
EL MERCADO ARTÍSTICO COMO HERRAMIENTA DE ESTUDIO PARA EL HISTORIADOR DEL ARTE. UNA APROXIMACIÓN.¹

Anna Vallugera Fuster
Doctoranda de la Universidad de Barcelona, Dpto. de Historia del Arte

Recibido: 15 de Septiembre de 2011
Aceptado: 15 de Septiembre de 2011

RESUMEN

El mercado del arte es un ámbito fundamental en el desarrollo del hecho artístico. Hasta hace bien poco no se consideraba importante la investigación en este marco, pero es imprescindible para completar nuestro conocimiento de la historia del arte, ya que nos indica los factores por los cuales una tendencia artística se impone sobre otras, la evolución de elementos y artistas, los cambios en el gusto y en la mentalidad de cada momento, etc. Con este artículo tratamos de presentar una serie de cuestiones y reflexiones que debemos tener en cuenta al enfrentarnos al concepto de mercado del arte, además de poner de relieve la importancia que la historiografía del arte dedique parte de sus esfuerzos a investigar los entresijos del mercado artístico actual para poder realizar análisis de utilidad con el fin de actuar en este campo, además de comprender mejor la historia del arte mediante el estudio del contexto del intercambio del objeto artístico en distintos periodos. Para estas cuestiones es fundamental la intervención del historiador del arte.

Palabras clave: Mercado artístico, burbuja especulativa, nuevos mercados, historiografía, historiador del arte, economía del arte.

Cuando nos planteamos el concepto de mercado del arte debemos remitirnos inmediatamente a su propia naturaleza, debido a que la esencia del objeto que se intercambia en este mercado hace modificar sustancialmente las bases de su funcionamiento.

Debemos tener en cuenta en primer lugar que no se trata de un mercado como cualquier otro, como decíamos, debido a la peculiaridad de su producto. A pesar de ello, tampoco debemos sacralizarlo ya que, en el fondo, no deja de ser un intercambio comercial. Las peculiaridades del producto radican fundamentalmente en el hecho que

¹ Este trabajo se enmarca en la asignatura *El Mercado del Arte: criterios y circuitos* del Máster Oficial de Estudios Avanzados en Historia del Arte de la Universidad de Barcelona, coordinada por la Dra. Rosa Maria Subirana Rebull. La autora ha participado en diversas ocasiones realizando una sesión introductoria al mercado del arte para historiadores del arte. También ha realizado una intervención de las mismas características en el programa radiofónico *El matí a 4 bandes* de RNE.

el objeto de intercambio en cuestión es único o forma parte de una tirada muy corta en su defecto. Además disfruta de unos valores añadidos que dependen de la subjetividad de los actores que en este mercado actúen, como por ejemplo, cuestiones de gusto, tendencias del momento...

También tienen un peso determinante diferentes elementos como el hecho de disponer de una producción limitada por cada artista; la imposibilidad de exigir o planificar una producción concreta; la fijación del precio no depende de los valores habituales; y sobre todo que se trate de una actividad comercial mucho menos transparente y menos regulada que la mayoría. Además, tampoco se le puede aplicar a dicho mercado el habitual concepto económico de la oferta y la demanda. Este hecho se hace más evidente cuando un artista está de moda, ya que no se le puede exigir que produzca más obra por el simple hecho de ser reconocido, pero en caso de que por motivos diversos aumente su producción y se haga más difusión de ésta, no bajaran los precios de su obras, sino que incluso se incrementará².

Otros elementos que influyen en la valoración de estos objetos es su procedencia o el tipo de intercambio que se produce. Para ello debemos considerar la distinción entre el mercado primario y el secundario. El mercado primario del arte lo integran aquellos agentes que trabajan con objetos artísticos que provienen directamente del artista y tratan directamente con él, como son los marchantes y algunos galeristas. Por el contrario, el mercado secundario está integrado por aquellos agentes que no trabajan directamente con el artista, es decir, que se dedican a la compra y reventa en segunda o más instancias de un objeto artístico, como algunas galerías o las casas de subastas³.

Es interesante observar también como en periodos de crisis o bonanza económica el mercado del arte se ve afectado, pero la magnitud del efecto de estos cambios es discutible y los analistas divergen en sus opiniones. Es evidente que el objeto artístico es un producto de lujo y, por lo tanto, no es extraño pensar que se trata de uno de los primeros gastos de los que se prescinde en caso de recesión económica. A pesar de ello, no siempre sucede así y en el mercado actual hemos podido observar recientemente este efecto en el mercado del arte. Tras un análisis de las ventas realizadas desde septiembre de 2007 y hasta la actualidad, destacamos que, a nivel general las ventas se han mantenido en la gama más alta, han bajado mucho en la gama media y sólo se han reducido un poco en la gama más baja del mercado. De estos datos podemos deducir que las grandes fortunas han seguido comprando arte, mientras que los compradores más modestos han tenido que rebajar sus expectativas y contentarse con obras y artistas de gama más baja, en lugar de su habitual nivel de compras algo más elevado.

Por lo tanto, y tras considerar que el mundo del arte ha remontado ya la crisis sufrida a finales de 2007, que las recesiones económicas a nivel general no afectan

² Para más información sobre la fijación del precio de las obras de arte **BENHAMOU-HOUET, Judith**, *The worth of art: pricing the priceless*, Assouline, New York, 2001; **DOSSI, Piroshka**, *Hype! Kunst und Geld*, dtv Premium, München, 2008; **FREY, Bruno**, *L'economia de l'art*, La Caixa (Col·lecció Estudis Econòmics), Barcelona, 2000; **MOULIN, Raymonde**, *Le marché de l'art. Mondialisation et nouvelles technologies*, Flammarion, Paris, 1992, p. 14.

³ **BOLL, Dirk**, *Art for sale*, Hatje Cantz, Ostfildern, 2011, p.11; **CUESTA, Amanda (ed.)**, *Capital!*, CASM DOCI, Centre d'Art Santa Mònica, Departament de Cultura, Generalitat de Catalunya, Barcelona, 2006; **VETTESE, Angela**, *Invertir en Arte: Producción, Promoción y Mercado del Arte Contemporáneo*, Madrid, Pirámide, 2002.

excesivamente al mercado artístico, que consigue mantenerse bastante al margen de estos sucesos.

El mercado del arte ha sufrido de todas formas una importante crisis interna que ha confundido a los analistas al coincidir en su inicio con la gran recesión económica mundial que en la actualidad sufrimos, pero posteriormente hemos podido observar que se trataba de un proceso de reestructuración del propio mercado para equilibrar una situación que estaba llegando a niveles desorbitados. Nos referimos por supuesto a la Burbuja que ha sufrido el mercado del arte con la entrada y venta masiva de arte actual, cambiando los términos de este mercado desde aproximadamente el año 2000.

El mercado visto por el historiador del arte

Hasta hoy el mercado del arte como objeto de investigación por parte del historiador había sido un tema casi tabú en las universidades, sobre todo en los departamentos de Arte, como si la obra de arte perdiera su aura o su valor añadido por el simple hecho de tener un precio y una estructura estable para su intercambio, cosa que ha sucedido durante toda la historia del arte. Esta situación ha empezado a cambiar en los últimos años, ya que por fin ha triunfado la idea de que el mercado del arte es el mundo real del arte, el verdadero mundo en el que se mueve el objeto artístico y su conocimiento conforma una información esencial para el historiador del arte, ya que sino la historia del arte sería una pura ficción y construcción que no tiene en cuenta los mecanismos de intercambio y difusión del objeto artístico. El estudio del mercado del arte es tan importante a la hora de analizar su situación en la actualidad como historiográficamente y así, poder observar cómo estas estructuras de intercambio del objeto artístico han ido cambiando y evolucionando a lo largo de los siglos, siendo cruciales en algunos momentos, como por ejemplo tras la ruptura del monopolio artístico por parte de los gremios en la edad media, que dieron paso a unas estructuras de enseñanza y creación propias de la ilustración, como academias o instituciones similares.

A pesar de ello, evidentemente no debemos olvidarnos del resto de puntos de vista que debe tener en cuenta el historiador del arte al analizar las obras y periodos y por ello no se le debe dar más importancia de la que verdaderamente tiene en cada contexto histórico y artístico. Además debe valorar el papel de la economía como una más de las disciplinas que en el análisis de este contexto deben intervenir, entre ellas la filosofía, la historia o las tendencias culturales, teniendo un papel fundamental también para el tema que tratamos la sociología del arte⁴.

Analizar el mercado del arte historiográficamente

El concepto de mercado artístico es, en general, anacrónico para los distintos periodos de la historia del arte, pero siempre podríamos compararlo con una estructura

⁴ **BECKER, Howard S.**, *Art Worlds*, University of California Press, Berkeley, 1982; **STALLABRASS, Julian**, *Contemporary Art. A very Short Introduction*, Oxford University Press, 2006; **THORNTON, Sarah**, *Seven days in the art world*, Granta, London, 2009. Estas publicaciones son bibliografía fundamental para comprender la sociología del arte como disciplina así como su metodología de estudio.

similar o equivalente a los medios de la época ya que este intercambio del objeto artístico se ha producido en todo momento bajo unas condiciones u otras⁵.

Al analizar el funcionamiento del mercado del arte de un momento histórico concreto se nos presentan varias dificultades, la principal de las cuales radica en la diversidad de fuentes⁶ y la dispersión de datos de interés que pertenecen a ámbitos muy distintos, como por ejemplo el funcionamiento de las estructuras administrativas de un país en un momento determinado, los impuestos que se cargan en la producción o compra-venta de objetos suntuosos, las tendencias imperantes en el momento, el reconocimiento de los distintos oficios que pueden intervenir en la creación de la obra de arte... Por eso, debemos tener en cuenta cuando hacemos este tipo de estudios que partimos de los mismos conceptos y valores que rigen actualmente el mercado del arte, pero adaptándolos al contexto histórico y geográfico adecuado.

Analizar el mercado del arte hoy⁷

Precisamente el actual no es el mejor momento para hacer un análisis concluyente del funcionamiento del mercado del arte, ya que los importantes cambios que ha traído la crisis producida por la burbuja especulativa del arte contemporáneo no son habituales y camuflan el comportamiento habitual de este mercado, a pesar de que las estructuras y dinámicas se conserven. Aunque se haya vivido un periodo de equilibrio y corrección del propio mercado entre aproximadamente finales de 2007 y 2009, todavía no hemos visto resultados concluyentes de cómo va a evolucionar definitivamente el mercado artístico después de este breve pero desconcertante descalabro.

Podemos definir llanamente el mercado del arte como aquel conjunto de transacciones o acuerdos de negocios entre compradores y vendedores de objetos artísticos, que implica el comercio regulado y donde se crea competencia entre los participantes. En él intervienen muchos factores, sectores y actores y por lo tanto, participan muchos elementos de distinta naturaleza que deben tenerse en cuenta al hacer cualquier análisis. De momento sí podemos apuntar que el arte actual o arte emergente, al que habitualmente damos el nombre de contemporáneo, se ha convertido en el principal protagonista de este mercado, porque ha sido el sector que más ha crecido en los últimos años. Esta situación se ha producido debido a que su intercambio se ha visto sometido a un sistema de inversiones impulsivas y rápidas compra-ventas que le ha llevado a ser el área considerada más lucrativa y susceptible de practicar la especulación. Históricamente las obras de artistas vivos no se han vendido con normalidad hasta finales de la década de 1950. Por ello, la dificultad de establecer un

⁵ Ya se han publicado varios estudios que ponen en práctica esta idea, como los artículos incluidos en **NORTH, Michael, OMROD, David (eds.),** *Art Markets in Europe, 1400-1800*, Ashgate, Londres, 1999. y que resultaron ser pioneros en este campo demostrando que la investigación de la historia del mercado del arte es fundamental para completar la historia del arte.

Precisamente nuestra tesis doctoral, actualmente en desarrollo y titulada *Los orígenes del mercado del arte en Cataluña. El gran estallido del último tercio del siglo XVIII en Barcelona*, dirigida por la Dra. Rosa Maria Subirana Rebull, se articula en esta misma dirección.

⁶ Entre las fuentes y documentos a los que se acude en estas investigaciones nos encontramos con una gran diversidad, entre ellas, libros de protocolos y aduanas, registros de sanidad, libros de viajes, inventarios post-mortem, archivos nobiliarios, prensa, dietarios y otros testimonios...

⁷ Datos extraídos de www.artprice.com *Art market trends, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010*. Artprice. Art Price Global Indices 1990-2008, solicitud en econometrics@artprice.com *Contemporary art market. The artprice annual report, 2006/2007, 2007/2008, 2008/2009, 2009/2010*. www.arttactic.com *Rawfacts*, septiembre 2007-septiembre 2009.

precio es todavía mayor, por el hecho de ser un producto con un valor añadido, pero en este caso, sobre todo porque al inicio la competencia y el riesgo en una apuesta se multiplican. Más tarde el tiempo y el mismo mercado ya habrán valorado la obra y el precio de adecuará sólo o apartará a ese artista en cuestión del mercado por no alcanzar el nivel de calidad exigido. Desde que el arte contemporáneo ocupa esta situación de preponderancia ya han pasado varias generaciones de artistas por esta criba: el 85% de las obras de arte actual que se venden hoy en día a precios desorbitados no alcanzan un nivel suficiente y por ello no serán importantes pasados 15 o 20 años. Eso significa que la mayoría de fortunas que hoy en día se invierten en arte actual, y sobre todo aquellas que sólo buscan el lucro mediante la especulación, serán papel mojado cuando la mayoría de artistas pierdan su categoría en un par de décadas.

Desde el año 1999 el arte emergente ha ocupado el primer puesto en el sector del arte que más vende, sustituyendo por primera vez en la historia a los *Old Masters* y al Arte Moderno. Los nuevos compradores de arte, generalmente propietarios de grandes y nuevas fortunas, han decidido empezar su colección con este tipo de piezas, que además esperan poder especular con ellas y venderlas posteriormente por un valor superior al de compra. Este sistema funcionó hasta mediados de la década e hizo crecer exponencialmente año a año el volumen de ventas, provocando una burbuja especulativa, similar a la inmobiliaria. La bonanza se alargó hasta aproximadamente 2005, cuando los precios del arte contemporáneo se comenzaron a estancar. A finales de 2007, y coincidiendo con el inicio de la crisis financiera mundial, el mercado del arte también se saturó, empezando lo que parecía un lento declive. Menos de dos años después los datos y gráficos nos indican que este periodo de recesión ha funcionado como un sistema de corrección mediante el cual el mercado ha vuelto a los valores que tenía en 2004 y que parecen los más lógicos⁸.

A partir de 2009, el mercado del arte ha iniciado una lenta recuperación, dando la razón a los analistas que pronosticaban una vuelta a los valores seguros. Es el caso del arte emergente que ha bajado sus ventas de forma considerable, incluso en el caso de los grandes nombres que pueden incluirse en esta categoría, como el inglés Damien Hirst que ha realizado durante ese año unas ventas 14 veces inferiores a las que realizó en el año precedente o Jeff Koons con sólo un tercio de las ventas de 2008. De nuevo han recuperado los primeros puestos en ventas los sectores de Pintura Antigua, Maestros del Arte Moderno e incluso algunos artistas considerados clásicos contemporáneos Post-II Guerra Mundial como Warhol.

⁸ Recomendamos la lectura de la siguiente bibliografía para una mejor comprensión de la situación de burbuja especulativa, el periodo de corrección y la incertidumbre del futuro en el mercado del arte. Todo ello a través de distintos retratos de este sistema como en **LINDEMANN, Adam**, *Coleccionar arte contemporáneo*, Taschen, Colonia, 2006, donde el autor realiza una serie de entrevistas a protagonistas de distintos sectores del mundo del arte que contribuyen a ilustrar al lector con ejemplos reales.

THOMPSON, Don, *El tiburón de los 12 millones de dólares*, Ariel, Barcelona, 2009, muestra la experiencia de un experto economista y coleccionista aficionado y su perplejidad ante el peculiar funcionamiento del mercado artístico.

THORNTON, Sarah, *Seven days in the art world*, Granta, London, 2009, doctora en sociología y experta en arte, la autora retrata los distintos sectores que conforman el mundo del arte y su mercado mediante cientos de entrevistas y un profundo trabajo de campo, semejante a un exhaustivo estudio antropológico.

De momento el arte emergente continúa su recuperación, sobre todo desde el mercado asiático, que a pesar de no haber alcanzado todavía su madurez, se está convirtiéndolo poco a poco en el centro del mercado global del arte, arrastrando a las empresas e instituciones más importantes del arte a trasladarse o emigrar hacia el este.

Cambio en los centros mundiales del mercado artístico

Como ya hemos dicho, el estudio del mercado artístico es importante para el historiador del arte por motivos muy diversos, pero sobre todo porque nos permite interpretar y entender los caminos que el arte va tomando según las tendencias que imperan en cada momento. Pero además de las tendencias, hoy vivimos un periodo de cambios histórico e ideal para poder intuir la importancia de estos hechos en el desarrollo de la historia del arte: el traslado del centro mundial del arte a zonas emergentes, por haberse convertido en los principales países productores y compradores de arte contemporáneo.

Las grandes potencias mundiales del mercado del arte, como son Estados Unidos y Gran Bretaña, aún consiguen mantener su lugar, aunque pierden cierto terreno. En cambio, aquellos países -principalmente europeos- que directamente les siguen en esta clasificación, el caso de Francia, Alemania o Italia, han cedido su eminente posición a otros recién llegados que entran en el *ranking* pisando muy fuerte.

Es fundamental para entender este cambio de relevancia, tener en cuenta dos conceptos que resultan de vital importancia: **Nuevas Áreas** y **Jóvenes o Nuevos Coleccionistas**.

En primer lugar, las *Nuevas Áreas*, esto es, China, Rusia e India, e incluso podríamos añadir Japón y los Emiratos Árabes. El caso más claro se produce en China que ya en 2007-2008 desbancó a Francia como tercera potencia en volumen y cantidad de movimientos económicos de arte contemporáneo a nivel mundial. Esta tercera posición ha sido tradicionalmente, y hasta 2007, ocupada por Francia; pero se ha visto relegada a una cuarta debido sobre todo al gran volumen de ventas realizadas por las mayores compañías de subastas en China. En total, hoy en día hay cerca de un centenar de compañías organizando prestigiosas ventas catalogadas de arte en este país.

El gran avance del gigante chino coincide con el cataclismo que está sufriendo la cultura francesa en estos momentos, tal y como afirmó el pasado mes de noviembre en su versión europea la revista *TIME*, con el artículo «The death of French culture»⁹. En él se apuntan hechos como que en 2006 las casas de subastas vendieron sólo un 8% del total de ventas de arte contemporáneo, no hay ningún artista francés que figure en el Top10 de artistas más cotizados del mundo y el más cercano, Robert Combas, vendió sus obras ese mismo año por aproximadamente 7,500\$ (menos de una veinteava parte de lo que recauda de media Damien Hirst, que ocupa la primera posición con unos 180,000\$ por obra).

El mercado del arte francés ha quedado estancado en una época muy concreta, y mientras que en el mercado global los artistas contemporáneos (nacidos después de 1945) mueven un 10% de las reventas en subastas -además del mercado primario-,

⁹ D. Morrison, «The death of French culture», Time edición europea, 21 de noviembre 2007.

siguen centrados en vender en subasta pública fotografía primitiva, pintura del siglo XIX y Art Déco.

Debido a ello, mientras los precios en general han crecido de forma espectacular, casi un 30% en 2006, llegando a los niveles alcanzados en 1990 -pico más alto de la bonanza del sector-, los artistas franceses siguen estando un 30% por debajo de estos récords de los noventa. Artprice confirma estos hechos e insiste en señalar la falta de dinamismo del mercado francés de arte contemporáneo, sector que en el resto del mundo es considerado como el principal motor de crecimiento del mercado artístico mundial¹⁰.

Como decíamos, el ingente crecimiento económico de China -como el ejemplo más flagrante- India y también países pertenecientes a los Emiratos Árabes-gracias a las fortunas de los príncipes del petróleo-, Turquía, Brasil o Corea se han convertido en las nuevas capitales del dinero mundiales. Esto ha supuesto el despertar de un sector artístico nuevo que goza de grandes compradores que desean crear importantes colecciones privadas, así como también museos, para sus propios países. De este modo, estos coleccionistas empiezan a comprar arte contemporáneo internacional y se fijan en los grandes nombres que generalmente revientan precios.

Al mismo tiempo, un mercado artístico interior se empieza a gestar en estos países creando las instituciones e infraestructuras necesarias para su funcionamiento básico. Nuevos artistas y galeristas comienzan a trabajar en la misma línea y a establecer con la mayor normalidad posible un mercado artístico. Así, y aunque la calidad de los trabajos de los artistas nacionales aún no alcanza el nivel de calidad internacional, estos Nuevos y Jóvenes Coleccionistas empiezan a comprar y, en ocasiones a centrar sus colecciones, en el trabajo de sus compatriotas.

Un ejemplo muy claro es el crecimiento increíble que han sufrido los trabajos de Natalia Goncharova en los últimos años, ya que las casas de subastas reservan sus obras a sus clientes rusos con mayor poder adquisitivo.

Los compradores más usuales en estos casos son los magnates del gas y el petróleo rusos. Tras la reciente Bienal de Moscú, la nueva libertad de expresión hallada por los artistas y otros factores semejantes -como la subasta anual de arte contemporáneo ruso que Sotheby's London celebra-, el arte ruso sufre una importante revalorización, ya sea con sus jóvenes artistas que entran con fuerza en el mercado internacional o en los récords de ventas que consiguen los de vanguardias. Todo ello consigue atraer la atención también de cada vez más coleccionistas amateurs de origen ruso.

Después de observar como históricamente París fue la capital del arte moderno durante el siglo XIX y Nueva York la del siglo XX seguida por Londres muy de cerca, hoy asistimos a un escenario desconocido e incierto en el cual las nuevas potencias emergentes económicamente a nivel mundial están empezando a invertir en arte. Y no sólo en arte occidental como sucedía hasta hace bien poco, sino en arte de su propio país, generando un potente mercado local que al no serlo nunca más, por la mundialización del mercado del arte, se ha contagiado a toda la estructura de compra-venta del objeto artístico a nivel global.

¹⁰ www.artprice.com *Art market Trends 2007*, Artprice, pp. 16-22.

Conclusiones

Hemos visto los motivos principales que convierten el mercado artístico en objeto de estudio y conocimiento fundamental para todo historiador del arte. Creemos que es necesaria una formación en el estudio de los mecanismos de intercambio del objeto artístico, no sólo en la actualidad, sino históricamente. Consideramos que la mejor manera de adquirir estos conocimientos es analizando el funcionamiento, las tendencias, la evolución y las dinámicas del mercado del arte en la actualidad, ya que un verdadero historiador del arte se preocupa o debería preocuparse tanto de su ámbito de estudio como de las manifestaciones artísticas que se producen en su tiempo. Por ello, vemos fundamental un interés por las tendencias del mercado artístico actual de modo que podamos interpretar los caminos que está tomando el arte de nuestro tiempo, así como adaptar las reflexiones que podamos hacer al respecto al estudio de las manifestaciones artísticas de otros periodos de la historia, generando así discursos de mayor complejidad y profundidad.