

ANUNCIO A AMIGOS Y PATRONOS DEL IOMR

Próxima publicación de una serie de artículos sobre el mundo del arte y la crisis del Covid-19

Como continuación a los artículos publicados en el blog, "Situación del mundo del arte al día de hoy" Marzo 2020, "Crónica de un Apocalipsis anunciado" Abril 2020" y "Edward Hopper un visionario del mundo actual" Julio 2020, Carlos Herrero Starkie publicará en el blog del IOMR una serie de artículos, cuya sinopsis de cada uno adelantamos, en los que tratará sobre cual ha sido la respuesta del mundo del arte ante el desafío que ha impuesto la pandemia.

EL MUNDO DEL ARTE ANTE LA CRISIS DEL COVID-19:

Part I- Sotheby's y Christie's mantienen vivo el mercado del Arte durante la crisis del covid-19. (próxima publicación)

Exposición acerca de como Christie's y muy especialmente Sotheby's, han sabido reaccionar a tiempo para que el arte siga vendiéndose, aún en el periodo del "lockdown". Análisis de como las dos entidades líderes en el mercado secundario han sabido aprovechar esta crisis para afianzar su posición en el mercado. ¿Cuáles han sido sus estrategias? ¿Sus resultados a nivel de ventas en tiempos de crisis? ¿Como una estrategia positiva lleva el éxito y una defensiva lleva al debilitamiento?

Part II- ¿Qué conclusiones podemos extraer para el mercado del arte de la crisis del covid-19?

La crisis del covid-19 ha conllevado un cambio en nuestros hábitos que ha conducido al mundo del arte a potenciar lo virtual frente a lo presencial. En función de la capacidad de adaptación de cada uno de los actores a la nueva realidad surgirán los vencedores y los derrotados por esta crisis de la que surgirán nuevos gustos; el arte que mejor se pueda visualizar digitalmente en la red será aquel que tenga más posibilidades de triunfar. El arte impresionista ya había dado muestra de asfixia por falta de oferta; la crisis del covid-19 confirma la consolidación del arte contemporáneo en la medida que se adapta mucho mejor a lo virtual, al dar prioridad al concepto frente a la ejecución material por el artista. ¿Cuál es el nuevo rol de las galerías? ¿Tendrán un espacio físico de actuación en la era post covid-19?

Ferias virtuales una solución transitoria que no persistirá en la era postcovid.

Part III- El mundo de los Old Masters ante la crisis del covid-19

La digitalización de las imágenes y los contenidos en la red, la venta online, el streaming, los tours virtuales: una oportunidad para abrirse a una nueva audiencia. ¿Cuál es el role que le corresponde a los Old Masters en la era del post covid-19? ¿La imagen puede sustituir a la inspección material y el disfrute personal de una obra de arte antiguo? ¿Qué periodos de la historia y que tipo de arte puede ser mejor visualizados en la red?

Par IV- Aforo limitado, salvación u ocaso de los Museos.

Las experiencias de abrir los Museos con aforos limitados deben llevarnos a una reflexión de si el aumentar exponencialmente las audiencias es el camino adecuado a seguir. La función principal de los Museos es el ser guardianes de los tesoros artísticos para transmitir ese acervo de generación en generación. De aquí que su mayor preocupación no deba ser la cantidad de las visitas si no la calidad de los mismas y en que medida eso se traduce en una valoración de las obras que pueda transmitirse a otros ámbitos como el familiar empresarial. La sociedad debe participar mucho más en la financiación y la vida de los Museos, pero mediante cauces culturales establecidos. El museo debe dejar de ser un lugar meramente turístico y de consumo para reconvertirse en un centro cultural que tenga una influencia real en la sociedad. El museo debe combinar la visita presencial con un contenido cultural, con una actividad atrayente y más lúdica en la red, tanto a nivel de imágenes como a nivel de contenidos escritos que informen de la historia, las obras y artistas representados en los Museos.