R.L. (sociedad de responsabilidad limitada), que es increíble pero en esa época en 1935; y luego ya nos modernizamos hasta ser una S.A. (sociedad anónima), porque ya obviamente te dice el contador “S de RL nada más los transportistas” y yo ¿cómo? O sea, te vas haciendo más moderno en tu manera de operación. Ya somos una S.A. Pero curiosamente desde 35 la galería, si pagaba impuestos y pagaba con timbres fiscales. Qué curioso. Imagínate que arcaico pagar con timbres fiscales. Ahora los artistas tienen la oportunidad del pago en especie, que eso a mí me parece una panacea y para que el Estado se haga de obra, lo malo que pasa es,

que la obra pasa a ser de la Secretaria de Hacienda en vez del INBA. ¿qué tiene que hacer Hacienda manejando obra y tener colección? Debería de pasar al INBA. Ahora no todo mundo paga en especie, no van las mejores obras, pero yo creo que si el artista entendiera que pasa al INBA y va a exhibirse en museos importantes, dirían “va está”. Eso es una panacea.

Las leyes deberían de finarlas para que realmente funcionen muy bien y que pasen al Estado que es quien tiene que manejar el arte, Hacienda tiene un museo, puede estar bien y lo que tú quieras, pero no hay razón de ser que las galerías tengan una colección, mejor que la tenga el INBA. Que mande a los Estados colecciones porque fuera de la ciudad de México es difícil, se han hecho esfuerzos, pero falta. Pero si hemos avanzado. Siempre he tenido esperanza en este país. Pero hay gente fantástica en el medio del arte y las nuevas generaciones están muy preparadas. Antes la gente que estaba en el arte era por amor, pero no tenían la preparación que hoy un joven tiene. Eso cambia un país. En España están aterrados con las manifestaciones, están hartos de la corrupción y de la falta de oportunidades.

A Para ir cerrando con el tema de los jóvenes ¿qué tendencias y cambios observa desde los últimos 20 años y a futuro? ¿Y el arte...?

MP Yo creo que es inmensa, dio un vuelco de 180 grados. La información y el acceso que tiene un joven hoy, de fuera, no existía hace 25 años. Eso te lo demuestra mi generación. Imagínate cómo no voy a creer en el futuro y en lo moderno. Eso transformado en arte y talento... que yo tenga la capacidad de sorprenderme después de 30 años de estar aquí, es padrísimo ¿qué es esto? El mundo no se puede hundir. A pesar de que el mal y las sombras oscuras, hay algo que es fantástico. Esa capacidad de hacerte llorar y que te conmueva es lo que puede salvar al mundo, ahora, el arte de hoy no es un arte que está necesariamente para complacerte, eso es padrísimo, está hecho para pensar y para que tú como espectador veas en el mundo que te rodea, que muchas veces pasas y yo vine conmigo y no quiero saber que existe. Eso es increíble del arte contemporáneo: tú eres parte de la pieza. Porque al hacerla, si tú no la ves... y mira que te puedes quedar boquiabierto

A ¿Hacia dónde cree que va el mercado mexicano? ¿qué falta?

MP Yo sí creo que falta que no se especule tanto con el arte, porque el arte no es para especular, no es para apostar a una inversión; es una inversión pero a pesar de ella misma, pero no es su intención primera. Entonces tratar de que sea un mercado un poco

menos especulativo en el coleccionista, que compre más por convicción y por un placer absoluto de tener una obra y de disfrutarla, que por esa cosa de decir “mañana lo voy a vender 50 veces más caro”. Entonces no seas coleccionista, cuidar más eso y hacer más al coleccionista que compre una obra por el enorme placer de tenerla. Ahí va, hay talento y hay que tratar de empujarlo.

A una buena propuesta de la mano con un buen galerista...

MP ...es una maravilla, sin duda. No morir en el intento. No es fácil pero es apasionante. Todos los días de mi vida digo “que padre”. Hoy voy a conocer a alguien y es cero monótono, y voy a ver a tal artista haber qué me propone, haber que me enseña. Te hace vivir, decir sí, sin duda. Aprendes y te sorprendes todos los días.

A Es también quitar esa idea de quién no conoce mucho el medio, de que el galerista es alguien que explota al artista y solo el importa el dinero, no le interesa el arte... Por ser una profesión del ámbito privado, no se conoce mucho

MP ... que nada más se quiere hacer rico y no le importa el arte. Ahora, hay de todo en la viña del señor, también los galeristas tiene mala fama en el mundo, porque han hecho unas cosas horribles, o sea, nada es gratuito, pero hay gente muy seria y muy bien, sin duda. Puedes entrar a una galería y el director no te va a cuestionar, esta para explicarte; aunque no te compren; a mí me divierte que la gente viene y me dice “haber, qué me enseñas Mariana” y ya, me hicieron la tarde, no me compraron pero les abrí un horizonte de un artista joven que no conocían

A ¿Cómo le fue en MACO este año?

MP Nos fue muy bien. No siempre nos va muy bien pero este año, si. Muy entusiasmadas, entró muchísima gente y te puedo decir que de la primera, es un record la gente que ha entrado. Es un esfuerzo enorme, va para bien.

MAURICIO GALGUERA (Hilario Galguera)

A ¿Qué tal de trabajo después de MACO?

MG Estamos cerrando MACO y estamos preparando una exposición que es de las más importantes para nosotros este año, que es de Daniel Lezama, que es la primer exposición individual que va tener aquí en la galería. Ya lo presentamos en Europa, en el Museo de la ciudad de México, pero exposición de galería, ésta es la primera. Entonces estamos muy contentos, es para el 26 de mayo.

A ¿Tu eres hermano de Hilario?

MG No, soy su sobrino

A Y aquí en la galería ¿cuál es tu función?

MG En realidad cumplo con las mismas funciones que Hilario digo, por supuesto que él es el que tiene el contacto directo con los artistas. Pero yo me encargo de ciertas cuestiones de la curaduría, también tengo una relación personal con los artistas, con los que desarrollamos los proyectos, le doy seguimiento a las exposiciones, planeo junto con Hilario por supuesto el calendario de las expos y bueno, hacer ventas que es finalmente nuestro objetivo.

A Brevemente, te cuento de qué trata la tesis...

MG En realidad es un poco difícil encontrar los parámetros, porque finalmente la idea de una galería de arte. La que nosotros tenemos surge a partir de una persona. Es un poco difícil establecerla como una compañía o como una empresa a pesar de que en ciertas cuestiones prácticas, por supuesto que se tiene que llevar como una empresa. Porque finalmente hay que pagar impuestos, finalmente hay que hacer transportes y finalmente una sola persona no se puede encargar de todo eso. Pero al final realmente todo esto se trata de la relación que hace un individuo, en este caso lo que lleva haciendo Hilario por 25 años y bueno, pues los nexos que hace él con sus artistas y después con instituciones y con otra cuestión. Por lo tanto si es un poco difícil establecer un estándar no, de profesionalización, porque cada quien funciona a su manera, pero lo que sí es cierto es que en las galerías de arte contemporáneo que tenemos como este nivel de proyectos, es decir, queremos hacer que nuestros artistas trasciendan a nivel internacional; queremos estar al más alto nivel en cuestión no solo mercantil, que por supuesto nuestro objetivo es ir a las grandes ferias, etc. Pero también en cuestión de desarrollo y proyectos, finalmente nosotros siempre hemos sido una galería en donde Hilario se ha especializado en generar proyectos curatoriales que sean particularmente interesantes para el público, y también

claramente para los coleccionistas; y que se entienda en México, que el coleccionismo arte contemporáneo que es otro aspecto, en dónde está muy verde en muchísimos casos pues es muy importante incluir al espectador y a gentes que pueden ser posibles clientes y coleccionistas. Pues realmente el arte contemporáneo tiene un discurso muy importante, muy universal y cualquiera se puede identificar, porque muchas veces creo que existe este temor que la gente tiene ante el arte contemporáneo como cosas inexplicables o cosas que están como a otro nivel o cosas que están en otros parámetros. Finalmente es arte, que por supuesto que es más complicado que el arte que se ha hecho en épocas pasadas, porque cada vez más la sociedad se vuelve más sofisticada y por lo tanto tiene que generar cosas más sofisticadas, es como una cuestión lógica. Pero finalmente, cuando se dan ciertas guías y ciertos lineamientos para ver una obra de arte y para comprenderla, pues finalmente se establece un nexo muy importante entre espectador y la obra y se vuelve muy accesible.

A Con ese punto creo que sería muy bueno empezar. Mencionaste 25 años que lleva Hilario, y la galería abre en 2006 ¿Cómo está eso?

MG Él empezó primero como coleccionista, se dedicaba a otras cosas, era Arquitecto. Después empezó a establecer relaciones cercanas con algunos artistas locales, y bueno, Hilario siempre ha sido una persona de libros y una persona con una cultura general muy basta, una persona de música, de cine, todo esto que finalmente acaba por generar una cosmovisión como muy amplia. Entonces las relaciones que empezó a hacer Hilario empezaron a transformarse de una cuestión de compra-venta a una como retroalimentación intelectual. Entonces empezó a colaborar con los artistas, empezaron a generar proyectos juntos e Hilario se dio cuenta que la oferta de galerías de arte contemporáneo en México era nulo. Estamos hablando de una época, de una época donde no existía ni Kurimanzutto, la OMR, por supuesto que estaba a lo mejor en sus inicios; la GAM, pero la GAM de los noventa era distinta a la que existe ahora. También por una cuestión de evolución que se ha dado en el circuito de arte contemporáneo en México. Entonces él en un viaje que hizo a Los Ángeles, llegó por casualidad a una galería que era ACE GALERIE, que son una galería norteamericana que realmente está instituidísima en un aspecto curatorial sobre todo y han desarrollado exposiciones con los grandes maestros estadounidenses. Con Chuck Close y Carl Andre, Donald Judd y con Dan Flavin y con maestros europeos también, Kounellis, etc. Entonces entro y realmente como un espectador más, se sorprendió y se maravillo de ese espacio, que sobre todo en

cuestión arquitectónica y en cuestión espacial era importantísimo porque era algo que no existía en México. Que es lo que nosotros hemos tratado de desarrollar con nuestro propio espacio, que son espacios completamente neutros, especialmente adaptados para ser una galería donde se presenten obras de arte contemporáneo, es decir, con las alturas necesarias, con la menor cantidad de elementos que distorsionen la visibilidad del objeto mismo.

Entonces a Hilario le pareció muy interesante. Pregunto así, casual y coloquialmente por el director, el director se le acerco, resulto que era Douglas Christmas, que es este galero muy importante y director y dueño de la galería. Entablaron una relación primero como de cuates, luego se hicieron amigos y luego se hicieron socios. Entonces Hilario trajo aquí una sucursal de ACE GALERIE a principios de los noventa y bueno, esto es una historia que nos es muy conocida, porque creo que no se le ha dado –creo yo- mucho su lugar. Pero Hilario trajo obra aquí por primera vez de grandes maestros, había aquí en este mismo espacio en donde estamos hablando tú y yo ahorita, había obras de Dan Flavin y de Donald Judd y de Carl Andre y de Lichstenstein, digo de grandes, grandes maestros. Hilario curó una exposición importantísima de Jannis Kounellis en el centro de la ciudad de México, una de las más importantes de su carrera, o sea realmente Kounellis se ha expresado muy bien de esa exposición en particular. Y Bueno había una serie de proyectos que realmente yo creo y viéndolo en retrospectiva, no estaba preparada la plataforma en México y le fue muy mal, quebró. Nadie realmente hasta la fecha sabe esto. Realmente yo creo que la primera galería de arte contemporáneo que hubo en México, con este nivel de especialización y con la calidad internacional, realmente fue la de Hilario. Esto fue en el 92.

Entonces pasó el tiempo, Hilario se dedico a otras cosas y después ya inauguramos en el 2006, a raíz de que Hilario –esta historia si es muy conocida en el medio- y de cómo se hizo amigo de Damien y después de ir construyendo esa amistad se dio la posibilidad de trabajar juntos. Y pues bueno, así fue como abrimos y ahora estamos en este nuevo nivel, pero realmente el panorama es mucho más prometedor, finalmente se ha creado un circuito de galerías y de espacios que permiten que esto se desarrolle a un mejor nivel.

A Su caso es muy particular, porque recuerdo que un chico que antes era dealer de arte (el director de Ethra), me comentaba que él opinaba que las galerías en realidad tienen 5 años de vida. Fue su opinión y es curioso. Porque ustedes están como en los cinco años

—desde el 2006—, siendo estrictos. Pero creo que siempre han tenido un perfil muy profesional, por los artistas que manejan.

MG ¿A qué se refirió, que tienen como una fecha de caducidad? A mí en lo particular, sin ninguna intención de tener alguna confrontación con este cuate ¡Estoy completamente en desacuerdo! Finalmente, por lo menos al nivel de galería al que nosotros queremos llegar y el proyecto que tenemos con nuestros artistas. Digo, hay galerías en el mundo que tienen 30, 40 años o más. Entonces es un poco también menospreciar el proyecto. Y finalmente creo que esto también responde a una cuestión en la que nosotros, por supuesto que nos interesa el lado mercantil de este asunto, pues de eso vivimos. Pero para nosotros también es muy importante desarrollar algo sustancial, en cuestión de discurso. Nosotros como galería tenemos un discurso. Si tú ves las obras que nosotros tenemos, realmente siguen ciertos lineamientos y ciertos parámetros que son, en principio el gusto personal de Hilario y después, pues lo que nosotros queremos transmitir como conjunto.

A ¿Cómo definirías el objetivo principal de la galería?

MG Nuestro objetivo es realmente generar proyectos que expongan a nuestros artistas de una manera inteligente y que les dé a ellos la posibilidad. Algunos ya lo están, pero a los que estamos procurando que sean, nuestros artistas emergentes, de media carrera; que se posicionen y se consoliden, sobre todo a nivel internacional y que les permita pertenecer a un circuito de los grandes artistas que existen ahorita.

A Hablando del programa de trabajo o de la línea de la galería ¿ustedes programan cada año X número de exposiciones, ya está todo el 2011? o ¿cómo van generando todo esto?

MG En realidad nosotros tenemos un plan como bastante claro de cuáles son los proyectos que queremos desarrollar a lo largo del año. A principios de año hacemos un plan más o menos de cómo van a ser las exposiciones. Consideramos de dos meses y medio, más o menos cada una de ellas, entre dos y tres meses, y sobre eso vamos estableciendo las fechas. Por supuesto que si de repente hay una exposición que tiene muchísimo atractivo para el público o que nosotros por cualquiera otra razón queremos dejar más tiempo, pues también nos damos la libertad de tenerla.

El año pasado tuvimos la de Damien Hirst de pintura, cinco o seis meses; la de Daniel Buren, otros seis meses, entonces realmente dependiendo la exposición y del caso en particular es cuando vamos determinando los tiempos. Pero sí, en realidad nosotros tenemos planeado a futuro qué es lo que queremos presentar y más o menos las fechas.

A En la galería ¿Cuántas personas laboran, que se puedan considerar el personal de la galería y qué puestos tienen?

MG Aquí estamos cinco personas. Está Hilario y yo, que nos dedicamos a la relación directa con los artistas. Hay una dirección administrativa, que es como la cuestión técnica de impuestos, de cuenta bancaria, etc. Hay un área de prensa y comunicación, que es diseño gráfico, manejo de imagen, boletines de prensa, etc. Editorial tenemos y así, básicamente. Y bueno, gente que nos ayuda a hacer la museografía, etc.

A Hablando de la relación con los artistas ¿Ustedes como llevan la relación laboral con los artistas, manejan algún contrato escrito o todo es de palabra?

MG La verdad, en estos casos en particular es un poco difícil mantener al margen la relación personal, con la laboral. Esto acaba siendo –como lo mencione al principio- y es difícil considerarlo como un tipo empresa o algo así. Finalmente todo esto surge a raíz de relaciones, de conexiones, de amistad y sobre todo de intelectuales. Entonces por lo mismo, nuestras vidas laborales y personales están realmente entrelazadas, o sea, suena un poco banal o estúpido pero cuando Daniel Lezama hace una fiesta pues nosotros estamos y cuando Daniel Lezama hace una inauguración pues nosotros estamos también. Porque finalmente el nexo de amistad y el de trabajo; como el arte es una cuestión que no es un trabajo de 9 a 6, sino que realmente es un modo de vida e involucra estar siempre al tanto de que hay en los museos, de que hay... Todo gira alrededor de esto y pues se mezcla. Entonces sí, nosotros no tenemos ningún contrato con ninguno de nuestros artistas, sino todo es de palabra. Confiamos ciegamente en ellos y ellos confían ciegamente en nuestras decisiones. Lo que pasa es que estamos con una relación tan cercana, que estamos en contacto constante con todos ellos. Todo el tiempo estamos hablando, intercambiando ideas y por eso se da una relación laboral tan fácil. Acaba siendo una gran familia, que es interesante cada quien con su personalidad y su forma de trabajar, pero que vuelve muy cercano este trabajo.

A Y a estos artistas que me dices ¿ustedes tienen algún criterio para integrar a un artista nuevo a su grupo?

MG En realidad cuando encontramos algún proyecto que nos parece fantástico, así como casualmente o de cualquier otra forma, pues nos interesamos y nos acercamos directamente al artista. Muchas veces sucede que sí aceptamos solicitudes y esas cosas. La verdad es que nosotros no estamos expandiendo constantemente nuestro grupo de artistas, hay muchas galerías que lo hacen, creo que a lo mejor por una cuestión de tener

más posibilidades de venta y así. Nosotros realmente queremos mantenernos en cuestión de tamaño y cantidad sobre todo de artistas y en un perfil bajo, porque es para nosotros muy importante ser, como te decía que nuestra relación es tan cercana y como los proyectos son tan íntimos en cuestión de galería y artista. Es como importante ir de la mano con todo esto y realmente si creciéramos mucho en cuestión de número de artistas, pues no nos daríamos abasto y no podríamos tener una atención tan directa en cada uno de los artistas, que es lo que yo considero, tenemos ahora.

A Cuando ustedes hacen una exposición ¿Cómo manejan los porcentajes de ventas con sus artistas, varía según el artista o hay un estándar?

MG Con algunos artistas varía, pero manejamos...siempre 50 – 50 o una cantidad mayor para el artista, pues consideramos que eso es un trato justo y nos ha funcionado bien.

A Para posicionar a sus artistas, que muchos ya traían carrera ¿Qué estrategias utilizan, prensa, revistas, etc?

MG Nosotros cada vez que hacemos una exposición en México, colocamos prensa, es muy importante para nosotros que se sepa lo que se está haciendo. Cada vez es cierto que hay más gente interesada, aunque no sea como un gentío el que recibamos. Sustancialmente viene mucha gente, a comparación de un museo, algo así. Hemos nosotros tenido filas aquí que le dan la vuelta a la cuadra en las exposiciones. Creo que tenemos y llegamos a mucha gente a través de nuestros artistas en cuestión de prensa y este tipo de cosas, pero nosotros sobre todo estamos enfocados también en desarrollar proyectos aquí en nuestra galería en la ciudad de México.

Pero Hilario ha sido muy puntual en llevarse sus esfuerzos mucho a Alemania. Nosotros inauguramos en el 2008 un espacio en Leipzig y ahora a finales de este año, pretendemos inaugurar un espacio en Berlín, más grande. Pues bueno, a través de esas relaciones que se han ido forjando poco a poco, porque en realidad hablar de tres años en esto, es un poco difícil; sobre todo que nosotros entramos a Alemania como una galería sí conocida, por el nivel y las dimensiones de proyectos que tenemos. Pero realmente nueva, fresca, con a lo mejor nuevas ideas y a un circuito que ya está muy establecido, como es el de las galerías de Berlín. Realmente esas son galerías con muchísima tradición, con muchísimos años de trabajo y, sorprendentemente y agradablemente nos recibieron con los brazos abiertos. Alemania es un país que ha sido para nosotros increíblemente dadivoso en todos los aspectos de la palabra. La gente nos ha recibido de forma increíble y ahí es realmente donde nosotros estamos enfocando muchos de

nuestros esfuerzos para lanzar a nuestros artistas. Que realmente están muy abiertos a recibir cosas de arte latinoamericano primero que nada, y luego de nuestras propuestas, porque realmente creo que pintores como Lezama o artistas como Benjamín Torres o Mauricio Limón, trascienden del estándar o del medio que hay de opciones aquí en México. Me parecen que tienen grandes proyectos y bueno, en Alemania los han acogido muy bien. Entonces está es una de nuestras estrategias para proyectar sus carreras.

También nos interesa mucho hacer libros, con Daniel Lezama hemos trabajado en dos ediciones, que es muy importante como para tener un registro y darle como más plataformas al artista para desenvolverse a un nivel internacional.

A Estos espacios en Alemania, ¿funcionan como otra sede de Hilario Galguera?

MG Si, se lleva y tenemos allá gente que ha estado contratada, pero sustancialmente Hilario va y viene, y yo también he ido y venido varias veces. Es el mismo proyecto, nada más es un espacio con los mismos artistas, primero en Leipzig y próximamente en Berlín.

A ¿Consideras que es como una consecuencia lógica cuando a un espacio le está yendo bien, abrir una sucursal?

MG Pues mucha gente... digo, esto no es novedad. Mucha gente lo ha hecho de forma práctica porque también es cierto y es importante mencionar que México es un país un poco difícil con el éxito, entonces uno a veces tiene que triunfar en el extranjero para que lo pelen aquí en México. Cosa que sucedió con muchos artistas mexicanos que ahorita son como muy importantes, pero que a lo mejor ni viven aquí. Que siempre son vistos como el artista mexicano y la gran lumbrera internacional y el guey que está en el spotlight, pero mucho de su éxito lo hicieron afuera.

Nosotros empezamos por supuesto con nuestro éxito aquí y más que ser una consecuencia lógica, es una necesidad porque si nos damos cuenta y es muy evidente que es muy importante hacer relaciones institucionales afuera, porque las instituciones en México no son muy... -sin comentarios ahí- Empezó también como algo práctico donde Hilario iba, hacía viajes, conoció gente, hizo conexiones y bueno, el espacio si es una consecuencia de este crecimiento y de esta necesidad que tenemos nosotros de colocar nuestros artistas en el extranjero. Y Berlín y Alemania en particular, siendo ahorita el epicentro de la economía y siendo un país con un crecimiento artístico extraordinario, con todo lo que están haciendo grandes pintores como Neu Raug y todo esto, es un país clave en este momento dentro del mundo de la arte.

A Volviendo un poquito al principio, en mi investigación, cuando abre la GAM y un poco antes sobre espacios que abren, medio improvisados y como una constante en México. Actualmente hay muchísimos espacios, pero ¿tú a que crees que se deba que un proyecto de galería o de distribuidor, no se pueda sostener?

MG Pues mira... uno de los problemas máximos que yo veo es que esto del arte se volvió una moda. Entonces con este medio boom intelectual que hay, y con el desarrollo de la Condesa y esta subcultura entre hipster y alternativa que existe, de repente el arte, ser artista, estar involucrado de cualquier forma, se volvió como fashion, como de moda; y digo, está bien, uno tiene que respetar cualquier intento y sobre todo si va hacia este camino que es el arte. Lo que pasa es que, mucha gente no entiende que esta cuestión requiere de un nivel de profesionalidad como cualquier otro trabajo, o sea, un abogado tiene que ser igual de profesional que un galerista, un contador tiene que ser igual de profesional que un galerista. Estamos hablando de cosas que son un poco abstractas, porque el arte es subjetivo y toda esta serie de cuestiones, pero en la cuestión del manejo de la carrera de una persona y en la cuestión del manejo de un espacio, uno tiene que ser profesional. Entonces cuando llegan estos problemas de logística o cuando bien la parte técnica, la parte de la talacha o la parte de la chinga, mucha gente no la quiere asumir; en otros casos mucha gente no tiene el conocimiento para asumirlo. Porque también tengo que decirlo, hay muchos improvisados, como es una cosa, que la gente cree que es tan libre y todo el mundo cree que puede ser artista, pues finalmente es un trabajo como cualquier otro, requiere de estudios, requiere de una mente constante, requiere de muchas horas de trabajo y cuando la gente se da cuenta de eso, deja de ser un hobby que se veía padre y se vuelve una chamba. Entonces si alguien abrió un espacio creyendo que iba a ser muy divertido y muy padre, que lo es. Por supuesto que tiene unas satisfacciones a un nivel inmensurable. Pero cuando la gente se da cuenta que no es tan fácil, a lo mejor eso es lo que hace que se desapeguen al proyecto. Yo veo que es a lo mejor una cuestión de capacidad, sin intentar ser muy pedante con la palabra ¡Todo mundo cree que es fácil! que de un día para otro abrimos un espacio en la Roma y conseguimos un guey que medio sabe escribir que sea el curador y, un guey que yo conozco toma unas fotos bien bonitas y las colgamos y las vendemos. Y a lo mejor venden dos o tres, no hay problema, pero no hay una cuestión intelectual de fondo y sobre todo, no hay una cohesión entre las partes.

Para nosotros es importantísimo este muégano que hemos hecho con nuestros amigos y nuestros artistas, con curadores y gente que vamos todos hacía el mismo camino y en realidad, cuando esto se vuelve una moda y se vuelve algo pasajero, pues por eso pasa. Es decir, se abren muchos espacios, se genera mucho movimiento, va mucha gente a las inauguraciones de la Condesa y de la Roma, que está muy bien, pero no es un proyecto a largo plazo y a mí en lo particular, muchos de ellos no me parecen proyectos profesionales, con una cosa sustancial de fondo. O sea alguien que sea un apasionado del arte y que tenga un gran conocimiento de él, porque esto requiere mucho estudio. Finalmente mucha gente se va por la fácil y creen que el arte contemporáneo es lo único que hay. Uno tiene que ver hasta las más profundas raíces del arte, por lo menos a partir del Renacimiento, para darse una idea de cómo funciona esto. Porque en realidad son patrones que se repiten, creo que falta un poco de investigación a profundidad, que es finalmente pasión por esto.

Y mucho de estos proyectos son espontáneos y ocurrentes como tú les dices. “¿y que hacemos ahorita? ¡Ah, pues una galería de arte! colgamos unas cosas y las vendemos”, pues no es así de fácil.

A Al final tiene que ver con que al final las cuentas no salen. Me decían que abrir una galería y tener una galería, implica una inversión fuerte...

MG Por supuesto. Mira, si quieres tener un espacio decente, tienes que pagar un espacio que se preste para tener obras de cualquier dimensión, lo que quiere decir que si te llega un cuadro grande, pues tienes que tener donde ponerlo. Nosotros no tenemos un espacio monumental, es de hecho a cuestión de galerías, estamos al límite del estándar de alturas del techo. No hemos tenido problemas hasta este momento y hemos encontrado la forma de solucionarlo cuando hemos tenido piezas más grandes, usando el patio, por ejemplo. Pero un cuartito en la Condesa, no es suficiente. Sobre todo si uno quiere tener versatilidad en ese aspecto. También tienes que hacer instalación de luz, tienes que darle mantenimiento a las mamparas y a las paredes, pagar seguros; este background que nadie se imagina, pero que tiene que suceder, pagarle a alguien para que cuelgue las obras, invertir en invitaciones para la exposición, invertir en alguien que haga relaciones públicas, es toda una inversión. Finalmente son aspectos que estos proyectos que fracasan, quizá no consideran y que tiene esta idea de abrir un espacio.

A ¿Cuándo venden obra, manejan certificados?

MG Nosotros tenemos certificados de autenticidad que da la galería por cualquiera de nuestras obras. Ahora por ejemplo, hay artistas como Demián que tienen ya una estructura tan sólida y es tan sabido que Demián tiene tres galerías en el mundo de mercado primario por lo menos (Gagosian, White Cube y nosotros) que pues no hay duda y toda la obra está catalogada. Y en esos artistas que se manejan como industria, no se presta mucho a falsificaciones, porque todo está documentado, es proceso de ventas es como muy sabido, uno puede rastrear una obra hasta su orígenes. Entonces es difícil encontrar mercancía falsificada. Siempre la abra, pero en este caso es más difícil sobre todo porque se tiene mucho cuidado en la producción y sobre todo a la hora de la venta. Él en particular no da certificados de autenticidad, los certificados los damos nosotros como galería.

Nosotros conocemos absolutamente a todos los clientes a los que les vendemos. Tenemos que tener todos sus datos, toda su información para tener un control y esto no se salga de proporciones en ningún aspecto. Damos seguimiento, es fácil, como cuando uno compra un coche de súper lujo (quizá el paralelismo es un poco estúpido y banal). El vendedor está interesado, ya hizo una venta súper importante y está interesado en que el cliente este muy contento. Si de repente el cliente tiene cualquier problema, no sabe donde guardarlo o donde repararlo o lo choco, nosotros nos encargamos de todo eso. También somos además de un punto de venta, somos un lugar en donde resolvemos cualquier problema subsecuente que exista alrededor de la obra misma: transporte, seguros, asesoría, nosotros nos podemos encargar de cualquier cosa. Todo el paquete.

A También empezaron a surgir casas de subasta, dealers independientes... ¿Es importante para el medio, que empiecen a aparecer nuevos agentes?

MG Es vital. Debemos ser muy delicados en este aspecto porque a pesar de que a nosotros lo que más nos gusta es el arte, no podemos mantenernos en esta visión romántica de que es lo único. Realmente cuando nosotros estamos manejando este nivel de nombres y de proyectos. En el aspecto económico y absolutamente crudo del dinero, esto es como la bolsa, o sea hay muchísimos agentes externos que afectan los precios de un artista. Sobre todo los precios de artistas vivos como Demián Hirst, de Daniel Buren, de Kounellis y ahora que tendremos un proyecto con Merk Rushe, lo que sucede todo el tiempo. Digamos que mañana X artista tiene una exposición en un museo y al día siguiente por lo tanto hay un galerista consolidadísimo en Estados Unidos que quiere tenerlo en su establo de artistas; al mismo tiempo las subastas van a empezar a subir de

precio las obras de ese artista y por lo tanto, nosotros tenemos que estar muy al pendiente de todos esos factores y de todos esos elementos que entran dentro del juego para estar a la par. Y eso no es solo positivo, de repente hay momentos donde las obras bajan su valor, relativamente, porque finalmente los precios están estandarizados o estables por lo menos estos artistas con los que nosotros trabajamos. Pero siempre hay variaciones, dependiendo, por ejemplo si Demián el próximo año tiene su retrospectiva en la Tate, en ese momento van a salir obras clave que estarán en subasta. Siempre hay muchísimas fichas en juego, en donde nosotros tenemos que estar muy al pendiente sobre lo que sucede a nivel internacional para mantenernos al mismo nivel.

Y esta cosa que mencionas, que cada vez haya más casas de subasta y que cada vez haya más dealers y así, también es muy importante. Hay esta cuestión especulativa en ciertos artistas, entonces tenemos que estar muy al pendiente de, qué se está moviendo. Por eso para nosotros es muy importante mantener esta relación de comunicación tan cercana con nuestros artistas, porque así sabemos qué obras hay disponibles en el mercado, cuál es la demanda por ese artista en particular y así nosotros vamos controlando poco a poco los precios a los que vamos a vender, etc.

A La presencia en ferias, sé que es muy importante, pero ¿tienen ferias clave a las que nunca faltan?

MG Nosotros empezamos a llegar a varias ferias, cuando empezó el proyecto de Hilario en el 2006, ya como galería Hilario Galguera; fuimos a Colonia, fuimos a ARCO y pues bueno, el problema que nos enfrentamos para ir a las ferias más importantes como BASEL, FRIEZE, el ARMORY SHOW es, que somos una galería muy joven. Ya en este momento, nuestra historia no tanto y ya contamos con un número muy significativo de exposiciones en nuestro curriculum que seguramente avalará nuestra entrada a estas ferias. La verdad es que el criterio de selección es muy cerrado, son como muy tradicionales en ese aspecto y bueno nosotros en lo que nos hemos enfocado todo este tiempo es, en crear un curriculum para entrar sobre todo a BASEL. BASEL es la feria a la que todo mundo tiene que ir. Pero por supuesto que está también Hong Kong, que es muy importante y que va para allá; y FRIEZE, el ARMORY SHOW, ART BASEL Miami. Son ferias que están dentro de nuestro target inmediato pero que necesitábamos tener más tiempo, ahora estamos acercándonos cada vez más al momento en el que podamos aplicar para las ferias y espero que tengamos un lugar. A MACO siempre vamos. Básicamente eso.

A La idea va a eso, dejar de satanizar al galerista, “porque no le gusta el arte y nada más quiere vender”, y yo estoy de acuerdo con la idea de que si no existiera el agente encargado de la distribución. Porque ustedes son la garantía con el comprador también...

MG Pues mira, eso por una parte y por otra, Realmente el objetivo de una galería va más allá de cobrar una comisión por vender algo. Nosotros si creemos mucho en el desarrollo de proyectos, en crear exposiciones inteligentes y que además de apoyar a la cultura en nuestro país y además de crear un proyecto que sea muy interesante en el extranjero. El galero está medio satanizado, pero yo creo que en muchos aspectos en México, porque yo creo que también mucha gente ha abusado. Ni es mi interés mencionar a nadie y a lo mejor ni sé. Conozco ese fantasma que existe del galero tranza y así, pero como es una cuestión de amistad y como los artistas no son tontos, finalmente necesitamos de ellos, como ellos de nosotros. Es una relación completamente equitativa. También nosotros siempre hemos ido con la bandera en donde el artista es el peldaño más alto en la escalera de la cadena alimenticia de esto. Creo que mientras no se pierda esa idea y mientras sepamos que el arte es lo más importante y por supuesto nosotros somos una pieza clave dentro del desarrollo de este. Pero finalmente si nosotros no tenemos gente que produzca, no tenemos nada. Entonces nuestros artistas saben que existe ese respeto hacia ellos y esa devoción hacia su trabajo y admiramos lo que hacen. Así es como se da todo tan fácil. Nuestro objetivo principal es que esto no sea una simple tienda. Dependerá de cada galerista

A Si y va muy de acuerdo con esta idea de Bourdieu, del arte en su doble acepción de mercancía y de objeto con valor simbólico y cultural. Si no se vendiera, no existiría

MG Es una chamba y claro que se presta a precios altísimos y acaba siendo por supuesto para una élite. Pero lo que si te puedo decir es que nosotros tenemos abiertas las puertas para cualquier persona que quiera venir. Y ningún museo en México ha tenido una exposición de Demián Hirst, o de Daniel Buren o de Janis Kounellis, o de Daniel Lezama o de Benjamín Torres. Finalmente nosotros tenemos las puertas abiertas y creo que tenemos un proyecto bastante sólido para que la gente pueda venir aquí y aprender algo. Nosotros estamos completamente dispuestos a aclarar cualquier duda, esto es un lugar donde la gente puede venir y aprender. Es una experiencia interesante.

A En la página veía que estaban interesados en la discusión del arte contemporáneo. ¿Ustedes organizan de repente, no sé, platica con el artista o seminarios...?

MG Organizamos durante una época seminarios y cursos que no fueron muy exitosos. Pero bueno por ejemplo, en la primer exposición de Demián se hizo un dialogo entre la obra de Demián que llevamos a San Carlos y fue una confrontación con obra clásica de Cranach, de Zurbarán, de arte barroco y de arte del siglo XVIII. A raíz de eso se dieron varias conferencias. Nosotros no estamos muy interesados en hacer conferencias con los artistas y así, porque también no es nuestra especialidad. En cuanto a discusión nos referimos a que exista un intercambio de ideas entre el espectador y el medio de nuestros artistas, que eso creo que es bastante evidente.

A En las cuestiones de una galería como una sociedad mercantil para cuestiones fiscales, de operación en la ciudad de México ¿Hay alguna dificultad o ventaja para ustedes como galería de venta de arte a diferencia de una refaccionaria o cualquier otro negocio?

MG Pues no. Por lo mismo que es un medio completamente inhóspito para las autoridades, porque estamos gobernados por macacos. Pues no están muy involucrados o familiarizados. Tenemos las mismas necesidades fiscales que cualquier otra compañía, estamos dados de alta en Hacienda, pagamos impuestos, si tenemos esta cuestión como muy técnica, pero en particular que tengamos algo. Por ejemplo cuando uno trae obra del extranjero, funciona con los principios de cualquier cosa de comercio exterior, se declara en una aduana, entras, se pagan impuestos por X cantidad, funciona igual que importar cualquier objeto, cualquier mercancía.

Ventajas, ninguna, puras desventajas. No hay ningún apoyo para nadie. Por lo menos de papá gobierno no hay absolutamente nada. Estamos completamente solos y mi opinión personal, fuera de la galería, CONACULTA con todas sus presunciones, que la Biblioteca Vasconcelos y que hacen y que mueven, no sirve para nada. Ninguna institución sirve para nada, no hay ningún apoyo de ningún tipo, no les importa, como si no existiéramos. Y finalmente la iniciativa privada es más poderosa. Por lo menos en iniciativa, valga la redundancia.

A Y esta comprobado que esto deja mucho.

MG Claro, deja mucho. Yo me imagino que ganaron mucho por la exposición está de Gregory Colbert en el centro, que es un fotógrafo completamente desconocido, que además es cursi. Con todo respeto para Gregory y que no aporta nada para el arte contemporáneo, Realmente pudiendo traer un proyecto gigantesco, que quitara este vacío que existe de casi 60 años, donde aquí no entro nada de las vanguardias que había en su momento y pudiendo informar a la gente, invitarlas a que el arte es un mundo maravilloso.

Nada. Gregory Colbert porque a lo mejor ha de ser cuate de alguno del gobierno del DF, así es como se dan los proyectos. Por lo menos a nivel gubernamental y es patético, te digo, apoyos, ninguno.

A ¿Qué tendencia ves tú en el arte contemporáneo en general, y qué cambios observas en los últimos 10 años, no sé con este boom reciente del arte mexicano?

MG De la mano de Hilario, la verdad empezó con esta idea de proyecto hace tantos años, y con el trabajo de otros artistas como Gabriel Orozco que pusieron a México en el foco y que lo tiene ahorita en la Tate y en el Pompidou. Por meritos propios y de cómo los Kurimanzutto han manejado su carrera y una serie de factores, esto va *in crescendo*.

En nuestro caso particular, nos conoce más gente a nivel internacional, más gente se nos acerca para hacer proyectos en conjunto con distintos artistas, cada vez tenemos más amigos, artistas y sociedades en cuestión de pactos y de palabras en Europa y Estados Unidos. Yo creo que el panorama mejora mucho, creo que a raíz de la iniciativa privada, únicamente la verdad. Hay algunos museos que intentan. Y hay mucha gente que no es muy adecuada para esa labor. Pero por la iniciativa privada existe un cambio, cada vez hay más galerías, dentro de esas habrá un porcentaje que sean serias y con un proyecto importante. Y cada vez más la comunidad internacional e fija más en México, MACO está creciendo. El arte mexicano está fluyendo mucho por el circuito especializado y se está viendo que es un lugar donde a lo mejor es bueno invertir o abrir espacios; lo que hizo Luis Adelantado y que se instala aquí y le ha ido muy bien. Pero estamos hablando de un hombre con una seriedad extraordinaria y con un proyecto de vida, con muchos años de trabajo. Gente como él que viene aquí, se está formando un conjunto y aunque no puedo decir que trabajemos juntos en muchos aspectos, pero si nos ubica a nosotros como país en un mejor nivel. Y hay mucha más gente que está viendo el arte como una posibilidad de inversión, como una posibilidad de compra y que está aprendiendo a vivir con el arte contemporáneo. Porque mucha gente había dedicado todo su dinero a los artistas que ya todos conocemos: Tamayo, Dr. Atl; que no los menosprecio en lo absoluto, simplemente pertenecen a otra era y a lo mejor en la contemporaneidad no dicen mucho más allá del nivel histórico que tienen. Por supuesto que están en las páginas de los anales de la historia. Pero creo que para un coleccionista joven es más emocionante tener obra contemporánea en su casa, porque finalmente se apega más a las cosas que están sucediendo.

Creo que se quito esta idea de que el único arte bueno era lo que ya está consagrado, que no está activo a veces ni en el mercado; a pesar de que se venda mucho no creo que sea una condición cambiante, sino que ya está establecido a cierto precio. Y cuando uno busca, y está emoción es muy importante para el coleccionista, de rush, y está viendo como se mueve y que sea tan activo. Porque las carreras muchas veces son meteóricas para arriba y abajo. Pero es muy emocionante participar en esto, ir a las ferias, ir a las exposiciones. Eso es lo interesante y creo que en México, como en otros países, se está volviendo una cuestión de status: el coleccionismo. Mucha gente está considerando comprar un Demián Hirst que un Ferrari, cosa que es un poco difícil porque el Ferrari te da inmediatamente un status y el Demián Hirst es mucho más especializado, mucho más elitista en una cuestión intelectual y monetaria a la par del Ferrari.

Creo que está creciendo mucho el interés en el coleccionismo y es interesante, porque se van generando no solo coleccionistas, sino carreras de artistas. Gente joven que empieza comprando artistas jóvenes y poco a poco va creándose una cosa más sustancial.

A ¿Ustedes manejan crédito a la hora de vender, a nuevos coleccionistas, etc.?

MG Ya cuando te puedes dar el lujo de invertir en arte, es porque tienes alguna estructura económica solvente y sustentable. Entonces mucha gente compra a crédito pero ellos consiguen sus créditos por su parte (a través de un banco, etc.). Nosotros dependiendo del caso, dependiendo de la pieza y del artista, podemos dar algunas facilidades de pago, eso siempre estamos abiertos; hay veces que no nos conviene y hay veces que no es el momento para dar estas concesiones. Pero hay otras donde podemos platicar con el cliente y llegar a un acuerdo. Porque si es importante para nosotros que alguien empiece una colección o que se quede con una pieza importante.

A ¿Cuántos metros cuadrados tienen para exhibición?

MG no recuerdo el dato exactamente. 120 aproximadamente

A ¿Proyecto a corto y largo plazo?

MG Tenemos tres en este momento del año. Lo que pasó con Bosco Sodi que es un artista mexicano que nunca había expuesto en México y que tiene mucha demanda, instituciones involucradas, galerías en Nueva York; es un artista de media carrera que promete posicionarse de manera estratosférica. Luego está Daniel Lezama que yo creo que es el pintor más importante que hay en México en cuestión de discurso y sobre todo en proporciones de obra, calidad y que son muy trascendentales.

PATRICIA ORTIZ MONASTERIO (OMR)

A ¿En qué año se inicia la galería?

POM 1983

A ¿Podría platicarme sobre el contexto y los motivos que los llevan a abrir una galería de arte?

POM Mira, de repente y por razones personales te encuentras circunstancias en la vida y nosotros estábamos rodeados, todos nuestros amigos, toda la gente alrededor de nosotros eran artistas o gentes de alguna manera relacionadas con el arte. Yo estudié museografía y venía de trabajar en el Museo de Arte Moderno como asistente de Fernando Gamboa en montaje y después trabajé en la Secretaria de Relaciones Exteriores como Jefa del Departamento de Exposiciones Internacionales y después como free lance para proyectos especiales como comisario de exposiciones, sobre todo con Fernando Gamboa, o sea, la organización y luego llevar las exposiciones al extranjero y montaje y toda la gestión de las exposiciones y eso. Entonces, de repente ya teníamos que echar raíces, o sea ya no podía andar yo por todos lados del mundo y te digo, todo nuestro mundo era de artistas y gente relacionada con el mundo del arte y decidimos abrir una galería, que era un espacio más chico que esta oficina.

La primera exposición que hicimos fue de fotografía, que tuvo un éxito bárbaro, por un lado asistieron a la inauguración como 400 personas y se vendió toda. Entonces nos dimos cuenta que definitivamente había algo ahí y que la visión que nosotros teníamos, que lo que nosotros estábamos presentando interesaba y que había una necesidad de una galería, porque inmediatamente empezamos a hacer proyectos y todos como que funcionaban muy bien. Había desde luego como un nicho donde nosotros podíamos entrar, al poco tiempo, a través de las primeras exposiciones te das cuenta que no era nada más una exposición, que no deberíamos hacer una galería para nuestros amigos y nuestra gente, sino que debíamos hacer una galería que apuntara a lo que nosotros verdaderamente nos interesaba; que pudiéramos presentar realmente a una generación o una generación de artistas en los que nosotros creyéramos y tratar de impulsar, una nueva cosa. Porque además se estaba gestando (principios de los ochenta) una nueva generación, había una gran cantidad de artistas que no tenían galería y que empezaban a surgir a partir de las bienales y las exposiciones colectivas, etc. Ese fue el inicio de la galería.

A ¿Quiénes eran los artistas que eran amigos o familiares?

POM Pablo Ortiz Monasterio, mi hermano, es fotógrafo; de hecho la primer exposición de fotografía que hicimos fue e colaboración con él. Tengo un tío abuelo, Luis Ortiz Monasterio que es escultor, en fin

A A diferencia de una institución pública, donde podemos hablar de una misión o vocación ¿Cuál es la misión o línea de OMR?

POM ¿Actualmente o en su momento?

A Pues si ha variado...

P Yo creo que sí. Esto que te comentaba de cómo... o sea, cuando nos lanzamos en el proyecto no sabíamos muy bien, o sea... yo creo que los proyectos se van haciendo un poco sobre la marcha. Como no somos institución, no tenemos ninguna necesidad de dejar escrito en piedra "esto es lo que voy a hacer y no me voy a salir de estos canales"; al contrario, finalmente es un proyecto privado, es un proyecto súper personal y nosotros podemos darle los giros y virajes que queramos. Esa es la ventaja de tener un proyecto privado, es difícil de mantener porque finalmente la galería se mantiene de lo que vende y no tenemos ningún tipo de apoyo institucional. Entonces, tienes que adaptarte a eso, pero ha ido cambiando, se ha ido afinando de alguna manera el rol de la galería y lo que nosotros pensamos de ella y cómo queremos manejarla. Desde luego, los artistas que hemos ido representando también han cambiado, porque una galería para mantenerse viva, siempre tiene que tener nuevos artistas, siempre tiene que tener, tiene que estarse renovando, tienes que estar atento a las tendencias, a lo que está pasando. No quiere decir que abandones a los demás artistas, pero sí que vayas enriqueciendo tu establo. Algunos artistas, también por diversas razones han ido saliendo de la galería y tenemos muy buenas adquisiciones, pero eso es un poco el tren que va siguiendo la galería, su camino que se va planteando y también porque nosotros son casi 30 años y va cambiando tu visión de las cosas y van cambiando tus intereses y tu manera de trabajar.

A Sobre el programa que ustedes manejan y la programación. Platíqueme un poco

POM Nosotros tenemos... en cierto momento, al principio hacíamos 12 exposiciones, o sea una al mes. Actualmente ya no hacemos una al mes porque la ciudad es tan grande y tan complicada, que en un mes no le das tiempo a la gente que venga a ver la exposición. La competencia es mucho mayor, hay muchísimos más espacios y galerías que la gente visita y por lo tanto tienes que tener un poco más de manga ancha. Y después, la producción de las exposiciones es cada vez más complicada, antes llegaban cuarenta cuadros y los colgabas y ya, actualmente hay que...digo, si tú ves cualquiera de las

exposiciones que hacemos, se abren muros, se cierran, se hacen estructuras... son más complicadas, más caras de producir y por lo tanto tienes que... no nos daría tiempo para hacer tantas exposiciones. Actualmente hacemos un promedio de 7 u 8 proyectos principales, unos cuatro proyectos en el espacio de junto (el 52), más las ferias internacionales. Más o menos duran un mes y medio cada exposición.

A Sobre este nuevo espacio, el 52...

POM El 52 surge porque Cristóbal Riestra, que es nuestro hijo, terminó la escuela y le interesó. Él ya trabajaba con nosotros en las ferias, cada vez que teníamos una feria, él iba con nosotros y, en fin, nos ayudaba (aunque no trabajaba de lleno en la galería). Y hace un par de años decidió integrarse, hizo una maestría sobre arte contemporáneo y mercado y decidió integrarse ya de lleno en la galería. Y ese era un espacio que nosotros tuvimos rentado por muchísimo tiempo a *Artes de México*, que se cambió a una casa que compraron ellos, y Cristóbal nos convenció de abrir un espacio alternativo, donde se pudieran presentar artistas más... manejarlo como una especie de taller, como un espacio de residencias, donde los artistas pudieran trabajar durante un mes, que estuviera siempre abierto al público a pesar de que los artistas estuvieran trabajando, más de performance, de otro tipo de exposiciones. Y ha funcionado bastante bien, porque tiene muy buen público, nos ha acercado a nuevos artistas, a nuevo público, funciona muy bien y es una extensión de la galería.

A Sobre los artistas con los que iniciaron y los que se siguen sumando ¿Bajo qué criterio ustedes representan a un artista?

POM Es totalmente personal. Claro que no es una cuestión de capricho, es una opinión informada la que tenemos, o sea, finalmente tenemos muchos años con la galería, hemos visto mucho, hemos participado en muchos proyectos; entonces, desde luego hay una visión personal de lo que a nosotros nos interesa y eso es lo que representamos. No me interesa tener un artista que me promete grandes ventas (para empezar, nadie promete grandes ventas), pero aunque lo hiciera, en verdad la visión de cada galería depende... El programa de cada galería depende de la visión que tienen sus dueños y sus directores, que eso es lo que lo hace interesante. El hecho de que tú sepas que, sí vas a venir a esta galería o a Gaga o a Hilario Galguera, cada una va a tener un programa distinto y una visión y una manera de hacer las cosas distinta. Es totalmente personal.

A Ahora, aquí en OMR ¿Cuántas personas trabajan, el equipo, cuántos son?

POM (contando...) 10 personas de planta digamos, y normalmente tenemos de 2 a 3 pasantes, o sea, gente que viene y que trabaja por un par de meses.

A Si pudiera comentarme sobre sus funciones y las áreas que hay

POM Somos como tres directores, Jaime y yo, que somos directores fundadores. Jaime es director de finanzas; yo soy directora de, digamos (como no tengo un título específico) me encargo, digamos del registro y de la programación y de la gestoría de los proyectos y Cristóbal, es director y encargado de producción. Los tres somos directores pero como que cada uno tiene su área. Y después está Kerstin, que está encargada de coordinación y de gestión; otra chica que es encargada de difusión y otra persona encargada de diseño y la página y de mantener todo eso; y luego está el área de mantenimiento y el área de contabilidad. Mantenimiento que es Nacho, que lleva trabajando con nosotros 25 años y que es el encargado de montaje, de luces y de cableado y todo eso.

A En cuanto a la relación laboral con los artistas ¿Cómo lo manejan, vía contratos escritos o de palabra?

POM Fíjate que nosotros no. Para ciertos proyectos específicos sí manejamos contratos, pero más que nada es una cuestión de confianza, es de palabra y tú trabajas con un artista mientras le funciones y mientras el artista te funcione. Entonces, tú le vendes bien y que el artista este contento y tengas una buena relación, puedes ir creciendo; y de hecho hay artistas con los que llevamos muchos años, creo que el artista con el que llevamos más años es Rubén Ortiz Torres y la primera exposición de Rubén fue en el 87, o sea, ya llovió. Entonces es una relación de confianza, de intereses comunes...yo sé que en los Estados Unidos, en Nueva York, todo mundo firma contratos porque es un mundo perro, de una competencia tremenda y entonces, te defiendes legalmente de cualquier mal manejo. En México no tenemos eso, no hay esa necesidad y mientras tú puedas tener una relación amistosa y en buen plan, no hay necesidad de contratos.

Digo, en el momento que deje de funcionar, le regresas sus cosas y se acabó, no pasa nada. Nunca hemos tenido ningún problema con ningún artista.

A El porcentaje de ganancias que ustedes manejan...

P 50-50. Sí, porque... en fin, por miles de razones pero.... sí, 50-50.

A Pudiera platicarme de la cadena de difusión o posicionamiento de X artista, que ustedes llevan a cabo...

P Lo primero que haces... conoces a un artista, te interesa, lo visitas, dos, tres o cuatro veces; ves el trabajo, decides que si te interesa. A veces lo invitas a un proyecto colectivo

para ver cómo funciona. Es muy importante que cuando nosotros nos involucramos con un artista, sepamos, conozcamos bien al artista, no sólo su trabajo, sino personalmente y que sepas que a nivel de personalidad te puedes llevar bien. Porque hay artistas buenísimos pero que son insoportables y lo mismo opinan ellos, la vida es de dos sentidos. Yo puedo resultar insoportable para algunos artistas, entonces no te metes, aunque sea buenísimo, mejor no te metes porque vas a acabar raspado. Entonces hay todo un proceso como de seducción y de conocimiento, quizá entran a un proyecto colectivo, después haces una exposición individual; eso te da un cuerpo de trabajo con el cual puedes seguir trabajando para ir a ferias, para participar en proyectos y, eventualmente desarrollas toda una relación en la cual el artista está produciendo. Digo, casi ninguno de los artistas con los que nosotros trabajamos, trabaja exclusivamente con nosotros. Todos tienen sí, exclusividad en México, pero todos tienen galerías fuera, que se han conseguido a través de la ferias, de nosotros mismos, etc. Entonces pues, un artista puede tener: yo, como galería en México, una galería en Nueva York, una galería en Madrid, una galería en Berlín; entonces, lo mejor para nosotros es que cada quien tenga su cuerpo de trabajo, para no estarnos tropezando unos con otros. A mí, me preparas este cuerpo de trabajo con el cual yo voy a (X cantidad de obra) trabajar todo el año. Y si tengo un proyecto extraordinario hablo con ellos, “mira necesito más, mira este proyecto, tenemos que manejarlo de esta manera”. Y después les das una exposición cada dos años-dos años y medio, una exposición individual. Porque para empezar, el artista tiene que producir para las otras galerías y tiene que tener otras exposiciones individuales, pero es más o menos el lapso de tiempo para que tú puedas sacar un nuevo grupo de trabajo.

A La presencia en ferias. ¿Cuántas hacen al año?

P Cinco o seis ferias. A veces nos lanzamos para hacer proyectos para probar, a veces funcionan, a veces no funcionan; pero este año por ejemplo hicimos la VIP, que es una feria en internet, o sea todo en línea, que estuvo sensacional. Sobre todo fue un muy buen proyecto porque es un poco como ver al futuro y cómo pueden funcionar las cosas con unas muy buenas herramientas. La feria no funcionó bien, tuvo muchos problemas del software en el momento de arrancar (técnicos), pero lo volveremos a hacer el próximo año. Hicimos VIP, ZONA MACO, Bruselas, Art BASEL en Suiza, y este año no vamos a hacer FIAC, pero vamos a hacer BASEL Miami; o sea, las que son de cajón siempre, es VIP, ZONA MACO, BASEL Suiza, BASEL Miami y ya. Y creo que puede ser que hagamos

también dos ferias más que me interesan mucho que es por un lado FIAC en París, y por otro lado ART HONG KONG.

A ...que el arte chino viene muy fuerte...

POM Sí, vamos a ver. O sea, es difícil, porque así como es de incomprensible para nosotros el arte chino, ¡imagínate para los chinos el arte mexicano! Pero bien vale la pena tratar, sobre todo ir a Hong Kong, como que las ferias, vas y haces la feria, pero también vas y abres el mundo y ves otras cosas y te conectas con gente distinta. Es a través de la ferias que hemos conseguido muy buenos proyectos para todos los artistas

A Ustedes son parte del comité de MACO. Como surge esta idea, ¿es por invitación? Platíqueme un poco

POM Bueno, los directores dueños de las ferias te invitan a ser parte de los comités. Nosotros hemos sido parte de muchos comités: de ART Chicago, de ARCO durante muchos años; ARCO es una feria que hicimos durante 17 años, de ZONA MACO, de Berlín, de Chicago, en fin. Los dueños o los directores, te invitan a ser parte del comité. Siendo parte del comité, lo que tú tienes como responsabilidades son, estudiar los proyectos y seleccionar a las galerías que deben entrar o no deben entrar. A una feria como ZONA MACO aplican 200 galerías, y se aceptan 100. A BASEL, aplican 1200, y se aceptan 250. O sea, la competencia es bestial, pero claro, es una de las ferias más importantes ¡Es la feria!, todo mundo quiere estar ahí. Entonces, es por invitación y la responsabilidad del comité es estudiar los proyectos y dar los lineamientos para que tenga coherencia, para que las galerías... lo que nosotros hacemos es juzgar a nuestros iguales, conocer el trabajo de las galerías, decir: "esto si vale la pena, esto es un refrito, esto es buenísimo". ¿Me explico? Y de alguna la feria de esa forma se protege también, y se asegura de tener una feria que esté bien representada. Porque el cliente de la feria, de ZONA MACO y el cliente de BASEL, ¡soy yo! Yo soy la que les pago a ellos, y les pago bastante dinero. Entonces ellos me tienen que asegurar a mí, que van a traer a toda una cantidad de público para que me compren a mí y que a mí me valga la pena. Pero los que tenemos que definir como queremos que sea la feria, somos los clientes, somos las galerías.

A En mi investigación me salen aproximadamente 90 galerías en la ciudad de México

POM ¡90 galerías! Oye, mándame la lista, me interesa.

A ¡Claro! En su opinión ¿por qué considera que hay espacios y galerías que duran 5 años o menos? ¿A qué se debe esto?

POM Yo creo que para que una galería prevalezca, se requieren varias cosas: se requiere mucho trabajo, porque hay una idea muy errónea de pensar “aquí tengo un espacio muy bonito, lo pinto de blanco, pongo focos y cuelgo”, ¡no! Una galería es -la mayor parte del tiempo me la paso pegada a la computadora- estar yendo a ver a los artistas, no sé... hay muchísimo más trabajo del que se ve en las paredes. Se requiere mucho trabajo, se requiere una convicción total, se requiere buena visión para tener a los buenos artistas y se requiere una muy buena administración. Porque es caro tener una galería que tenga una buena difusión, un buen espacio, buenos proyectos, es caro; es caro participar en las ferias, es caro tener un buen espacio. Entonces, si tú no tienes un grupo de artistas fuerte, que vendas con constancia y que pueda mantener la galería ¡truenas! Entonces sí, puede que haya 90 galerías en la ciudad de México, pero las cuentas con dos manos eh, o sea las buenas, pon tú 20, y estoy siendo bastante generosa. Entonces pues ¿cuántas de esas galerías son aceptadas en las ferias? Pocas. También porque las ferias importantes tienen su propia agenda, pelearse con las galerías súper chonchas de Nueva York, de Colonia y de Austria, es difícil; o sea, son galerías con un poder económico y con un grupo de artistas muy fuerte. Entonces, tampoco es que vayan a aceptar a 20 galerías de México ¡no!, van a aceptar a 5.

A Esto era en relación a aquellos espacios que habían surgido en los 90. Con una intención no tan comercial: la Panadería...etc. De las que surgieron artistas que ahora están bien posicionados. Lo digo por los nuevos espacios que surgen y que quizá tengan un buen grupo de artistas, pero la parte de los negocios les falla.

POM Parte del problema de esos espacios es que requerían de mucho tiempo de los artistas y entonces, sí los artistas tienen que dedicar dos días a la semana al mantenimiento de su espacio, pues llega el momento en que están descuidando su trabajo como artista. Yo siempre he sido de la opinión de *zapatero a tus zapatos*, tú a producir y a pensar, a estudiar y a producir lo que tú tienes que hacer; y yo me encargo de toda la cuestión e organización y de registro, voy por las piezas, las traigo, las fotografío, las registro, las catálogo; o sea, de toda esa cuestión es la galería la que se tiene que encargar.

Entonces, esos espacios funcionan muy bien en un inicio en que todo mundo está muy..., es decir, que funciona como un semillero de ideas (son súper importantes), pero los artistas tienen que producir una X cantidad de dinero para que puedan pagar a un coordinador, a un director, a una gente que pueda mantener eso y que no tengan que

hacerlo los artistas personalmente. Porque si lo tienen que hacer los artistas, truenan. No tienen el tiempo, ni tienen por qué tener esa manera de funcionar, ni esa educación para hacerlo de esa manera. Son dos áreas distintas.

A En los últimos 10 años ¿Qué cambios o tendencias, usted observa en el mercado?

POM Yo creo que mi público ha crecido bastante, ahora si es corredor de la Roma-Condessa entran 1200 personas en un día; si es una exposición normal entran 300, 400, 500 personas. O sea, es bastante buen público, ha también crecido el público normal del diario. No sé, yo creo que podemos tener un promedio de 20 personas que visitan la galería diariamente. No es un mal promedio, es bastante bueno. Tenemos un público más joven y el coleccionismo se ha extendido, antes había dos o tres grandes coleccionistas y ahí acababa todo y lo demás, gente que quería decorar sus casas. Ahora hay un cuerpo de coleccionistas más grande, que no son las grandes colecciones (no es Jumex, no es Coopel), pero que coleccionan, que les interesa, que lo estudian. Es gente más joven, que eso también cambia la actitud del galerista porque, yo tengo muchos clientes que me pagan en abonos y me parece perfecto. O sea, que es gente joven que no tienen muchísimo dinero y entonces, hacemos un acuerdo y me pagas tanto mensual (ta, ta, ta) y son coleccionistas que terminan de pagarte una pieza y empiezan inmediatamente con la otra; porque les interesa, porque les das las facilidades, porque ya tienen las piezas en sus casas. Entonces es una manera de crear este coleccionismo, y ha surgido un grupo de curadores jóvenes con los cuales colaboramos a veces, para hacer exposiciones, que es interesante, ya no es nada más la visión del galerista, sino a veces puedes invitar para ciertos proyectos, a un curador; para que te ayude a buscar, o a veces son ellos mismos los que viene a proponerte proyectos. Que son proyectos que pueden ser comerciales, que es un grupo de artistas que requieren un foro dónde exponer y que pueden ser comerciales. A veces se venden, a veces no se venden, pero hay ese ingrediente que ha surgido a todos los niveles. Internacionalmente hay muchísimos curadores.

Desgraciadamente en México algo que no sucede y que es terrible, es el apoyo institucional al mercado del arte. Porque como debería de funcionar es: los artistas empiezan por exponer cosas pequeñas en exposiciones colectivas en una galería, empezar a tener un contacto con el público, a foguearse un poco, a profesionalizarse, a vivir de su trabajo; y en todos los lugares del mundo los museos están pendientes de eso y los museos están adquiriendo obra de estos artistas, que van enriqueciendo los acervos de los museos y van validando también las obras de los artistas. En México eso no existe,

entonces hay un rompimiento de esa cadena que es increíble, pero no hay obra de los años 80 en las colecciones del INBA ¡es absurdo!, no hay de los 80's, no hay de los 90's, no hay del 2000, y ya estamos en el 2012; es decir, ya van 30 años de retraso. Porque si hubo en los años 70, se compro obra para el museo, Fernando Gamboa hizo intercambios, no había las restricciones... era un mundo más pequeño por decirlo así. Platicando de este tema el otro día con los funcionarios de CONACULTA, ellos están tratando de cambiar esta tendencia y de sí invertir un poco de dinero, pero en fin, ya tienes 30 años de hueco en las colecciones.

A Y adquirir ahorita resultaría más caro...

POM Ahorita lo que tienen que adquirir, son los artistas jóvenes, que los puedes comprar por una cantidad bastante modesta, pero ahorita tratar de comprar a Germán Venegas o tratar de comprar a Rocío Maldonado o Sergio Hernández ¡ya cuesta! Mucho de ese dinero se fue a través de las becas y no es que las becas estén mal, las de CONACULTA; o sea, está bien becar a los artistas, pero en vez de darles el dinero así y haber que hacen y un compromiso más o menos flexible de presentar al final una exposición, sería muchísimo más interesante comprar la obra. O sea, yo te voy a apoyar a ti y te voy a comprar 3 obras, por la misma cantidad de dinero, tú me tienes que entregar al final del año (y que yo voy a escoger). Eso sería mucho más interesante porque estarían en las colecciones. Me parece que ahora se han decidido finalmente cambiar eso, y que haya un compromiso social en el que el artista tenga que dar algo a cambio, pero bueno, ya son 30 años después y el hueco es grande. Y tampoco es que los museos... en fin, no es lo mismo que tú vayas y apoyes a un artista y le compres obra, a que tú apoyes al mercado del arte, que finalmente es un agente fundamental para el desarrollo del arte. Que tú vayas con las galerías y que compres como compran todos los museos del mundo: compras a la galería con un descuento muy importante, porque es una pieza que va a un museo, entonces, tú aceitas toda la maquinaria para que las galerías puedan ir a las ferias. En lugar de que me des dinero paraqué yo pague mi feria, mejor cómprame obra de los artistas para que tengan dinero, para que la galería tenga dinero, para poder participar en los proyectos. Yo no quiero limosna.

A Fiscalmente ¿qué considera que podría mejorar?

POM Tenemos una reunión con CONACULTA la próxima semana. Nosotros hemos luchado mucho porque se quiten los aranceles de importación a las obras de arte. Que no lo hemos logrado y ni creo que lo logremos, pero llevamos con esto 25 años y nos hemos

reunido innumerables veces con funcionarios de CONACULTA y Hacienda y todo. O sea, una cosa es el impuesto sobre la renta, el IVA que todo mundo tiene que pagar y que pagamos, así es y se paga en todos los países. Una cosa muy distinta es el tú pagar impuestos muy altos por la importación de obras de arte. El país ejemplo es los Estados Unidos, es el país que más colecciones de arte tiene, por varias razones: Una. No hay impuesto a la importación de la obra de arte, entonces un señor riquísimo se compra un Picasso que le vale 30 millones de dólares y lo lleva a su colección en Nueva York y a donde viva y feliz de la vida. Aquí, tendría y termina pagando como el 22% de impuestos, porque pagas el IVA, el IVA sobre el costo del cuadro, más el costo del transporte, más no sé qué, terminas pagando entre 22 – 23%; y si es fotografía, pagas 35% de impuesto de importación. Desde luego que ninguno de los ricos mexicanos tiene su colección en México, compran piezas muy importantes pero las dejan fuera porque es primitivo pagar esos impuestos. Eso es por un lado, por otro, (y que quizá podamos avanzar un poco) lo que es el pago en especie, el pago de impuestos con obra de arte a través de donativos a museos, que eso es una cosa bastante interesante a manera de enriquecer los acervos de los museos. Pero son cuestiones muy difíciles, porque la recaudación en México es bastante precaria y porque no logramos avanzar en el tema de convencerles de la importancia de tú tratar bien a los coleccionistas, y bien para que traigan las obras y para que donen las obras también y para que puedas importarlas.

A Me comentaba Fernando Mesta que habían tenido esta reunión. Parece que hay interés **POM** Si. Hoy tenemos en la tarde otra reunión y tenemos otra con Consuelo Sáizar

A Son como dos mundos distintos. Porque el Estado espera que se legitimen los artistas, y entonces sí, hagámosle grandes exposiciones...

POM Pues sí, ¿pero cómo se legitiman? Finalmente los que legitimamos somos nosotros, llevándolos al extranjero y haciendo las ferias y haciendo los proyectos ¿no? Cuando debería ser una función en conjunto. Otra cosa fatal que se ha hecho es el hacer patrimonio nacional a ciertos artistas. Es una cosa ridícula.

A Con leyes que sirvieron en cierto contexto...

POM Sirvieron en un contexto del siglo XIX para el saqueo de las ruinas prehispánicas, que no tienen nada que ver con el mercado de hoy

A Hay muchas cosas –ya estamos cerrando- que han hecho que me parecen muy interesantes, lo de Parallel Project, cuando se quiso llevar la mega exposición de arte mexicano y ustedes hacen algo alternativo de lo que estaba sucediendo (como el

neomexicanismo) y lo de crear con otras galerías esto del corredor cultural y que ha funcionado muy bien.

POM Yo soy de la opinión de que hay que sumar esfuerzos, o sea a mí, entre más galerías haya, mejor me va a ir a mí. Si yo soy la única galería pues van a venir tres gatos y no va a haber punto de comparación. Pero si yo tengo diez galerías de calidad alrededor mío, entonces sí, me crezco. Entonces hago proyectos más buenos porque tienes una buena competencia y tienes una mejor representatividad y cuando vienen los extranjeros, no vienen a visitar una galería, vienen a visitar 20 galerías y más proyectos. A todos nos conviene el colaborar. El corredor funciona fantástico porque todo mundo abre sus puertas, hay una serie de reglas muy establecidas, no se da alcohol, hay un proyecto especial, en fin ¡todos ganamos con eso! Para todos es positivo. La feria de México es un proyecto que a todos nos conviene.

Cuando hicimos Parallel Project, que fue una iniciativa nuestra. El que yo salga con ocho exposiciones a pasear por el mundo, no me daba el suficiente peso, en cambio asociándonos con Galería de Arte Mexicano, que es la galería de más tradición y con Memo Sepúlveda de Monterrey, formábamos un grupo lo suficientemente fuerte como para llegar. Para empezar dividimos los costos entre los tres, porque es un proyecto súper caro el que hicimos, rentar un espacio en Nueva York, en San Antonio y en Santa Mónica, un proyecto súper caro. Entonces asociándonos en tres galerías nos daba mucho más fuerza, tan funciona así que nos hemos asociado en muchos otros proyectos con Galería de Arte Mexicano. En realidad ellas tienen un grupo de artistas, nosotros tenemos otro, unimos esfuerzos y las cosas funcionan mucho mejor y te diviertes más y, no hay razón por la cual tener una actitud de exclusividad y de celo. Es demasiado chiquito el medio como para estar con eso.

A Sobre la idea del arte como inversión. ¿Qué opina?

POM Yo creo que el arte es una inversión. Tienes que aprender, todo el mundo hace errores y hay veces que compras piezas que, bueno no tuviste el ojo, el artista se malogro o se murió demasiado joven o se dedico al alcohol, en fin hay cosas que pueden suceder, muchas cosas que suceden, pero el arte es una inversión. Es una inversión económica que puede ser muy redituable sí tienes buen ojo y estás bien asesorado y es una inversión de vida, de interés, de estudio y de gozo también. Yo sí creo que el arte es una inversión, sí lo es. En muchos sentidos.

A Proyectos a corto y a largo plazo que tengan en mente.

POM Más allá del programa de la galería, es un programa que está bastante bien. Tenemos a Arthur Lescher en septiembre y octubre, después tenemos una exposición de pintura internacional que está muy padre, en fin. Tengo Lñaki Bonillas con una exposición en el Palacio de la bi reina en Barcelona, en fin. No es que tenga un proyecto específico, como imprimir la historia del arte contemporáneo en... No. Tengo proyectos normales de exposiciones, el programa de la galería.

A Y como en Argentina que tienen una asociación de galerías, que creo hubo en algún momento aquí, ¿funcionaria?

POM Justamente es otro de los temas que estamos viendo. México es un país muy individualista y no terminamos de entender las razones por las cuales debemos asociarnos de una manera permanente. Otra de las cuestiones que se va a discutir hoy en la tarde es eso. ¿Vale la pena, en qué nos beneficiaría? Porque si ha habido una asociación de galerías pero no son muy tangibles los beneficios y nadie quiere meterle mucho trabajo. Entonces existe el Patronato de Arte Contemporáneo en el cual estamos muchas de las galerías, no todas, y además algunos museos y curadores, etc., no es una asociación de galerías, sino una asociación civil para el fomento del arte contemporáneo en México, que funciona muy bien. O sea, damos becas, hacemos proyectos, administramos el dinero de la Bienal de Venecia. Como es una asociación civil, sin fines de lucro, tenemos deducción de impuestos, funciona muy bien. Pero estamos en ese estudio, yo creo que pudiera funcionar pero no sabemos cómo tomarlo.

A Después del boom internacional del arte mexicano en el 2002. La tendencia ¿Cómo la ve, seguirá creciendo, sosteniéndose?

POM No hay ninguna razón por la cual no se mantenga así. Porque finalmente, en ese caso las individualidades son muy buenas, hay muy buenos artistas, muy buena producción. A diferencia del arte que se produce en otros países, el arte mexicano es muy manual y muy de los artistas con las manos metidas n la maza. Aquí el sistema de estudios, claro que tienen asistentes los artistas, pero el artista se involucra mucho en la producción de su arte. Las producciones tampoco son tan carísimas entonces, es interesante porque hay muy buenos artistas, hay muy buena producción, están ya entrando a muy buenos niveles de exposiciones, etc. No hay ninguna razón por la cual esto no se mantenga.

RODRIGO BORRAS (Ethra)

A Me gustaría empezar hablando de la decisión que te lleva a entrarle a este negocio y en qué año abre la galería.

RB Si, la galería la abrimos en septiembre del 2008, ya llevamos prácticamente dos años seis meses. Abrir la galería surge de una actividad que yo llevaba ya desde hace más de siete años que era la venta de arte, yo era dealer de arte y manejaba a diferentes artistas y siempre estuve vendiendo, pero de una manera más informal. Conforme fue pasando el tiempo me fui volviendo más formal, hasta que decidimos que ya teníamos que abrir una galería.

A En las páginas web hay galerías que hablan de su misión, vocación o tienen un pequeño texto de lo que son, en el caso de Ethra, no lo vi. ¿Cuál sería en este caso?

RB Más que misión y visión, creo que las galerías deben de hablar de una línea, y dentro de la línea de la galería, nosotros... creo que fue debido a que, poco a poco fuimos creando el negocio. Pudimos observar muchas cosas dentro de las líneas que había en las galerías ¿no?, y de repente estaban muy clavadas en algo: o era arte muy conceptual o eran artistas jóvenes, emergentes; y nosotros siempre diferimos de eso. Siempre creemos que una galería debe tener cosas de arte de calidad, sin importar realmente cuál es el giro exacto de cada una. A lo mejor por eso no la ves. Pero si te vas a *nuestra galería*, o *acerca de la galería* -me parece-, viene justamente esto que es lo que decimos: no importa qué arte, buscamos algo novedoso para nuestros clientes.

A Ok, porque veo que manejan desde artistas con mucha pintura, como Juan Soriano...

RB Bueno, lo de Juan Soriano y Jan Hendrix, todos ellos son... estamos más especializados en una generación o dos después, ellos los trabajamos mucho a través de grabado. Nosotros consolidamos más grabado a través de artistas más reconocidos y obra original de artistas más nuevos

A El programa de trabajo que ustedes manejan aquí. ¿Ya tienen definido un número de exposiciones al año, etc?

RB Varía, varía, pero por lo general nosotros lo tenemos resuelto un año antes. Nosotros ahorita tenemos hasta diciembre, ya está resuelto. Todavía no sabemos que vamos a poner en enero, pero ya estamos en pláticas y depende también del número de exposiciones, ¿no? El año pasado tuvimos demasiadas exposiciones, tuvimos ocho, que eran bastantes; y este año nos vamos a cinco, que cinco creo que es un buen número.

A Y para toda esta tarea ¿Cuánta gente trabaja aquí en la galería?

RB Claro, mira, pues está el curador o un asistente curatorial; está una parte comercial, está un asistente y un encargado de montaje. Eso es realmente lo importante, lo demás va todo subcontratado.

A Esta parte de los artistas, ¿Cómo la manejas? ¿Cuántos artistas tienen representados y qué relación, -más que personal- laboral llevas con ellos? ¿Hay contrato escrito cuando empiezan a ser representados por la galería o es de palabra?

RB Casi todo es de palabra realmente y tenemos alrededor de veinte artistas. Van variando. Ahorita la idea es reducir un poco el número, porque es muy demandante y no les puedes dar oportunidades a todos. Teniendo veinte son demasiados. Piensa que si llevamos dos años y medio, todavía ni le podemos dar la vuelta a los veinte y es demasiado tiempo.

A Y esta idea del espacio como obra de arte que mencionas en la página ¿qué característica tiene a diferencia de otras? O no sé, ya la casa era un espacio preconcebido y ustedes la adaptaron y le hicieron algunas modificaciones

RB Realmente no, en términos reales no tiene nada. Evidentemente te ayuda muchísimo el entorno a que la gente pueda apreciar más el arte y pues también te ayuda a que venga mucha más gente. Buscamos que en sí, venir a la galería resulte ser una experiencia muy satisfactoria para todos tus sentidos, desde que entres, que te sientes bien, que es un espacio muy elaborado con mucha precisión de lo que estamos buscando, desde cómo enseñar el arte. No vamos a abarrotar una pared de arte, sino que tenemos una o dos obras por pared, es un plan eleganton.

A Que recuerdo que dice “Ethra es la balanza perfecta entre disfrute estético e inversión en arte”

RB Exacto. Y eso va también en el sentido del curador. Hemos trabajado nosotros desde que abrimos cien por ciento con un curador de planta, que nos ayuda mucho y también es una ventaja que queremos darles a los clientes. Que no vean nada más como que “sí, yo sé de arte y veo lo que pongo”, sino que sientan un respaldo de toda la empresa; desde la casa, que no es una casa ahí improvisada, desde que vean que está el curador, que el curador sabe, que escribe, que les recomienda, que les dice que está pasando con sus artistas...

A ¿Algún criterio que utilicen para seleccionar a algún artista para representarlo?

RB Te digo que somos amplios en eso, nuestra línea va amplia pero bueno, estamos muchísimos en la plástica, como viste en pintura estamos muy clavados. Y te digo, a lo

mejor las generaciones ahorita de cuarentas a cincuentas –de años, no de generación de década- son los artistas que queremos impulsar más, que son también por lo que dices, esto de la inversión, creemos que son los que están ahorita en el proceso de consolidación ya a un nivel mucho más fuerte

A ¿Qué estudiaste tú, qué formación tienes?

RB Yo estudié Comercio Internacional. También por eso tenemos una persona encargada de la parte curatorial, porque yo no tengo formación de arte. Yo empecé a vender arte justo cuando estaba estudiando Comercio Internacional. Ya tengo mucha experiencia, pero nada como estudiarla también y tener la carrera.

A Y ahí está el equilibrio ¿no? Con tu curador. La parte comercial y la parte, podemos llamarla de...

RB...un bagage cultural, una oferta cultural adecuada.

A Sobre la estrategia de promoción. ¿Algún ejemplo de un artista de cómo se va armando este posicionamiento en el mercado o en el medio del arte? Alguno de los más jóvenes que tengas, medios, exposiciones, etc.

RB Mira, te podría decir de dos casos muy concisos. Por un lado con Demián Flores, que tuvimos una promoción fuertísima a nivel cultural y comercial, no se vio reflejado en la parte de ventas en este caso, pero bueno, para la exposición que hicimos con él trabajamos paralelamente con revistas, con periódicos, con inserciones, con noticieros, con visitas de críticos de museo. Que creo que lo ayudaron a acabar de consolidarse, porque era un artista que la verdad ya tenía prácticamente el camino hecho. Por otro lado hay otros artistas, como Erick Pérez, que es uno de los más jóvenes de la galería y que tiene un potencial enorme. Ahora, lo que pasa con la promoción en arte es que debes ir en dos sentidos, no es nada más, curatorial, no es cultural. Para un lado y para ciertos coleccionistas que son muy grandes en México, pero son muy poquitos es bueno. Pero por otro lado necesitas muchísima más gente que compre arte y esa requiere, no sé, de empujes comerciales. Entonces pon tú, con Erick estamos llevando una línea desde que ganó la Bienal Rufino Tamayo hasta que expuso una colectiva en el Museo de Arte Moderno y va a tener individuales en museos estatales importantes este año. Y por otro lado lo intentamos promocionar con los clientes que creemos que puede permear, entonces es buscar el cliente que lo va a enseñar porque le encanto el cuadro y que tiene un perfil alto y que va a empezar a crear mercado por ahí. También hasta por el mismo precio, como es un artistas más joven, pus de repente si te vas con clientes de perfiles

mucho más altos pues no les parece nada descabellado invertir en él, les gusta, lo ven bien, a lo mejor no para el lugar principal de su casa o de su colección pero lo invierten sin ningún problema y te ayuda muchísimo. Porque empiezas a crear esta concepción de oye, Erick es muy bueno, está saliendo en museos pero aparte todavía está joven, no tiene precios tan elevados, entonces como que empiezas a crear mucho mercado por ahí.

A De lo que me acabas de contar, me salió esta idea de si ustedes están creando estrategias para promover nuevo coleccionismo.

RB Claro, Sin duda. También por eso es importante tener artistas de entre los cuarenta y cincuenta años, son artistas que se van a consolidar, que no están tan caros. Es muy difícil volver coleccionista a un cuate de 65 años, a lo mejor que se retire y que le empiece a dar de hobby, o lo que sea pero los clientes más grandes lo hacen por necesidades muy específicas, tienen muchísimo más dinero. Pero es oye, me cambie de casa y ven y ponme puros cuadros nuevos. Cuando un coleccionista de cuarenta años-treintaicinco, es gente que está empezando a ganar dinero, que ya le empieza a sobrar la lana y que puede meterse a comprar arte y le va interesando; uno porque tiene su vida personal y profesional por delante y le va gustando el coleccionismo. Entonces empieza a ver que está tal artista, de tal edad que no está tan caro, que se identifica estéticamente con él porque son prácticamente de la misma edad. Empieza a haber una afinidad y empieza a haber compras, no tan periódicas pero dos veces al año si compra, que es bastante bueno.

A Se me hizo muy interesante la parte en la página web, dónde uno mete algunos datos pero como para personalizar la obra, de lo que te gusta. Eso es único, no lo he visto en otras galerías

RB Somos muy criticados por eso, pero yo soy de la idea de que muchas veces las páginas, las galerías de arte son muy cerradas a la gente que quiere comprar arte. Creen que se van a quemar si hacen algo así, cuando yo creo que al revés, tú lo dijiste, el objetivo debe ser crear coleccionismo y si alguien no sabe, por qué no ayudarle, por qué no hacerle la vida más fácil, que vea que este es un lugar abierto en el que puede preguntar y puede empezar a volverse cada vez más cercano al arte.

A En este caso, si podría haber trabajos específicos para algún artista, o sea, yo llego y digo “de lo que vi no encontré algo que quiero y te platico y tú que conoces a tus artistas, sabes quién podría trabajar eso y haces una obra como de pedido”

RB Si se puede hacer como comisiones. Ahora, por lo general hacemos dos cosas nosotros, en nuestra página viene un poco de información de comercio. Tiene dos cosas, o tenemos un inventario de artistas que son de la galería y tenemos otro, que con una clave puedes entrar y puedes ver artistas de otros. Entonces muchas veces, igual y tenemos nuestros parámetros para meterlos, o sea no metemos todo lo que halla, pero si podemos tener con clave muchísimo más información o muchísimo más obra que enseñarle a nuestros clientes y por comisión claro que hacemos cosas. De hecho hay artistas que están muy orientados a la comisión. Mauricio Cervantes está muy orientado a la comisión, porque desde el material que usa todo, se presta perfecto para que haga cosas para el espacio. Ahora, también tenemos una consultoría en arte, que se encarga de todas esas cosas, ahí sí creo que la galería debe ser como una boutique en la que tú ves lo que se ha escogido y ahí está. Mientras que la consultoría permite tener muchísimo más ámbitos de negocio, pon tú por decir, en los que no dañan la imagen de la galería y que pueden ser también muy interesantes.

A Cambiando un poquito de tema, me interesa esta parte en la que las galerías en la cuestión mercantil, en la ley de establecimientos mercantiles como que no hay la figura de la galería. Ha habido un problema en ese sentido. ¿Ustedes como están en ese sentido?

RB Nosotros estamos muy bien. Me dio risa porque sí hay esa figura lo que pasa es que no la quieren tomar. Realmente dentro de un establecimiento comercial sí existe el giro de galería de arte o de espacio de arte y lo que sea y también existe el giro de compra y venta de obras de arte en general, lo que pasa es que es un mercado muy informal. Por eso parece que no existe, pero claro que existe. Otra cosa que pasa en México es que estamos acostumbrados a que te vendan todo con IVA, está incluido el IVA y las galerías no. Las galerías nunca venden con IVA, si tu quieres una factura, entonces te dicen “es más IVA”. Nosotros buscamos ser diferentes también en ese sentido, todos nuestros precios incluyen IVA, pero no por eso significa que vamos a estar arriba de los precios de otra galería, porque nos sacaríamos del mercado nosotros automáticamente. La población es la que te pide las cosas sin IVA, o sea, tu público es quien te lo pide. Nosotros llegamos a acuerdos con los artistas para encontrar la mejor forma de hacerlo y pues fue más una cosa personal que otro cosa. A mí me parece importante que se declare, que sea una empresa formal, fiscalmente responsable; por dos razones: uno, pues porque es lo correcto, y la otra es porque creo que se le hace un daño al mercado del arte. Mientras más formal lo vuelvas y mientras más profesionalizado este, va a ser mucho mejor para

todos, creo que vas a poder vender más, vas a poder tener un crecimiento, fuera todos tus artistas van a ser personas mucho más serias y profesionales a la hora de hacer las cosas y se podría llegar aparte a esquemas nuevos, que a lo mejor por el momento no existen porque nadie está siguiendo los lineamientos, pero puede que pudieras entrar a donaciones a museos que estén fiscalmente recompensados, cosas así, que por el momento no lo puedes hacer

A E indirectamente se va creando como un registro como de todas esas operaciones

RB Y son cuantiosas, a veces vendes cosas por quinientos mil pesos-cuatrocientos mil peso y es cuantioso. ¡Es serio que te puedan entrar quinientos mil pesos y no los vas a declarar!

A Esto es lo que he venido viendo, porque hay otros espacios que tienen pensado el darse de alta, pero vienen operando así como de manera muy informal. Y estoy de acuerdo que les hace bien a todos y al mercado.

En tu periodo como dealer ¿Observas nuevos agentes que estén influyendo en el papel de la galería?

RB En el papel de la galería los agentes que puede haber emergentes es gente de montaje. No son empresas de montaje, pero igualmente es un balance bien delicado ¿por qué? Una empresa de montaje tiene que tener varias cosas, por lo regular son baratas y empieza a hacerse bien caras, o empresas de embalaje de obra, hay dos empresas de embalaje de obra que son carísimas. Yo la verdad a menos que un cliente me lo pida, las uso, porque creo que hay gente hasta más capacitada o igualmente capacitada para hacer un traslado de obra, con las instrucciones indicadas, que una de estas empresas que te cobran, no sé, 300% más que un flete normal. Entonces yo vería que esas son las dos más importantes y a lo mejor un pull de mercadotecnia, también sería bueno para las galerías, en el sentido de decir “oye, yo compro en Fahrenheit 15 anuncios al año, tengo mejor precio y los revendo, a lo mejor puede ser”

A La presencia en revistas u otros medios ¿lo consideran importantes o no es su mercado?

RB Yo creo que sí, si estas en revistas especializadas como Fahrenheit o todas estas, claro que sí sirven. También yo creo que revistas con el perfil de los clientes que buscas, también te sirven mucho: bancas privadas de bancos, todo eso, yo creo que sí sirve mucho. Pero realmente creo que lo más importante son –que ese puede ser otro negocio dentro de la mercadotecnia- las relaciones públicas. Relaciones públicas y la verdad una

galería es un –igual y yo entre con una idea equivocada- negocio de cuatro años, cinco años. Sí, necesitas crear, no es que no sea negocio pero si lo comparas siendo un dealer contra una galería, al principio la verdad es que no se compara, es mucho mejor ser dealer. Porque tienes que consolidar muchas cosas y tienes costos muy altos, entonces para que una galería empiece a tener flujos más grandes no hay nada mejor que la recomendación boca a boca, pero tarda; pero siempre se ve, desde el flujo que tienes en la página, desde la cantidad de gente que te busca. Todo va siendo siempre mayor.

A Ahora, en ferias ¿no han estado por este requisito de cinco años como mínimo de estar en el mercado?

RB Sí. Lo que pasa es que... aparte como hablamos de nuestro perfil, nos sacaba mucho de la feria que queríamos ir, que realmente con la queríamos empezar era con MACO aquí en México. Ellos tenían unas reglas muy claras ¿no?, si no tienes cinco años, ni tus artistas emergentes y nosotros tenemos artistas muy emergentes o contemporáneos. Entonces estábamos como muy fuera del panorama de esa feria. Ahorita ya vamos a ir a una nueva en abril, justamente también aquí en México (FIAR) y es prácticamente es una respuesta al panorama que habían implantado MACO en los últimos cuatro años, de “oye, si no eres muy contemporáneo, si no te pareces a Kurimanzutto”, pues ahora ya abrieron este cachito

A Que lo que fue siempre rarísimo y yo nunca entendí es que esta galería que era galería 13, que no tenían 5 años y si estuvo en MACO y de repente, cambiaron a FIZZ y estuvieron en MACO el año pasado

RB Bueno, hay muchas. Caja Blanca también estuvo así, pero... deja eso, si podías estar si tenías menos de cinco años, si podías estar pero era si vendías estos letreros de lob y todo eso, que nosotros no lo vendemos. Y galería 13 estuvo y también estuvo Caja Blanca, que Caja Blanca abrió después que yo, y estaba en un local de galerías de más de cinco años. Entonces como que no....!bueno!

A Si me pudieras comentar por tu experiencia personal ¿tendencias y cambios que tú observes en el mercado mexicano o internacional?

RB Definitivamente la pintura está regresando muchísimo, eso es lo más importante que igual a mí, me alegra mucho. La pintura está regresando fuerte, escultura, bueno toda la plástica, formal y de toda la vida es la que está volviendo a ser muy importante. La fotografía también es una tendencia que va creciendo muchísimo sobre todo en mercados estadounidenses y pues realmente lo que también es importante son las nuevas figuras

que han nacido en el mercado internacional. El papel más importante que va tomando: uno, los coleccionistas privados en el arte contemporáneo y dos, las subastas. Las subastas están comiéndose a las galerías. Aquí no. Pero en Estados Unidos se las están comiendo y los coleccionistas que están marcando pauta muchas veces; creo que se le ha quitado –no sé si sea bueno o no- muchísima figura de autoridad a los museos. O sea, cada vez tienen más algunos presupuestos de personas en el mundo para comprar arte que museos muy importantes. Entonces el mercado está jalando casi a lo que ellos dicen. Yo creo que son las tendencias más importantes ahorita.

A Si pudieras platicar de la dificultad que tú ves en esto de ser galerista, me parece interesante esto que tú dices que el promedio de vida es de cinco años y contraponerlo con, no sé, los Kurimanzutto que llevan algunos años y parece que continuarán – independientemente de si son buenos o malos-. ¿Qué es lo más difícil de tener una galería?

RB Son dos. De hecho yo admiro mucho a los Kurimanzutto, son muy buenos. Se han posicionado porque han hecho justo lo que platicábamos. Posicionaron artistas impresionante como yo creo nadie los había posicionado en México en tan poco tiempo y por otro lado, tienen una vena comercial muy fuerte y es chistoso; porque en México ha ido creciendo la gente que les compra arte, pero en general no es gente en México la que les compra arte. Es gente más de Estados Unidos, gente mucho más clavada al mercado ultra contemporáneo que ellos tienen.

Pero dentro de las dificultades, yo te diría que son esos dos puntos. Que los hemos platicado. El punto curatorial y el punto comercial. Si tú no tienes un mercado inicial a quién venderle arte, es muy difícil que pongas una galería. O sea yo creo que no vas a vender. Te diría que el 85% de las ventas que haces es a gente que conoces. Entonces requiere mucho piar, requiere mucho que conozcas a gente nueva, que te estés moviendo y requiere también muchísima vena comercial. Aunque parece que es bien importante los artistas, y lo es. Si no tienes a quien venderle, estas frito. Y por otro lado, pues posicionar a tus artistas. Yo creo que son los dos puntos, son los dos retos de toda galería: ir consolidando a tus artistas, que cada vez costaban menos y empiezan a costar más y tú cada vez tienes más obra que te costo menos y puedes vender. O sea, todo este tipo de cosas es donde haces muy buenos negocios. Y por otro lado, tener a quién venderle la obra, si no, no pega. Es mejor trabajar en un museo si no. ¡En serio! O conocer a mucha gente, o trabajar en una galería primero y luego bajarle clientes, no sé. Pero es muy

complicado y la figura del galerista es súper fuerte. O sea, yo conozco muy pocas galerías que, no está el galero. Que la gente no llega diciendo “¿oye y tal, dónde está?” Entonces es interesante, es padre, la verdad. Es un mundo cerrado, también es súper cerrado, a veces a mí no me gusta porque es medio sangrón y al mismo tiempo te da unas bondades. A veces no te das cuenta pero llegas a casa de un cliente y dices “llevo vendiéndole cuadros hace cinco años y ve”, dejas de concebir el entorno que tienen en su vida diaria, tú se los has creado y es súper padre, muy padre. Y te lo dicen a ti “mil gracias Rodrigo porque ve, que padre y este me lo vendiste tal año y este tanto y este no me gustaba al principio, pero me lo recomendaste” Entonces, si es padre.

A funcionan de alguna manera también como asesores de colecciones

RB Si, yo creo que es la principal función ¿no?

A Si pudieras platicarme de algún proyecto que tengan a corto plazo. Quizá ahí pudiera entrar esto de *certificado de regalo* que también es algo que no manejan en otras galerías

RB Bueno, de certificado de regalo, tenemos ese proyecto que lo queremos empujar más, vendimos muy poquito, no sé, cien mil pesos de certificados de regalo. Pero creo que es muy bueno, lo que pasa es que son retos, yo creo me gustaría sacarlo un poco de la página y volverlo un poco más dentro de la consultoría de arte. Porque son retos comerciales esos, necesitas cómo permear a mucha gente, cómo hacer que rediman sus certificados de regalo en la galería, entonces de repente involucra mucho seso comercial que no he tenido el tiempo de hacerlo. Pero otro que tenemos, que va a ir por medio de la consultoría, va a ser una propuesta para que la gente empiece a comprar arte, que empiece a hacerse su colección. Yo creo que ya enfocado a gente de 25 a 35 años, que estén comprando su casa y todo. Y el chiste es ofrecerle por medio de la foto, la oportunidad de que no compren basura, porque luego compran basura para su casa nueva o su departamento. Sino que puedan empezar a tener una colección de arte por menos de 24 mil pesos y diferido a meses, entonces está padre, porque el chiste es que por mil quinientos- mil ochocientos pesos, puedas empezar a tener una foto que nunca vas a tirar, porque es una muy buena foto de un buen artista. Independientemente de que pase el tiempo y que te vaya mejor y luego tengas obra original y todo; pues uno ahorita con la tendencia de la foto puede que sea tu cuadro principal de siempre y otro, que a lo mejor no tenga un lugar principal pero siempre le encuentres algún lugar dentro de tu casa o dentro de tu colección por ser cosas de calidad. Entonces ese yo creo que sería el proyecto que vamos a sacar.

A Entonces estas también de acuerdo con esta idea del arte como inversión.

RB Claro, totalmente. Nosotros como galeros somos yo creo los que vamos marcando la pauta a eso del aumento de valor. Nosotros somos los que tenemos el mercado más palpable. Nosotros sí sabemos si subimos el precio 20 %, se sigue vendiendo igual una obra. El reto es irlo subiendo, que cada vez se vaya consolidando más, pero que siempre si tienes una producción como artista de 30 cuadros al año, pues que vendas 25 ¿no?, para que tu mercado siempre este en demanda.

A Ya para cerrar. ¿Manejas lista de espera en una inauguración?

RB Hacemos más previews que listas de espera. Ojala, me deberías de hacerla buena. Pero está bien, yo creo que todavía tenemos que trabajar más, pero pues ya estamos vendiendo 50 % de las exposiciones, que está bastante bien, no me quejo.

A Que el espacio está increíble. ¿Si hubo alguna intervención cuando la adquiriste?

RB El deck. Si, la casa la restauramos y la única cosa como nueva e idea del arquitecto, fue el deck. Que la verdad fue muy buena idea.

II.- Directorio de galerías

Galerías de arte contemporáneo en el D.F.

1.-KURIMANZUTTO

Dirección. Gabriel Kuri. Mónica Manzutto

Gob. Rafael Rebollar # 94
Col. San Miguel Chapultepec
CP 11850 México D. F.
Tel. / Fax. 52 56 24 08.
<http://www.kurimanzutto.com/>

2.- GALERÍA DE ARTE MEXICANO

Dirección. Mariana Pérez Amor

Gob. Rafael Rebollar # 43
Col. San Miguel Chapultepec, CP 11850
Tel. 52725529 / 52725696.
info@artegam.com

3.-GARASH.

Dirección: Rodrigo Espinoza.

Álvaro Obregón # 49
Col. Roma, CP 06700
Tel. 52 07 98 58
informes@garashgaleria.com

4.- OMR.

Dirección: Patricia Ortiz Monasterio y Jaime Riestra.

Plaza Rio de Janeiro # 54

Col. Roma, CP 06700

Tel. 55 11 11 79

Fax. 55 33 42 44

info@galeriaomr.com

5.- NINA MENOCA

Presidenta: Nina Menocal

Zacatecas # 93

Col. Roma, CP 06700

Tel. 55 64 72 09

Fax. 55 74 74 86

galería@ninamenocal.com

6.- GALERÍA EDS

Dir. Elizabeth Días-Soto

Atlixco # 32 (entre Juan Escutia y Antonio Sola)

Col. Condesa. CP 06140

Tel. 52 56 23 16

Fax. 55 53 04 13

eds@edsgaleria.com

edsgaleria@gmx.net

7.- ART & IDEA

Dirección: Haydeé Rovirosa, Robert Punkenhofer

haydeer@art-idea.com

Parque España # 47

Col. Condesa, CP 06140

Tel. 5211 9192; celular 5555039771

8.- GALERÍA ENRIQUE GUERRERO

Dir. Enrique Guerrero

Horacio # 1549-A

Col. Polanco

Tel. 52802941 / 52805183

info@galeriaenriqueguerrero.com

9.-MYTO

Dirección. Belén Moro belen.moro@mytogallery.com

Gobernador Diez de Bonilla # 24 int. 2

Col. San Miguel Chapultepec

Del. Miguel Hidalgo, CP 11850

Tel. 52 82 21 31 / 52 82 09 80

www.mytogallery.com

10.- JUAN MARTÍN

Dirección. Malú Block. malu.block@gmail.com

Graciela Toledo. gajuanmartin@prodigy.net.mx

Charles Dickens # 33-B

Col. Polanco. CP 11560

5280 0277 / 5280 8212

11.- GALERÍA LÓPEZ QUIROGA

Dirección: Ramón López Quiroga

Asistentes: Alicia Tsuchiya y Natividad Martínez.

Aristóteles No. 169, Esquina c Horacio

Col. Polanco. 11550.

52 80 17 10 / Fax. 52 80 39 60

info@lopezquiroga.com

12.- KBK ARTE CONTEMPORÁNEO

Dir. Ubaldo Kramer

Privada Miguel Cervantes de Saavedra # 42
Col. Ampliación Granada. Miguel hidalgo, CP 11529
52032965. 52541726
info@kbkart.com

13.- GALERÍA HILARIO GALGUERA

Dirección. Hilario Galguera
Asistente de Dirección. Ana Lucia García y Mauricio Galguera
ana@galeriahilariogalguera.com

Francisco Pimentel # 3
Col. San Rafael CP 06470
Tel. 55 46 67 03 / Fax. 55 46 90 01

14.- TERRENO BALDIO

Dir. Eduardo Mier y Terán Ordiales

Orizaba # 87
Col. Roma C. P. 06700
Tel. 5511 6440 / 2454 4013

15.-AXIS MUNDI

Dirección: Jaime Tamayo

Boulevard Manuel Ávila Camacho # 37, piso 8
Col. Lomas de Chapultepec
Tel. 5281 1246

16.- ETHRA

Dirección. Rodrigo Borrás Delgado

Asistente de Dirección. Katia Fermon Reva ventas@galeriaethra.com

Londres # 54

Col. Juárez, CP 06600

Tel. 5514 2710

Fax. 55 14 59 75

17.- OSCAR ROMÁN

Dirección. Oscar Román

Julio Verne # 14.

Col. Polanco

Tel. 5280 0436

18.- GINOCCHIO GALERÍA (antes Praxis México)

Dirección. Alfredo Ginocchio

Consultora de Arte: Paola Contreras. paola@ginocchiogaleria.com

Arquímedes # 175

Col. Polanco, CP 11570

Tel. 52 54 88 13

Fax. 52 55 56 90

19.-MARESA AREVALO

Dirección. Maresa Arévalo. maresa@maresaarevalo.com

Cordillera de los Andes # 315

Col. Lomas de Chapultepec

Tel. 5540 7789

20.- MEDELLÍN 174

Dir. Minu Paredes Ruiz de Velasco minu@medellin174.com

Medellín # 174

Col. Roma

Tel. 5574 0918

info@medellin174.com

21.- LE LABORATORIE

Dirección: Julien Cuisset

Vicente Suárez # 69, departamento 2

Col. Condesa

Tel. 5256 4360

22.- LUIS ADELANTADO (galería de Valencia, España con sede en la ciudad de México)

Dirección: Luis Adelantado

Laguna de Términos # 260

(Entre Lago Iseo y Mariano Escobedo)

Col. Anáhuac, CP 11320

Tel. 5545 6645 / 5545 6631

info@luisadelantadomexico.com

23.- CAFÉ LA GLORIA. EL BISTRO DE LA CONDESA

Dirección:

Vicente Suárez # 41 – D

Colonia Condesa, CP 06140

Tel. 5211 4180

24.- SALON MALAFAMA

Dirección: Raúl Raya. grozny10@hotmail.com

Michoacán # 78

Col. Condesa

Tel. 5553 5138

contacto@salonmalafama.com.mx

25.- GALERIA TOCA.

Dirección. Santiago Toca

Colima #174, esq. Orizaba

Col. Roma.

Tel. 5525 7614

info@tocagaleria.com

26.- ARTE QUIMERA PROYECTOS

Dirección:

Cda. Juan Cordero # 19

Entre Augusto Rodin y Holbein

Col. Mixcoac

Tel. 5563 8720

27.- PABLO GOEBEL FINE ARTS

Dirección: Pablo Goebel. pgoebel@pgfinearts.com

Schiller # 251, 6º. Piso

Col. Polanco, CP 11560

Tel. 5250 9522

5545 1430

Mario A. Campoamor mac@pgfinearts.com

28.- FYFTY 24 MX

Dirección:

Amatlán # 105 (Colima # 159)

Col. Condesa

Tel. 5256 1444

arte@loshappypeople.com

29.- ARRÓNIZ ARTE CONTEMPORANEO

Dirección. Gustavo Arróniz gustavo@arroniz-arte.com

Plaza Río de Janeiro # 53. pb

Col. Roma, CP 06700

Tel. 55 11 79 65

Fax. 55 11 67 23

30.- GALERIA 10/10

Dirección: Esther Misrachi y Norman Bardavid

normanbardavid@aim.com

emisrach@prodigy.net.mx

Séneca # 114

Col. Polanco, CP 11540

Tel. 5280 4438; 5282 2590; 5280 7320; 5280 4488; 5282 2707.

Fax. 5282 2354

galeria10_10@yahoo.com

ing.gerardoroman@gmail.com

31.- ARVIL

Dirección: Víctor Acuña y Armando Colina

Cda. de Hamburgo # 7

Col. Juárez CP 06600

Tel. 5207 2900 / 5207 2820

arvil@arvil.com.mx

32.- AURA GALERÍAS S. A. de C.V.

Dirección: Guillermo Zajarías W.

Explanada # 720
Col. Lomas de Chapultepec, CP 11000
Tel. 5282 4833 / 5282 5033

33. DOMICILIO CONOCIDO. Galería de arte y diseño

<http://galeriadomicilioconocido.blogspot.com/>

Ámsterdam # 206
Col. Hipódromo
Del. Cuauhtémoc, CP 06100
Tel. 5810 4393

34.- GALERÍA ALBERTO MISRACHI

Dirección: Mauricio Assael Misrachi

Campos Elíseos # 215, Local E
Col. Polanco, CP 11560
Tel. 5281 7456 / 5281 7457
Fax. 5281 4789

galeria.alberto@misrachi.com.mx

35.- GALERÍA ARTE LOURDES SOSA

Dirección: Lourdes Sosa

Ibsen # 33 – A
Col. Polanco, CP 11560
Tel. 5280 6857
Fax. 5282 2452

Sucursal en el Hotel Four Seasons

Paseo de la Reforma #

lsg@lourdessosagaleria.com

36.- GALERIA DIVART

Dirección: Isaac Green. isaacgreen@galeriativart.com

Hotel JW Marriot

Andrés Bello # 29, local 2

Col. Polanco, CP 11560

Tel. 5281 0142

5281 0145 y 5999 0081

veronicagreen@galeriativart.com

antoniosuarez@galeriativart.com

37.- GALERIA INTERART

Dir. Sandra Weisenthal de Galewicz

Dickens # 33-C

Col. Polanco C. P. 11560

Tel. 5282 2001/5282 2002

F. 5282 0030

info@galeriainterart.com

38.- GALERÍA MARSTELLE

Dirección: María Estela Verdejo Silva

Topilejo N° 125 P.H.

Col. Lomas de Chapultepec, CP 11000

Tel. 5282 5086

Celular: 55 1068 8606

galeriamarstelle@hotmail.com

39.- GALERÍA SCHWARSCTEIN

Dirección: Bertha Schwarztein

Polanco # 79

Col. Polanco Chapultepec, CP 11580

Tel. 5282 1278

<http://www.schwarsteingaleria.com.mx/node/128>

40.- GALERÍA KIN

Dirección: María Llobet de Maldonado

arte@mariallobetmaldonado.com

Paseo del Río # 89 -5

Col. Del Carmen, CP 04100

Tel. 5662 4539 / 5661 5556

41.- GALERIA WINDSOR

Director: Federico Pearl

Hamburgo # 224

Zona Rosa

06600, México D.F.

Tel. 5525 2881

5525 2996

Fax. 5533 3951

galwin@galeriawindsor.com

42.- LA QUIÑONERA.

Dirección: Héctor y Néstor Quiñones

Santa Cruz # 111

Barrio de la Candelaria, Coyoacán

Tel. 5610 1360

Celular: 04455 1818 2957

laquinonera@gmail.com

43.- LOURDES CHUMACERO. Arte contemporáneo

Estocolmo # 34, Zona Rosa

Col. Juárez, CP 06600

Tel. 5514 0646

artegal@galeriachumacero.com.mx

44.- GALERIA URBANA.

2002

Calzada de los leones # 195

Col. Las Águilas

México, D.F.

Tel. 5593 5998 / 5651 8460

info@galeriaurbana-df.com

www.galeriaurbana-df.com

45.- GALERIA DE ARTE ANDRES DAVID SIEGEL RUIZ

Dirección:

Veracruz # 40

Col. Roma. CP 06700

Tel. 5286 4837 / 5286 4818

46.- PROYECTOS MONCLOVA

Dirección. José García

Gral. León. # 31.

Col. San Miguel Chapultepec, CP 11850

Tel. 55 4754 3546

info@proyectosmonclova.com

47.- GALERIA YAUTEPEC

Dir. Daniela Elbahara. daniela@yau.com.mx

Brett W. Schultz

Melchor Ocampo 154-A
Col. San Rafael, CP 06470.
Tel. 5256 5533

48.- FIFI PROJECTS

Director:

Cozumel # 81 int-2
Col. Roma
www.fifiprojects.net
galleria@fifiprojects.net
0445545167026

49.- RICARDO REYES ARTE CONTEMPORANEO. www.ricardoreyesarte.com

Dirección: Ricardo Reyes. ricardo@ricardoreyesarte.com

Campeche # 362 – 2
Col. Condesa CP 06100
Tel. 5211 8711
Fax. 5211 8600
Cel. 04455 5405 4393
info@ricardoreyesarte.com

50.- la 77

Dirección: Karen Huber. karenhuber9@gmail.com

Joaquín García Icazbalceta # 77, esquina Manuel María Contreras
Col. San Rafael, CP 06470
galeriala77@gmail.com
Tel. 55 2858 4532

51.- GALERIA TRAEGER & PINTO

Dirección: Gerardo Traeger y Eduardo Pinto.

traeger@traeger-pinto.com

pinto@traeger-pinto.com

Colima # 179

Col. Roma, CP 06700

Tel. 5525 4500

traeger-pinto@yahoo.com.mx

52.- GALERÍA GRIMALDI

Dirección: Jorge Garza Aguilar

Anatole France # 26 int. P.B.

Entre Luis G. Urbina y Campos Elíseos

Col. Polanco Chapultepec

Tel. 5281 5728

53.- HECARO GALERÍA

Antonio Caso # 19, primer piso. Casi esquina paseo de la Reforma

Col. Tabacalera, C.P. 06030

Tel. 5566 1854

www.galeriahecaro.com.mx

hecaro.galeria@gmail.com

54.- GALERÍA TALENTO ARTE VISUAL

Dirección:

Anatole France # 82

Col. Polanco

Tel. 5148 5110 / 5148 5111

Fax. 5180 9039

55.- GALERÍA ARTDICRÉ

Dirección: José del Bosque A.

Versalles # 56-D, Esquina Lucerna

Col. Juárez, CP 06600

Tel. 5535 5165

Fax. 5566 6635

artdicre@prodigy.net.mx

56.- NM CONTEMPORÁNEO

Dirección: Carmen Rosa Vega y Francisco Molina

carmenrosa@nmcontemporaneo.com

frank@nmcontemporaneo.com

57. - MACHADO ARTE ESPACIO

Dirección: Gabriel Machado y María José Castro

Sonora # 178, frente al Parque México

Col. Hipódromo Condesa

Tel. 5211 0667

machadoarteespacio@gmail.com

58.- Arte talCual

Dirección: Georgina Arozarena y Andrés Arredondo.

Proyectos y difusión: Stephanie Fernández. stephanie@artetalcual.com

Colima # 326 – A

Col. Roma Norte

Del. Cuauhtémoc, CP 06700

Tel. 5514 9616

www.artetalcual.com

59.- GALERÍA VERTIGO.

Dirección: Clarisa Moura

Colima # 23 Local A

Col. Roma, CP 06700

Tel. 5207 3590

www.vertigogaleria.com

info@vertigogaleria.com

60.- GALERÍA R – ARTE. www.r-arte.com

Dirección general: Raúl Rosado. raul@r-arte.com

Registro y distribución de obra: Yves F. Lehouiller Villanueva. yves@r-arte.com

Colima # 368 –D

Col. Roma Norte, CP 06700

Tel. 8596 1330 / 8596 1331

61.- GALERÍA PLASTIKA DE ARTE

Oscar Rangel: 04455 5455 1672

artevisual13@hotmail.com

Alejandro Procopio: 04455 5405 6810

alelr@rasa.com.mx

Durango # 331 (entre Sonora y Acapulco)

Col. Roma, CP 06700

Tel. 5286 1222

62.- GALERIA GAGA & CO.

Dirección: Fernando Mesta.

Durango # 204 PB

Col. Roma, CP 06700

Tel. 55251435

hello@houseofgaga.com

63.- ACCESO B

Dirección: Jimena Lascurain; Laura Chenillo; Mabel Larrechart y Oscar Padilla

Casa del Poeta (interior) Álvaro Obregón # 73

Col. Roma, CP 06700

Tel. 5584 5476 / 5554 7428

info@accesobgaleria.com

64.- ORIGINAL MULTIPLE. 100 mts³ de arte

Dirección: Paola Araiza

Gral. Antonio León # 70 – A

Col. San Miguel Chapultepec

Entre Circuito interior y Constituyentes

Tel. 5276 4287

65.- GALERIA CHICOZAPOTE. Arte transcubano

Dirección: Madeline Izquierdo de Campos

Homero # 906, entre A. Musset y Alejandro Dumas.

Col. Polanco. CP 11560

Tel. 5280 8824

info@galeriachicozapote.com

66.- CAJA BLANCA

Directoras. Lorena Jáuregui; lorena@cajablanca.com.mx Alejandra Funtanet;

alejandra@cajablanca.com.mx Patricia Bessudo; patricia@cajablanca.com.mx

Paseo de los Tamarindos # 90. Local 27

Complejo Corporativo y Comercial Paseo Arcos Bosques

Col. Bosques de las Lomas

Tel. 9135 0034

67.- LABOR

Directora. Pamela Echeverría. pamela@labor.org.mx ;

Colima # 55. Esquina Frontera.

Col. Roma

Tel. 5208 5579

68.- GALERÍA RECINTO “PROJECT ROOM”

Dirección: Mariblanca Navarro y Mariana Valdés

Vicente Suárez No. 99 – A

Col. Condesa, CP 06140

69.- GALERÍA EMILIA COHEN ARTE CONTEMPORANEO. ECOH

Paseo de las Palmas # 1320

Col. Lomas de Chapultepec

11510

Tel. 5281 0009 / 5281 0029

galeria@emiliacohen.com galeria@ecohgaleria.com

POP-UP location: Casa Maauad, Altamirano # 20,

Esquina con Icazbalceta, Col. San Rafael

Cel. 04455 1900 9221

70.- ANTENA ESTUDIO. Contemporary Art

Dirección: Andrés Basurto

Nevado de Sorata esq. Rivera de Cupia

Col. Lomas de Chapultepec

Tel. 5245 1222

71.- GALERÍA DESIRÉ SAINT PHALLE

2010

Dirección México: Omar Cruz García.

Dirección: Thierry Desire thierry@desiresaintphalle.com

Philippe de Saint Phalle. philippe@desiresaintphalle.com

Colima # 25 – A, entre Cuauhtémoc y Morelia

Col. Roma, CP 06700

Tel. 5207 2369

info@desiresaintphalle.com

72.- GALERÍA EL PALOMAR DEL MINOTAURO

Dirección:

Maricopa # 27

Col. Nápoles, entre insurgentes y Dakota

Del. Benito Juárez. CP 03810

73.- GALERÍA PATRICIA CONDE

Dirección: Patricia Conde Juaristi

La Fontaine # 73

Col. Polanco

Tel. 5290-6345 / 5290-6346

contacto@patriciacondegaleria.com

74.- GALERÍA AGUAFUERTE

Dirección: Natacha G. Cirigliano. natacha@aguafuertegaleria.com

Guanajuato # 118

Col. Roma D. F.

24 54 96 38 / 41 95 27 13

75.- GALERÍA ENRIQUE JIMÉNEZ MAREN

<http://www.galeria-maren.com.mx>

Hotel Marriott Reforma Mezzanine (Reforma 276)
Paseo de la Reforma # 234, esq. Havre
Col. Juárez, C.P. 06600.
Tel. 1997 9492 1997 9476
contacto@galeria-maren.com.mx gal_maren@hotmail.com

76.- GALERÍA EL CÍRCULO AZUL

Francisco Sosa # 363
Col. Santa Catarina, C.P. 04000, Coyoacán
Tel. 5554 7665

77.- ALDAMA FINE ARTS

Dirección: José Ignacio Aldama

Palacio de Versalles # 100 L-B
Col. Lomas Reforma, CP 11930
Tel. 5247 8019
info@aldama.com

78.- NAXICA GALLERIA DE ARTE

Dirección: Sergio Montiel. sergio.montiel1@gamil.com sergio.montiel@naxicagallery.com
Laura Arias. Marketing. laura.arias@naxicagallery.com
Tamara Rodríguez. Coordinación, Curaduría y eventos. tamara@naxicagallery.com

Antonio Caso # 19, piso 7
Col. Tabacalera
Del. Cuauhtémoc, CP 06170
Tel. 5705 1051 / 5211 6177

79.- GALERÍA PI

Dirección: José Luis Martín

Av. Santa Fe # 481 PB edificio World Plaza
U. Hab. Cruz Manca, Del. Cuajimalpa, CP 05349
Sobre la autopista, frente al Centro Comercial Santa Fe
Tel. 5292 5245 / 5687 0158
info@arte-pi.com.mx

80.- ARTE HOY GALERÍA

Dirección: Jorge Espinoza Fernández

Presidente Carranza # 176
Villa Coyoacán Del. Coyoacán, 04000
Tel. 5554 0155
<http://www.artehoy.com.mx/>
info@artehoy.com.mx

81.- GALERÍA MASSIMO AUDIELLO

Director:

Querétaro # 116 – C
Colonia Roma CP 06700
Tel. 55 59136390
audiello@msn.com

82.- ANONYMOUS GALLERIE (galería Neoyorkina con sede en la ciudad de México)

Director: Laura Resendiz, Joseph Ian Henrikson

Zacatecas # 173
Col. Roma Norte
info@anonymousgallery.com

Total: 82

BIBLIOGRAFIA

ABAROA, E., (2003) “Una elegía panadera” en *Curare*, Número 21, Enero-Junio. México.

ACHA, J., (1984) *El arte y su distribución*. México. Dirección General de Publicaciones, Universidad Nacional Autónoma de México.

..... (2003) *Las actividades básicas de las artes plásticas*. México. Ediciones Coyoacán

AGUILAR CAMÍN, H. y M. LORENZO, (1989) *A la sombra de la revolución mexicana*. México. Editorial Cal y Arena.

ALONSO, L. E., (1998) “Sujeto y discurso: el lugar de la entrevista abierta en las prácticas de la sociología cualitativa en *La mirada cualitativa en sociología*, México, Editorial Fundamentos, p. 190

ASHTON, D., (1998) *La escuela de Nueva York. Capítulo XI. Artistas y Marchantes*. Madrid, España. Ediciones Cátedra S. A.

AZUELA DE LA CUEVA, A., (2005) *Arte y Poder*. México. El Colegio de Michoacán. Fondo de Cultura Económica.

BARRIOS, J. L., (2004) “Los descentramientos del arte contemporáneo: de los espacios alternativos a las nuevas capitales (Monterrey, Guadalajara, Oaxaca, Puebla y Tijuana)” en Benitez Dueñas, I. M., (coord.) *Hacia otra historia del arte en México. Disolvencias (1960-2000)*. Tomo IV. México. Arte e Imagen, Consejo Nacional Para la Cultura y las Artes - CURARE.

BECKER, H., (1982) *Art Worlds*. University of California Press.

BELLINI, A., (2010) *Everything you always wanted to know about gallerists but were afraid to ask*. JRP Ringier.

BOURRIAUD, N., (2009) *Postproducción*. Buenos Aires, Argentina. Adriana Hidalgo Editora S. A.

DAIX, P., (2002) *Historia Cultural del Arte Moderno. De David a Cézanne*. Madrid, España. Ediciones Cátedra (Grupo Anaya S. A.).

DE LA PEÑA, S. y T. AGUIRRE. (2006) *Historia Económica de México, de la Revolución a la Industrialización*. México. Universidad Autónoma de México- Editorial Océano de México, S. a. de C. V.

- DEBROISE, O.** (2005) *Fin de temporada: saldos en Eco: arte contemporáneo mexicano*. España. Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía.
- DEL CONDE, T.**, (2003) *Una visita guiada, Breve Historia del Arte Contemporáneo de México*. México. Grupo Editorial Random House Mondadori, S. L.
-(1998) *Una mirada a los ochenta en Estudios sobre Arte. 60 años*. Instituto de Investigaciones Estéticas. Universidad Nacional Autónoma de México. Edición a cargo de Martha Fernández y Louise Noelle. México.
-(1994) *Historia mínima del arte mexicano en el siglo XX*. México. ATTAME Ediciones
- DE ZAYAS, M.**, (2005) *¿Cómo, Cuándo y Por qué el arte Moderno llegó a Nueva York?* México. DGE-Equilibrista- Universidad Nacional Autónoma de México. Ediciones S.A. de C. V. Colección Pértiga.
- DICKIE, G.**, (2005) *El círculo del arte. Una teoría del arte*. España. Editorial Paidós.
- DORFMAN, A.**, (2005) *La Panadería 1994-2002*. México. Turner / consejo Nacional para la Cultura y las Artes / OCEANO.
- EMERICH, L. C.**, (2000) *Galería Pecanins, la siempre vivaz*. México. Turner Libros
- Fernández, Miguel Á., (1998) *Historia de los museos de México*. México. Promotora de comercialización directa S. A. de C. V.
- FREELAND, C.**, (2003) *Pero ¿esto es arte?. Una introducción a la teoría del arte*. Madrid, España. Ediciones Cátedra (Grupo Anaya S. A.).
- FRÉROT, C.** (1990) *El mercado del arte en México. 1950-1976*. Instituto Nacional de Bellas Artes / Centro Nacional de Investigación, Documentación e Información de las Artes Plásticas. México, segunda época. Serie Investigación y Documentación de las Artes.
- FURIO, V.**, (2000) *Sociología del arte*. Capítulo 8 “La comercialización del arte: el mercado artístico. Madrid, España. Ediciones Cátedra.
- GARDUÑO, A.**, (2006) *¿Nacidos para comprar arte? Mercado y coleccionismo en México durante la primera mitad del siglo XX en CURARE, Número 27, Julio-Diciembre*. México. p. 36-49

..... (2011) Acervos en construcción, museos expandidos en *Cimientos. 65 años del INBA. Legados, donaciones y adquisiciones*. p. 23

GÓMEZ MAQUEO, E. (2002) *¿Es el arte una inversión? en Hablando en plata, el arte como inversión*. México. Landucci Editores S. A. de C. V. 2002.

HAUSER, A., (1975) *Sociología del arte*. Capítulo 7 “El comercio artístico”. Madrid. Guadarrama.

HELGUERA, P. (2005) *Manual de estilo del arte contemporáneo*. Colección Anómalos. Tumbona Ediciones. México.

ITURBE, J. y M., PERAZA, (1998) *El arte del Mercado en arte*. México. Universidad Iberoamericana - Porrúa.

JIMÉNEZ, J. (2003) *Teoría del arte*. España. Editorial TECHNOS (GRUPO ANAYA S. A.).

JUANES, J. (2010) *Territorios del arte contemporáneo: del arte cristiano al arte sin fronteras*. México, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla-ITACA

KRIEGER, P., (2004) Construcción visual de la megalópolis México en *Hacia otra historia del arte en México. Disolvencias (1960-2000)*. Tomo IV. (Issa Ma. Benítez dueñas, Coord.) México. Arte e Imagen, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes - CURARE.

LINDEMANN, A., (2006) *Coleccionar arte contemporáneo*. China. Taschen.

LÓPEZ CUENCA, A., (2004) *Resistirse o morir*. Tercer Simposium Internacional sobre teoría y arte contemporáneo: Resistencia. Instituto Nacional de Bellas Artes – Patronato Arte Contemporáneo A. C. – Consejo Nacional para la Cultura y las Artes – Secretaría de Relaciones Exteriores. México.

LORD, B. y D. LORD., (1998) *Manual de gestión de museos*. Barcelona, España. Editorial Ariel S. A.

MAASS MORENO, M., (2006) *Gestión cultural, comunicación y desarrollo, teoría y práctica*. Col. Intersecciones. México. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes - Universidad Nacional Autónoma de México – Instituto Mexiquense de Cultura.

MACÍAS, V., (2006) Espacios alternativos en los noventa en *La era de la discrepancia. Arte y cultura visual en México 1968-1997*. México. Universidad Nacional Autónoma de México-Turner.

- MANRIQUE, J. A.**, (2000) *Arte y Artistas Mexicanos del Siglo XX*. México. Lecturas Mexicanas, cuarta Serie. Consejo Nacional para la cultura y las Artes.
- (2001) *Una visión del arte y de la historia*. Vol. 4. Universidad Nacional Autónoma de México- Instituto de Investigaciones Estéticas.
- MANRIQUE J. A., y T. DEL CONDE.** (2005) *Una mujer en el arte mexicano. Memorias de Inés Amor*. Universidad Nacional Autónoma de México. Instituto de Investigaciones Estéticas. México.
- MAYER, M.** (2006) *Escandalario. Los artistas y la distribución del arte*. México. Fundación BBVA-Bancomer; Fondo Nacional para la Cultura y las Artes.
- OLES, J.** (1997) Colecciones Disueltas: sobre unos extranjeros y muchos cuadros mexicanos en *Patrocinio, colección y circulación de las artes. XX Coloquio internacional de historia del arte*. (Gustavo Curiel Coord.). Universidad Nacional Autónoma de México – Instituto de investigaciones estéticas. México.
- ORTEGA, J.** (2011) *¿Neomexicanismos? Ficciones identitarias en el México de los ochenta*. Museo de Arte Moderno. Instituto Nacional de Bellas Artes
- PORRERO, R.**, (2010) “Presentación” en *Código DF. Arte y cultura contemporáneos desde la ciudad de México*, Editorial CODIGO, México.
- RAMÍREZ, J. A.** (1994) *Ecosistema y Explosión de las Artes*. Condiciones de la Historia. Segundo Milenio. Colección Argumentos. Barcelona, España. Editorial Anagrama. S. A. 1994
- REYNOSO POHLENZ, J.** (2010) “Antecedentes y resultados de la prosperidad del arte contemporáneo en México” en *Código DF. Arte y Cultura Contemporáneos desde la ciudad de México*, México,
- RODRÍGUEZ PRAMPOLINI, I.** (1994) “*La pasión por coleccionar: antigua práctica vigente*” en México en el Mundo de las Colecciones de Arte. México. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes /Universidad Nacional Autónoma de México/Secretaría de Relaciones Exteriores
- (1994) “El comercio en México. Galerías estatales y privadas” en *La pasión por coleccionar: antigua práctica vigente de México en el mundo de las colecciones de arte*. México contemporáneo. Volumen I. UNAM- Instituto Nacional de Bellas Artes. México. pp. 8-13

- ROMERO KEITH, D.** (1985) *Historia y testimonios. Galería de Arte Mexicano*. Ediciones GAM. México. 1985
- ROVIROSA, H.** (2005) Temístocles 44 en *CURARE*, número 25, Enero-Junio 2005. México. pp. 125-136
- RUANO, V.** (2005) *México en ARCO '05*. Madrid, España. TURNER/Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- RUIZ, N.** (2011) *La obra de arte como objeto de intercambio*. Ediciones Alternativas del Centro Cultural de España en Guatemala.
- RURHBERG, K.**, (2005) “El traslado de Paris a Nueva York” en *Arte del siglo XX*. Ed. Taschen. p. 271
- SÁNCHEZ. O.** (2002) “Mejor cómprate otro avión” en *Hablando en plata, el arte como inversión*. Landucci Editores S. A. de C. V. México
- SCHMELZ, I.** (2007) “Arte conceptual en México: los años noventa” en *CURARE*, Número 28, enero-junio 2007. México. pp. 8-17
- SHINER, L.** (2004) *La Invención del Arte. Una historia cultural*. Barcelona, España. 2004. Ediciones Páidos Ibérica S. A.
- THORNTON, S.**, (2009) *Siete días en el mundo del arte*. Buenos Aires, Argentina. Editorial Edhasa.
- VELÁZQUEZ, A.** (1987) *La Academia enriquece sus galerías en La Lotería de la Academia de San Carlos 1841-1863*. México. Instituto Nacional de Bellas Artes-Lotería Nacional.
- VELTHUIS, O.** (2005) *Talking Prices: Symbolic meanings of prices on the market of contemporary art*. Princeton University Press.
- WINKLEMAN, E.**, (2009) *How to start and run a commercial art gallery*. Allworth Press. EUA.
- ZOLBERG, V. L.** (1990) *Sociología de las artes*. Capítulo 6, apoyo estructural, audiencias y usos sociales del arte. Madrid, España. Fundación Autor.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

BERNIER, J., (1993) “El mercado del arte” en *Los espectáculos del arte. Instituciones y Funciones del arte contemporáneo*. México. TUSQUETS EDITORES. Colección Fernando Savater.

CRUZVILLEGAS, A., (2006) *Round de sombra*. Dirección General de Publicaciones CONACULTA. México **DICKIE, G.**, (2005) *El círculo del arte. Una teoría del arte*. España. Editorial Paidós.

DORFMAN, A., (2005) *La Panadería 1994-2002*. México. TURNER / CONACULTA / OCEANO.

GUASCH, A. M. *La sociología del arte*. Ediciones Nueva Visión

POL, F., (1976) *Producción artística y mercado*. Barcelona, España. Gustavo Gili. 1976.

ROMERO KEITH, D. (1992) *Vanguardia de una época. Galería Antonio Souza*. El equilibrista. 1992

----- (2000) *Tiempos de ruptura. Juan Martín y sus pintores*. Américo Art Editores S.A. de C.V.

SAATCHI, C. (2010) *Me llamo Charles Saatchi y soy un arthead*. México. Editorial Phaidon.

THOMPSON, D. (2009) *El tiburón de 12 millones de dólares. La curiosa economía del mercado del arte contemporáneo y las casas de subastas*. Editorial Ariel.

TESIS

CARDOSO MARTÍNEZ, A. E. y K. G. ROALANDINI BEYER, (2006) *Las ferias de arte contemporáneo como canal de distribución y sus estrategias de mercado: México en ARCO'05*. Tesis de Licenciatura, Licenciatura en Historia del Arte. Centro de Cultura Casa Lamm.

DÍAZ-GUERRERO ALTAMIRANO, A., (2009) *Sumisión y libertad creativa. Al mercado lo que es del mercado y al arte lo que es del arte*. Tesis de Maestría en Artes Visuales con Orientación en Pintura, Coordinación de Artes Visuales,

México, Universidad Nacional Autónoma de México-Escuela Nacional de Artes Plásticas.

HERNÁNDEZ DORING, T. T., (1998) *El mercado del arte en México 1986-1996*. Tesis de Licenciatura, México, Departamento de Arte. Universidad Iberoamericana.

RANGUEL MURGUIA, M. F. y M. VALLEJO SOBRINO, (1999) *Visión comparativa del mercado del arte dentro de la Galería de Arte Mexicano durante dos décadas: 1935-1945, 1985-1995*. Tesis de Licenciatura, México, Departamento de Arte. Universidad Iberoamericana.

Weinstein Rosenfeld, S., (1993) *Estudio exploratorio sobre el mercado del arte: factores que influyen en la fijación del precio de una obra de arte, pintura específicamente, de artistas consagrados, mexicanos vivos*. Tesis de Licenciatura, México, Departamento de Estudios Empresariales, Universidad Iberoamericana.

HEMEROGRAFÍA

DE AZÚA, F., (2003) "Hacia dónde va el arte" en *Letras Libres*. Año V. número 50. Febrero 2003. p. 10-11.

TOSTADO, C., (2003) "Voltear a ver" en *Letras Libres*. Año V. número 50. Febrero 2003. p. 18-22

MINERA, M. (2003) "Voces en el concierto, arte contemporáneo en México" en *Letras Libres*. Año V. número 50. Febrero 2003. p. 24-2

SPRINGER, J. M. (1991) "El arte del mercado: radiografía de un sistema" en *Uno más Uno*. Sección Cultural. Sábado 11 de Mayo de 1991. p. 13.

RECURSOS ELECTRÓNICOS:

ALIANO, N., (2011) Los mundos de Howard Becker en Revista Argentina de Estudios de Juventud [En línea], disponible en <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/revistadejuventud/article/view/1501/1272> [Accesado el día 9 de mayo de 2012]

ANTIGUO COLEGIO DE SAN ILDEFONSO, (2012), <http://www.sanildefonso.org.mx/index.php>, [En Línea], México, disponible en: <http://www.sanildefonso.org.mx/frame.php?sec=11> [Accesado el día 7 de septiembre de 2011]

ARANDA MÁRQUEZ, C., (2000), “Kurimanzutto y los nuevos modelos de promoción del arte” en *Latín Arte Magazine*, No. 1, Octubre-Noviembre 2000 [En Línea], disponible en: <http://www.luisfelipeortega.com/lfo/articles-interviews-reviews/91-kurimanzutto-y-los-nuevos-modelos-de-promocion-del-arte.html> [Accesado el día 30 de Noviembre de 2010]

ARTE INFORMADO, (2012), <http://www.arteinformado.com/> [En Línea], México, disponible en: <http://www.arteinformado.com/Noticias/2705/las-galerias-mexicanas-llevan-mas-de-un-40-de-artistas-extranjeros/> [Accesado el día 15 de enero de 2012]

ASAMBLEA LEGISLATIVA DEL DISTRITO FEDERAL (2011), “Ley de Establecimientos Mercantiles del Distrito Federal. Artículo 2. Párrafo XVI. Gaceta Oficial del D.F. 26 de Enero de 2009” <http://www.aldf.gob.mx/> [En Línea], México, disponible en : www.aldf.gob.mx/archivo-843220f7939ec35d52f8b3a850c4ba42.pdf [Accesado el día 14 de marzo de 2010]

BUCIO, E. P., (2012) “Apoya Conaculta a galerías de arte” en *Reforma, Sección Cultura* [en Línea], 2 de enero de 2012, disponible en:

<http://busquedas.gruporeforma.com/reforma/Documentos/DocumentoImpresa.aspx> [Accesado el día 9 de enero de 2012]

CANTÚ, M. (2012), “Realizan inversión millonaria en la promoción de artistas mexicanos” [En Línea], México, disponible en: http://www.bellasartes.gob.mx/prog_art/minxmin/mostrar_completa.php?id=2168 [Accesado el día 21 de febrero de 2012]

CHECA-ARTASU, M. M., (2011) “Gentrificación y Cultura: algunas reflexiones” en *Revista bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*. [En línea] Vol. XVI. n°. 914, 15 de marzo de 2011, disponible en: <http://www.ub.edu/geocrit/b3w-914.htm> [Accesado el 11 de febrero de 2012]

CONSEJO NACIONAL PARA LA CULTURA Y LAS ARTES, (2012). <http://fonca.conaculta.gob.mx/institucional.html> [En línea]. México, disponible en: <http://fonca.conaculta.gob.mx/institucional.html> [Accesado el día 14 de agosto de 2011].

GASCA SERRANO, L. (2012). “Artistas, índices y evaluación” en *El Economista, Mercado del arte en México 2012* [En línea]. México, disponible en: <http://eleconomista.com.mx/entretenimiento/2012/02/13/mercado-arte-artistas-indices-evaluacion> [Accesado el 21 de febrero de 2012]

----- (2012). “Todos coinciden: invertir en arte es buena opción” en *El Economista, Mercado del arte en México 2012* [En línea]. México, disponible en: <http://eleconomista.com.mx/entretenimiento/2012/02/13/todos-coinciden-invertir-arte-buena-opcion> [Accesado el día 21 de febrero de 2012].

----- (2012). “El arte en México ¿Cómo se vende?” en *El Economista, Mercado del arte en México 2012* [En línea]. México, disponible en:

<http://eleconomista.com.mx/entretenimiento/2012/02/14/arte-mexico-como-se-vende>, [Accesado el día 21 de febrero de 2012]

----- (2012). “El inestable camino del negocio del arte” en *El Economista, Mercado del arte en México 2012* [En línea]. México, disponible en: <http://eleconomista.com.mx/entretenimiento/2012/02/13/inestable-camino-negocio-arte>, [Accesado el día 21 de febrero de 2012]

JARQUE, F., (2011) “Cómo ser adicto al arte” en *El País*. [En Línea], 12 de febrero de 2011, disponible en: <http://intranet.cervantes.es/noticias/20110218/51-1802.pdf> [Accesado el día 29 de abril de 2011]

MACMASTERS, M., (2008), “Abre Nuevo espacio de la galería Kurimanzutto con Anaqueles” en *La Jornada*, Sección Cultura [En Línea], 27 de noviembre de 2008, disponible en: <http://www.jornada.unam.mx/2008/11/27/index.php?section=cultura&article=a04n1cul> [Accesado el día 19 de octubre de 2010]

MARTINELL, A. (2001) *Diseño y elaboración de proyectos de cooperación cultural*. Madrid: OEI. (Colección Cuadernos de Iberoamérica). [En Línea], disponible en: <http://www.oei.es/publicaciones/prox04.htm> [Accesado el 2 de junio de 2012]

ROMERO, B., (2011) “El mercado del arte exhibe la desigualdad entre hombres y mujeres” [En Línea], 10 de marzo de 2011, disponible en: http://www.conaculta.gob.mx/sala_prensa_detalle.php?id=11838 [Accesado el día 14 de marzo de 2011]