



### CLIMA Granizada en Guadalajara no está asociada al calentamiento global

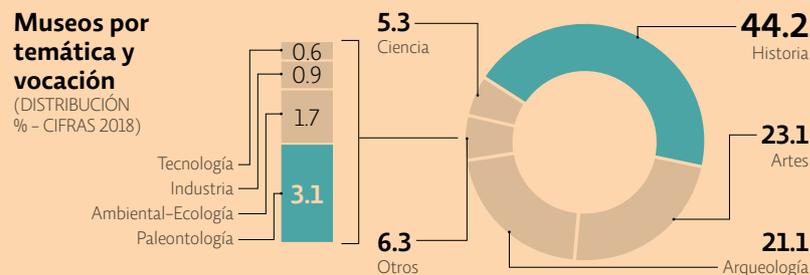
LA INUSUAL granizada que cayó en Guadalajara y Tlaquepaque, Jalisco, la madrugada del domingo, que afectó a 457 viviendas, fue calificada por un “evento meteorológico extremo”, pero no ne-

cesariamente asociada al calentamiento global, dijo el investigador Omar García Concepción, profesor del Departamento de Física del Centro Universitario de Ciencias Exactas e Ingenierías de la Universidad de Guadalajara. Pese a que el granizo alcanzó en algunos puntos de la ciudad hasta

1 metro de altura, el académico aseguró que no es la primera vez que ocurre un evento así en la capital tapatía y recordó que el 8 de agosto del 2004, en una colonia, el granizo cubrió un auto sedan. “Todos los años tenemos fenómenos de rara ocurrencia, pero a la gente se le olvida”, concluyó.

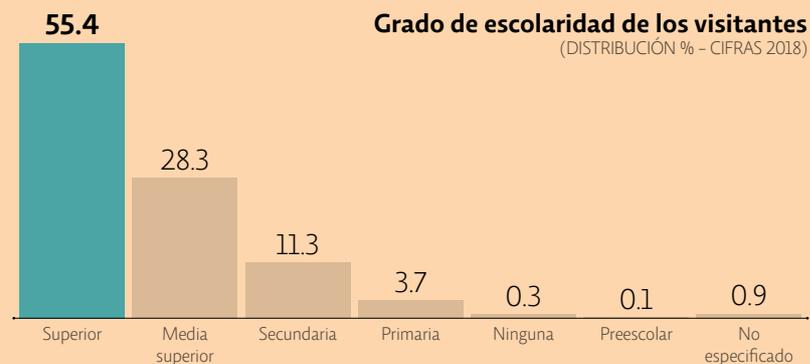
## HISTORIA, ARTE Y ARQUEOLOGÍA PREDOMINAN EN LOS RECINTOS

De 1,086 museos que el INEGI registra en México privan los de historia, seguidos por los de arte; en tercer lugar los de arqueología y el resto son de ciencia, industria, tecnología, ecología y paleontología.



## A MAYOR ESCOLARIDAD MAYOR ÍNDICE DE VISITA

El nivel de estudio es determinante a la hora de medir la visita a un museo. Más de la mitad tiene estudios de nivel superior y casi 40% tiene secundaria o bachillerato



## DISTRIBUCIÓN POR COSTO

Más de la mitad de los museos en México son gratuitos; 22.7% cobra cuota de ingreso y 21.3 % aplica exenciones algunos días de la semana y a determinada población.

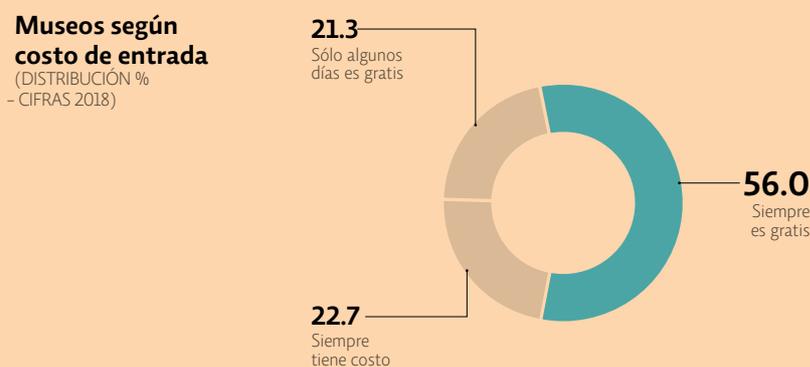


GRÁFICO EE: STAFF

falta de difusión y publicidad/ desconocimiento (18.9%) y no les interesa/falta de motivación/flojera (15 por ciento). En el 2017, el primer motivo para no visitar el museo fue falta de difusión y publicidad (23.3 por ciento).

De los visitantes, 62% indicó vivir en la entidad federativa donde se encuentra el museo, 33% radica en otra entidad federativa y 5% en otro país. Las proporciones son similares a las del 2017.

De los visitantes, 66.9% reportó haber recibido algún estímulo familiar durante la infancia para visitar museos o recintos similares, mientras que 32.8% manifestó no haberlo recibido.

### NOTA METODOLÓGICA

Para generar esta estadística, el Inegi captó información sobre museos y visitantes. De los primeros recabó información de un total 1,086 recintos sobre sus características, infraestructura, temática, disponibilidad y colecciones permanentes, capacidad de atención, servicios, personal empleado, afluencia anual y cuota de ingreso, entre otras.

Sobre los visitantes se aplicó un formato de entrevista, en julio y en octubre del 2018, a 182,769 visitantes de 13 y más años de edad, seleccionados en forma aleatoria. De las entrevistas, 53.4% fue respondida por mujeres y 46.6%, por hombres.

francisco.deanda@eleconomista.mx



**Carmen Reviriego** dice que un buen coleccionista compra con el corazón, con el ojo y con la cartera. FOTO: CORTESÍA

## MECENAZGO, UN PENDIENTE EN MÉXICO

# Principios para comprender el mercado del arte

Ricardo Quiroga  
EL ECONOMISTA

“COMPRAR ARTE bien no es nada fácil. Para comprar arte bien hay que estar muy atentos a lo que está ocurriendo, cuáles son las tendencias. El arte no es un bien que vive ajeno al marketing, a las estrategias comerciales. Entonces, para comprar bien una obra de arte hay que conocer muy bien el mercado, hay que saber qué artistas son serios, quiénes sí van a acabar posicionándose. Hay que estar muy metido en el mercado”, explicó el fin de semana la española Carmen Reviriego, especialista en el mercado del arte, durante el conversatorio “La cuestión palpitante. Arte y mercado”, junto con el periodista Leonardo Curzio, en el Club de Industriales, frente a un nutrido grupo de coleccionistas y mecenas del arte mexicanos.

Ahí, la también impulsora y directora de la Fundación Callia, encargada de reconocer a los grandes mecenas iberoamericanos que han impulsado a la creación plástica de la región hasta llevarla a los primeros planos internacionales, compartió los parámetros primordiales para comprender el mercado del arte vigente, toda vez que Reviriego viaja 145 días en torno al circuito del arte alrededor del mundo, de un continente a otro, conociendo las tendencias de cada mercado específico y, con ello, los atractivos y novedades en el orbe.

“¿Por qué muchas veces sucede que artistas que tienen más de 60 años de edad de pronto des-

### ¿QUIÉN ES CARMEN REVIRIEGO?

**ESPECIALISTA Y asesora de coleccionismo de arte, escritora, columnista de la revista Forbes. Carmen Reviriego es además socia fundadora y presidenta de la Fundación Callia, que, desde el 2015 reconoce la labor de mujeres y hombres que se han dedicado al mecenazgo, es decir, la filantropía del arte, en Iberoamérica, como los empresarios mexicanos Carlos Slim Helú; Bárbara Garza Lagüera; la baronesa Thyssen-Bornemisza, Carmen Cervera; la coleccionista venezolana Patricia Phelps de Cisneros y el matrimonio de Daniel y Estrellita B. Brodsky, ambos determinantes en la presencia de arte latino en las colecciones del MoMA, del Met y la Tate Modern.**

pegan?”, preguntó la española al público. “Muchas veces sucede porque los compran coleccionistas que marcan tendencia”, fue la explicación. Como ejemplo puso al pintor abstracto neoyorquino Peter Halley, contemporáneo y amigo cercano a Jeff Koons, pero que durante toda su vida profesional no tuvo la misma proyección de mercado sino hasta los últimos años, que se ha revalorizado. “Esta pieza la compramos nosotros por 140,000 libras hace un año”, señaló Reviriego a una de

las características piezas simétricas de Halley. “Y estos son los precios ahora de obras parecidas: 250,000 y 350,000 libras. Se ha revalorizado muchísimo y lo hemos comprado en el momento preciso”, explicó. “El mercado también se desgasta”, agregó. “Una vez que ha acabado con las figuras principales del arte, se extiende a las de segundo plano”, como fue el caso de Halley.

“¿Las subastas deforman mucho el mercado, como ocurre con el inmobiliario?”, preguntó Curzio a partir de este ejemplo. Reviriego respondió que las subastas funcionan generalmente con dos tipos de compras: las racionales, que priorizan los valores funcionales del artista, en congruencia con su crecimiento en los últimos dos años; y las emocionales, que se vinculan con el afecto por la obra y el afán de adquirirla, lo cual provoca que su precios se disparen.

“Un buen coleccionista es el que compra con el ojo, con el corazón y con la cartera”, recomendó Reviriego.

### ES UN ASUNTO GLOBAL

“El mercado del arte está muy globalizado”, afirmó la especialista. Dijo que, de los 65,000 millones de dólares que en promedio se mueven en torno a la compraventa de arte anualmente a nivel global, 44% sucede en Estados Unidos, mientras que alrededor de 40% se mueve entre los mercados británico y chino. El resto corresponde al resto del mundo.

Sin embargo, dijo que aunque un coleccionista sea muy internacional siempre tendrá una motivación local, pero el coleccionista tendrá que estar consciente de que por las obras locales habrá mucho menos demanda que la habida por artistas de mayor proyección internacional.

Agregó que, en el caso de los países asiáticos, en especial China, “el mercado del arte experimentó un crecimiento muy importante en los últimos años, pero con mucho aprecio por sus artistas locales”.

México es uno de los países en toda Iberoamérica que más talento exporta.

“En la Bienal de Venecia se eligieron 79 artistas del mundo, cinco de ellos eran latinoamericanos y había dos mexicanos (aunque en realidad fueron tres: Teresa Margolles, Pablo Vargas Lugo y Gabriel Rico). México es el país que más talento está exportando de toda Latinoamérica”. Sin embargo, lamentó que, “en el tema de mecenazgo, tanto en México como en Iberoamérica todavía hay mucho trabajo por hacer”.

ricardo.quiroga@eleconomista.mx