

# La Pera Projects, o cómo vender arte vía WhatsApp

[Tendencias.tv](https://www.tendencias.tv)



[ExpoChicago](#), un colega en común y una visión compartida sobre las carencias del mundo del arte hicieron que los caminos de Clara Andrade y Blanca Pascual se cruzaran el otoño del año pasado. Era 2019, los abrazos con desconocidos eran legales y solo los cirujanos llevaban mascarilla a diario. Era el mundo pre-pandemia, y aún así, casi adelantándose a la crisis que se aproximaba, este dúo de emprendedoras empezó a gestar un proyecto digital que crecería en pleno confinamiento.

A Clara y a Blanca, ambas treintañeras, les preocupa el interés prácticamente nulo por comprar arte que perciben en su entorno: el hecho de que invertir 2000€ en un bolso esté normalizado mientras que hacer lo mismo con un cuadro sea una excentricidad les parece un síntoma claro del alarmante alejamiento del arte que padece nuestra generación.



*Izquierda: Karen Pálsdóttir. Cristina (Pandemic Portrait), 2020, óleo sobre papel, 20.3 x 20.3 cm (8 x 8 in.)*

*Derecha: Karen Pálsdóttir. Kira (Up Close), 2020, óleo sobre papel, 20.3 x 20.3 cm, (8 x 8 in.)*

Este distanciamiento responde a dos razones, la primera, intelectual, pues todavía existe la concepción errónea de que el arte contemporáneo es inteligible solo por una élite formada, y la segunda, monetaria, la idea también equivocada de una alta cultura inaccesible para la mayoría de los bolsillos.

Con la misión de reparar este doble desapego, Clara y Blanca empezaron a definir las bases de [La Pera Projects](#): **coleccionismo joven, precios asequibles y WhatsApp como vía de comunicación principal**. Mediante un lenguaje digerible y un acercamiento íntimo a la práctica artística, estas

emprendedoras estaban decididas a romper con el hermetismo que rodea el mundo del arte y recuperar la figura del coleccionista joven.

[La Pera Projects](#) ha terminado convirtiéndose en una plataforma de coleccionismo digital, una suerte de club que rechaza cualquier noción de exclusividad y que, abierto a todo el mundo, no requiere cuotas de inscripción. En cuanto a la dinámica, el Círculo de Coleccionistas de La Pera recibe, cada dos semanas y mediante mensajes difundidos por WhatsApp, la presentación de un artista y cinco de sus piezas, todas ellas por debajo de los 600\$.

Desde su lanzamiento en julio hasta ahora, [La Pera](#) ya suma alrededor de 1000 miembros procedentes de hasta 25 países diferentes, con Estados Unidos, España e Inglaterra a la cabeza. El rango de edad va de los 30 a los 60 años, y lo más interesante: el 50% no supera los 35. En un claro caso de éxito, La Pera está abriendo el camino a **una nueva generación de coleccionistas que descubren y compran arte a través de la pantalla.**

Preguntadas por si es posible enamorarse de una obra sin antes verla físicamente, Clara y Blanca contestan con un rotundo sí. Sus coleccionistas, además de recibir material audiovisual de la pieza, asisten a visitas de estudio virtuales y tienen acceso a contenidos explicativos por parte del propio artista. Además, la adquisición viaja directamente del taller a su destino, sin intermediarios, lo que genera una relación de confianza muy especial entre creador y comprador.

El grado de satisfacción de los miembros es la prueba viviente de lo anterior. "Las reacciones son siempre positivas", explica Blanca, "la obra les parece más bonita o más interesante cuando la ven en persona que cuando la vieron por primera vez en vídeo o en fotografía". A día de hoy, [La Pera](#) puede presumir de haber vendido el 75% de las obras que han presentado.



*Whitney Lorenze. The last time you asked if I was absolutely sure, 2020, óleo sobre tabla, 60.9 x 45.7 cm, (24 x 18 in)*

A medio camino entre proyecto curatorial y plataforma de venta, [La Pera Projects](#) apuesta por desestigmatizar la mercantilización del arte. “Lo más difícil fue dar con una estructura de negocio que fuera respetada por el sector y a su vez respetuosa con el artista”, cuenta Clara, “el mundo del arte tiene una idiosincrasia muy determinada, y para poder triunfar, el modelo tenía que ser reconocido desde dentro”.

Por otro lado, a pesar de haber nacido en Nueva York, [La Pera](#) ofrece sus contenidos tanto en español como en inglés, y es que Clara y Blanca, una de Vigo y la otra de Pamplona, sienten una responsabilidad ineludible con el mercado hispanohablante, y quieren que su labor ayude a paliar la poca representación lingüística que tiene éste en el contexto estadounidense.

[La Pera Projects](#) todavía no ha cumplido el año, pero sus primeros resultados le auguran un futuro prometedor. Para las fundadoras, el éxito sería seguir sumando miembros alrededor del mundo, realizar exposiciones presenciales, y, sobretodo, seguir cambiando las cosas en el mercado del

arte.



**Imagen portada:** *Héctor Madera, #SENSUAL, 2017, neón, 71.1 x 10.1 cm*

**Autora:** [Verónica Segura Draper](#)