Estudiantes de Ciencias del Arte y Gestión Cultural de la UAA se capacitan para generar nuevos mercados en el arte

BOLETÍN No. 418 –>>

El arte mueve dinero y puede estar al acceso de la población, sólo se necesitan nuevas vías de distribución, promoción y concientización: SLG.

Estudiantes de la licenciatura en Ciencias del Arte y Gestión Cultural de la Universidad Autónoma de Aguascalientes se capacitan en la apertura de nuevos canales de distribución para el mercado del arte, con el fin de que una mayor parte de la población pueda acceder a la compra de obra artística y ampliar los modelos de inversión de la sociedad; esto a través de un curso-taller que impartió Silvana Liceaga Gesualdo, docente de posgrado de la Universidad Autónoma Metropolitana e integrante de la Fundación Antonio Haghenbeck y de la Lama I.A.P., como parte de las actividades de la cátedra “Alfonso Pérez Romo” del Centro de las Artes y la Cultura.

Liceaga Gesualdo comentó que el arte mueve dinero aunque no parezca algo tan visible, por ejemplo, exposiciones en la Ciudad de México han movilizado regiones, redituando no sólo a los centros de exhibición, sino también a comercios aledaños, industria hotelera y de transporte; y por otra parte, el mercado del arte parece limitarse a un grupo mínimo de personas que pueden gastar millones en subastas; por lo que reto para los gestores culturales es reconocer las vías existentes para ampliarlas, informar a la sociedad sobre ello y promover otro tipo de inversiones económicas, como el arte.

Durante el curso-taller, los estudiantes de la UAA generaron proyectos viables para su implementación, con lo que se promovió el emprendedurismo en los futuros gestores del arte; al respecto, Liceaga Gesualdo indicó que en Aguascalientes se podría organizar una subasta de arte producido durante los últimos 10 años en el Museo Escárcega, lo que posibilitaría la participación de un público más amplio, y para ello será necesario un proceso de concientización y divulgación.

Sobre este tema, la catedrática indicó que para la población es común el adquirir teléfonos celulares de más de 10 mil pesos, pero no es común el invertir en un grabado, fotografía, dibujo o arte de, por ejemplo, 5 mil pesos, que incluso podría pagarse a plazos de seis meses; por lo que subrayó que es necesario deshacer la concepción sobre el arte como algo gratuito o imposible de adquirir.

Debido a esto, explicó que existen series de productos artísticos, avalados por galeristas que son de pequeño formato, a un costo menor que puede oscilar entre los 1 mil pesos o menos y que representan una importante inversión. Esto lo ejemplificó al indicar que una persona con un ingreso medio no pueda adquirir una pieza de Minerva Cuevas, pero sí una de las orejas de chocolate de su serie *ex professo*, numerada.

Asimismo, expresó que deben considerarse las particularidades y contextos de las piezas para su venta y adquisición, pues en el caso de la fabricación de alebriges, existen algunas producidas por comunidades y en serie, mientras otros son creados por maestros artesanos, con técnicas, pigmentos o materiales especializados, como oro o maderas determinadas, lo cual le otorga un mayor valor a la obra.