

## EN TORNO A LA IDEA DE MERCADO DEL ARTE

Paloma Villarreal Suárez de Cepeda  
Profesora del Máster Universitario en Mercado del Arte, UDIMA

### RESUMEN:

El sintagma “Mercado del Arte” responde a una realidad de tipo económico vinculada a la segunda globalización neoliberal y liderada por los Estados Unidos de América. Tiene su origen, pues, tras la Segunda Guerra Mundial y hace referencia al comercio de un tipo de mercancía muy específico relacionado con lo artístico. Es precisamente esta idea de lo artístico o del arte lo que añade confusión a este mercado no exento de las tensiones propias del comercio internacional. España se incorpora plenamente al así llamado mercado del arte a partir de su homologación como Estado social y democrático de Derecho con un régimen económico propio de una economía de libre mercado en la órbita de los Estados Unidos. Por supuesto, tal libertad, en términos absolutos y sin parámetros, es imposible. En el caso de España, estas tensiones comerciales se incrementan por los límites impuestos al comercio de objetos pertenecientes al denominado Patrimonio histórico-artístico y por las ideas políticas disolventes que se mueven alrededor de la idea de “cultura”, también involucrada en este sector.

### ABSTRACT:

The phrase “Art Market” responds to an economic reality linked to the second neoliberal globalization as led by the United States of America. It has its origin, then, after the Second World War and refers to the trade in a very specific type of merchandise related to art. It is precisely this idea of the artistic or the art that adds confusion to this market, not exempt from the tensions of international trade. Spain is fully incorporated into the so-called art market from its homologation as a social and democratic State of Law with an economic regime typical of a free market economy in the orbit of the United States. Of course, such freedom, in absolute terms and without parameters, is impossible. In the case of Spain, these commercial tensions are increased by the limits imposed on the trade in objects belonging to the so-called historical-artistic heritage and by the dissolving political ideas that move around the idea of "culture", also involved in this sector.

**PALABRAS CLAVE:** *Mercado del Arte, Patrimonio histórico-artístico, Cultura, Materialismo filosófico.*

**KEYWORDS:** *Art Market, Historical and Artistic Heritage, Culture, Philosophical Materialism.*

### 1.- EL MERCADO

El sintagma “Mercado del Arte” está consolidado en nuestra sociedad y, sin embargo, aunque pudiera parecer que hace referencia a una realidad armónica, lo cierto es que esconde tensiones en las

que están involucradas ideas de máxima importancia para la eutaxia<sup>1</sup> del Estado. El propio sintagma es confuso. Al refe-

<sup>1</sup> Sobre la idea de “eutaxia”, *vid.* BUENO, Gustavo: *Primer ensayo sobre las categorías de las 'ciencias políticas'*, Biblioteca Riojana, nº 1, Cultural Rioja, Logroño, 1991.

rinos al mercado y al arte, en singular, damos por hecho que existe un único mercado y una idea de arte unívoca, cuando lo cierto es que, por mercado, podemos entender una pluralidad de realidades y, por arte, otras tantas. Así, no habría un único mercado de un arte absoluto, sino diversos mercados para diversos “objetos artísticos” o mercancías que, además, no se pueden aislar del contexto político en el que se desarrollan. Trataremos, a continuación, de la idea de mercado, de la idea de arte y del resultado de la combinación de ambas ideas antes de entrar a analizar las relaciones entre el llamado Mercado del Arte y el Estado español, parámetro necesario para poder llegar a alguna conclusión que explique su realidad en tanto que se trata de una cuestión económica y, por lo tanto, económico-política en la que el Estado está necesariamente involucrado.

Porque es indiscutible que “mercado” es un término económico. Por lo tanto, al tratar del mercado nos situamos inexorablemente en el campo de una disciplina muy concreta: la economía. Pero una economía que es política siempre. Es este uno de los aspectos que menos se comprende y que más confusión genera.

En primer lugar, se hace necesario deslindar la idea de comercio de la de mercado. Aunque con raíz similar, del etrusco *merx*<sup>2</sup>, ambas palabras hacen referencia a conceptos esencialmente distintos. El comercio es una conexión de intercambio que implica una interacción entre sujetos, es decir, una actividad física en la que un sujeto intercambia objetos

con otro sujeto, mientras el mercado se refiere a las relaciones que se establecen dada esa actividad comercial<sup>3</sup>. De entre los distintos tipos, o especies, de comercio que se pueden abstraer siguiendo la evolución histórica de estos intercambios<sup>4</sup>, el mercado aparece necesariamente vinculado a un Estado que acuña moneda. En las sociedades tribales o proto-estatales no hay mercado, sino conexiones comerciales que van dibujando líneas de intercambios de tipo dinerario. El mercado se constituye en los puntos de intersección de esas líneas disociándose de él y generando las relaciones que constituyen la oferta, la demanda, los proveedores, los compradores, las proyecciones financieras, etc., y esto solo ocurre una vez se ha introducido la moneda. Por lo tanto, sin esas líneas comerciales no hay mercado, pero sin moneda tampoco.

La moneda supone la existencia de tres técnicas funcionando desde milenios: en primer lugar, la metalurgia, siempre controlada por el Estado; en segundo lugar, las técnicas con ejes, fuerzas y relaciones de pesos para los que la balanza es una tecnología esencial; y, en tercer lugar, las técnicas contables desarrolladas, muy principalmente, a través de los templos. Sin estas técnicas, metalurgia, balanza y contabilidad, son imposibles las monedas, sus leyendas, números, relaciones de pe-

<sup>2</sup> PITTAU, Massimo: *Dizionario comparativo latino-etrusco*, Ipazia Books, 2018, p. 135,

<sup>3</sup> MARTÍN JIMÉNEZ, Luis Carlos: “Filosofía de la moneda”, *El Basilisco. Revista de materialismo filosófico*, núm. 49, 2017, pp. 57 y siguientes.

<sup>4</sup> Primer tipo, intercambio ocasional, como reverso de la guerra, de la tribu paleolítica o contemporánea “no contactada”; segundo tipo, intercambio de objetos con alguna cualidad estética o mágica, de las sociedades pre-políticas; tercer tipo, comercio dinerario proto-estatal propio de los Imperios absolutos; y cuarto tipo, el mercado. *Ibid*, pp. 58 y siguientes.

sos, etc. Median, además y de manera fundamental, otras técnicas indispensables para el surgimiento de la moneda como son la escritura y la aritmética: el alfabeto y los números. En relación con la escritura, resulta fundamental mostrar la analogía de su desarrollo con la moneda. Si la grafía fonética transforma todo el campo del habla dominante hasta determinar, la moneda transforma todo el campo del dinero<sup>5</sup>.

Junto a estas técnicas se encuentran una serie de instituciones que hacen posible la aparición de la moneda. Entre ellas es indispensable mencionar la institución religiosa por excelencia: el templo. En el templo se marcan las unidades de cambio que, a continuación, se trasladan a los particulares garantizando el cumplimiento de los derechos o las obligaciones comunes en la distribución de bienes. Es decir, el sacerdote o escriba une el peso de la unidad de medida metálica con el signo estatal que se traslada a los propietarios de bienes automatizando la legalidad y el cumplimiento de los contratos. Sin querer afirmar que la moneda es el origen del Derecho, se puede sostener la tesis de que, más allá de los clásicos fundamentos morales sobre los que, mayoritariamente, distintas y principales Teorías del Derecho sitúan su origen, la aparición de la moneda precipita y conforma la constitución de esta institución<sup>6</sup>.

A medida que se extienden los imperios monetarios y, muy principalmente, el

<sup>5</sup> *Ibid.*, pp. 75 y siguientes.

<sup>6</sup> Tesis que contrasta con las constantes referencias a la Edad Media como época histórica de origen del Derecho mercantil, *vid.* GARCÍA GALLO, Alfonso: *Manual de Historia del Derecho español*, Tomo I, Madrid, 1959, p. 254; TOMÁS Y VALIENTE, Francisco: *Manual de Historia del Derecho español*, Tecnos, 2004, p. 368.

griego<sup>7</sup>, se van destruyendo las conexiones dinerarias, es decir, las formas prehistóricas o pre-políticas de cambio. El contexto griego es esencial para entender el vínculo entre el comercio, el mercado, la moneda y el Estado<sup>8</sup>. Es a partir de este momento histórico cuando se configuran de manera autónoma las relaciones entre la oferta y la demanda, aparecen los créditos, las reservas, se hacen cálculos a futuro, aparecen las apuestas, etc., dando lugar a lo que se conoce como economía de mercado. La moneda permite el desarrollo de profesiones improductivas, ajenas a los mercados de abastos, como las que involucran actividades intelectuales específicas: maestros, poetas, escultores, arquitectos, médicos, etc. La moneda, por tanto, produce una revolución en Grecia y se configura como un signo civilizador.

La diferencia específica de la moneda en relación con otras formas dinerarias es, sin duda, su propiedad. La moneda es propiedad del Estado.

Si las monedas son estatales no se puede desvincular, sin más, el mercado del Estado. No hay mercado que funcione por sí mismo porque no hay mercado sin moneda, ni moneda sin Estado<sup>9</sup>. Si la

<sup>7</sup> Obviamos la clásica discusión sobre el origen de la moneda dado que, tanto en Lidia como en Persia, la moneda no se desvincula del lingote. MARTÍN JIMÉNEZ, Luis Carlos, "Filosofía de...", *op.cit.*, p. 65.

<sup>8</sup> *Ibid.*, pp. 64 y siguientes.

<sup>9</sup> Contra esta afirmación se puede objetar la existencia de monedas virtuales o *bitcoins*, pero estas llamadas monedas no son tal sino un tipo de dinero. Además, el papel de China en este negocio pone en tela de juicio su proclamada independencia del Estado, *vid.* CoinShares Research, *The bitcoin mining network report*, December 2019, en <https://coinshares.com/research/bitcoin-mining-network-december-2019>. También pudiera objetarse a esta afirmación la existencia del euro como moneda compartida por diversos Estados, pero, al

res lleva en el lomo la marca, grabada a fuego, de su propietario, la moneda lleva en alguna de sus caras la marca, también grabada a fuego, del Estado (ver Anexo 1).

En el mercado la creación de los precios se da según las elecciones de los individuos con ánimo de ganancia y, siempre, dentro de estructuras institucionales controladas por el Estado. Lo que haga un Estado en relación con su moneda repercute en otros y en sus monedas, dando lugar a resultados no del todo controlados completamente. La moneda es, pues, plural desde su inicio, y el valor de una implica el valor de las otras. Las relaciones económicas que se establecen entre los Estados a través de la moneda no son pacíficas, en absoluto. Cuando una moneda aumenta su valor, otra se deprecia. La moneda no aparece para resolver problemas en relación con la medida en el intercambio de productos, sino que tiene un componente político esencial y se convierte en un arma de guerra tan eficaz como cualquier otra.

Por otro lado, es fundamental introducir una nota característica de la moneda y es su papel fiduciario. El valor de la moneda permite prever la compra de determinados bienes en un futuro, es decir, quien cuenta con moneda cree que podrá comprar en un futuro unos determinados bienes, creencia que será verdadera si esa moneda no pierde valor. Pero también supone anticipar la adquisición de estos bienes a través del crédito, es decir, a través de la compra de la propia moneda. La moneda tiene una capacidad

---

contrario, es el mejor ejemplo de la pérdida de soberanía que supone abandonar la moneda propia.

formidable de poner en marcha los planes de los individuos, es decir, su capacidad de proyectar su actividad hacia el futuro, multiplicando su potencia como persona. Introducida la moneda y establecidos los mercados de compraventa, se producen las acumulaciones de moneda que serán prestadas con interés, es decir, participando de los bienes adquiridos tras la inversión de lo prestado, dado, por supuesto, un escenario de éxito. El capitalismo sólo puede darse a través de la moneda.

En conclusión, las relaciones que se establecen en el mercado son esencialmente monetarias, mientras que las unidades comerciales no lo son. Así, a la hora de establecer diferentes formas de comercio habrá que atender a los sujetos que operan con los objetos a intercambiar, sujetos necesariamente insertos en un grupo, ya sean tribus, sociedades proto-estatales o Estados. Sin embargo, el criterio debe cambiar a la hora de establecer diferentes formas de mercado que se pueden deducir teniendo en cuenta la circulación monetaria: mercados de bienes y servicios, el mercado de trabajo y mercados monetarios y los mercados financieros<sup>10</sup>. Por supuesto, sentado esto, cabe una pluralidad de clasificaciones según una pluralidad de criterios: mercados mayoristas o minoristas, nacionales o internacionales, en oligopolio, monopolio, duopolio, etc.

El mercado es, pues, una especie de comercio siendo el comercio, el género. El mercado involucra necesariamente a las monedas vinculadas a los intereses de los Estados que las emiten. Por lo tanto,

---

<sup>10</sup> MARTÍN JIMÉNEZ, Luis Carlos, "Filosofía de...", *op.cit.*, pp. 84 y siguientes.

la idea de mercado del arte no puede ser sinónimo de la idea de comercio de arte. Y, en tanto que mercado, debe ser estudiado desde la economía política teniendo en cuenta las relaciones siempre dialécticas entre los Estados.

## 2.- EL ARTE

La palabra “Arte” hace referencia a una idea, de la misma manera que las palabras “Dios”, “Felicidad” o “Ciencia”<sup>11</sup>. En tanto que idea, el Arte aparece como un todo atributivo<sup>12</sup>, es decir, se presenta como un todo de partes relacionadas entre sí de manera muy diversa. Sin embargo, siendo un todo atributivo es común entenderlo como un todo totalizador en sentido típicamente kantiano, es decir, trascendental y metafísico. El Arte contendría todo el Arte de todas las épocas y todo tipo de Arte: escultura, pintura, arquitectura, etc., de manera que todo lo que esté fuera de ese Arte no sería tal sino artesanía, decoración, industria, ... El Arte, entendido en el sentido metafísico actual, desprecia los materiales que no comulgan con ciertas preceptivas ideológicas y los expulsa a otros campos considerados menos valiosos. Por supuesto, también se produce el fenómeno inverso: todo objeto que se cataloga como Arte pasa a incorporarse a ese todo trascendental que es la idea de Arte que rige en la sociedad actual.

<sup>11</sup> Sobre la idea de Dios, *vid.* BUENO, Gustavo: *El animal divino*, Pentalfa, Oviedo, 1996; sobre la idea de Felicidad, *id.*: *El mito de la felicidad*, Ediciones B, Barcelona, 2005; sobre la idea de Ciencia, *id.*: *¿Qué es la ciencia?*, Pentalfa, Oviedo, 1995.

<sup>12</sup> *Id.*, *Teoría del Cierre Categorial*, tomo V, Pentalfa, Oviedo, 1992.

Ante esta situación generalizada cabe llevar a cabo una crítica desde posiciones materialistas. Sin ánimo de sistematización y solo a modo de ejemplos dialécticos, en primer lugar, es urgente eliminar cualquier atisbo de trascendentalidad metafísica para considerar un criterio de distinción válido entre lo que sea, o no, arte. Cualquier objeto artístico, reconocido hoy en día como tal, no lo es porque posea algún tipo de cualidad trascendental relacionada con alguna sustancia divina o cuasi divina, que se niega rotundamente, sino que es esa misma consideración de obra artística continuada en el tiempo lo que la provee de tal cualidad. La sustantividad artística no la da la obra en sí, sino la obra en unas sociedades determinadas y en unos tiempos determinados. Así, lo que hoy día es la obra de arte más cara de China, el conjunto de doce paisajes pintados por el artista Qi Baishi (1864 – 1957) vendido en subasta en Pekín por algo más de 931 millones de yuanes<sup>13</sup>, es una obra de arte sustantivo que solo puede entender quien sea chino o haya incorporado esa cultura a su acervo de conocimientos. Si se quiere seguir la línea de la trascendentalidad metafísica o *gracia divina*, diríamos que la obra de Qi Baishi participa de la *gracia* de un dios chino incomprensible e incommunicable a las obras de artistas de otras latitudes.

Por lo tanto, en lugar de buscar esencias a través de la pregunta qué es arte, se debe afrontar la tarea de responder a pre-

<sup>13</sup> Al cambio en la fecha de la compraventa, día 17 de diciembre de 2017, 140.954.580 dólares, 119.966.450 euros. Obsérvese la dificultad de valorar la obra sin el apoyo del parámetro dólar/euro. *Vid.*

<https://es.artprice.com/artmarketinsight/top-10-of-the-most-expensive-artworks-in-2019>

guntas del tipo cuándo surge la idea de arte, desde qué conceptos se construye y en qué campos se utiliza. Los objetos artísticos por sí mismos no nos llevarán a una sustancia del arte, sino a unas técnicas y tecnologías distintas en cada una de las disciplinas. Así, la pintura requiere de lino, chinchillas, martillos, etc. y se desarrolla en dos dimensiones; la música requiere de maderas, metales, tripas, etc. y se desarrolla a través de un proceso; la literatura requiere de grafito, cañadillas, celulosa, etc. y se desarrolla a través de un proceso, etc.. El desarrollo de las técnicas y su resultado dado en coordenadas de tiempo y espacio precisos permitirán, entonces, considerar una tradición que permita determinar qué es arte.

Una consecuencia de desposeer al arte de la metafísica en la que está envuelto sería, por ejemplo, entender que el silencio en un museo no se hace necesario por la trascendencia de la obra que se presenta ante nuestros ojos sino de la necesidad de concentración del espectador para su análisis. El silencio lo requiere la persona que observa el cuadro y no el cuadro en sí mismo, al contrario de lo que ocurre en una iglesia en la que el silencio está impuesto por ser la casa donde habita la divinidad y la sumisión se ejercita mediante el silencio. Siguiendo con el ejemplo religioso, que no es baladí, el artista o “creador” actual desprende un aura de divinidad heredada de la idea de la *gracia* y de los agraciados, o desgraciados. Y es que la idea de creación, procedente de la teología católica, ha quedado fosilizada en el ámbito de lo que hoy día llamamos “Arte” o, más ampliamente, “Cultura”. Una idea esta de Cultura que se utiliza, además, para establecer una línea divisoria, no ya entre las artes hu-

manas y las artes divinas, sino entre el hombre y el animal lo cual permite desechar las obras animales del mundo de los creadores o artistas y, por lo tanto, de los museos, de las ferias de arte, etc. La Cultura, en un sentido objetivo, y el Arte como parte de ella, elevaría al hombre por encima de los animales. En la idea de Arte se da por hecho que el artista es humano, aunque no faltan ejemplos de animales capaces de pintar o esculpir de manera, digamos, abstracta<sup>14</sup>. Pero esto dice más de la pintura abstracta que de la capacidad pictórica del animal. Es más, pudiéramos decir que, a la hora de establecer una jerarquía de las artes, aquellas obras que se distinguen más de las que pudiera llevar a cabo un animal tendrían más valor.

Otra idea adherida a esta de “Arte”, en un sentido totalizador y metafísico, es la que une la obra de arte al sentimiento, ya sea la expresión del sentimiento del autor o el sentimiento que provoca en el espectador. El sentimiento en el sentido kantiano del *yo ante sí mismo*<sup>15</sup>, es una idea romántica e irracional que subsiste en la actual posmodernidad en la que el individualismo y el subjetivismo sustentan las ideologías dominantes. La idea del arrebatado en la que el artista se presenta como un autor irreflexivo que “no piensa” sino que está “inspirado” manifestándose su genio (de nuevo, la *gracia divina*) en esa “creación”, elimina el acto intelectual del proceso creativo. Todo se reduce al senti-

<sup>14</sup> Es de todos conocida la obra de Congo (Ver Anexo 2) expuesta en 1957 en el Instituto de Artes Contemporáneas de Londres, exposición comisariada por Desmond Morris. *Vid.* [https://es.wikipedia.org/wiki/Congo\\_\(chimpancé\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Congo_(chimpancé)).

<sup>15</sup> KANT, Emmanuel: *Fundamentación de la metafísica de las costumbres*, Austral, 2016.

miento. Así, Hegel, por ejemplo, afirma que la formación intelectual de los artistas anega la capacidad artística que da por perdida, superada por la religión y, posteriormente, por la filosofía<sup>16</sup>. Esta transcendentalidad del sentimiento, en tanto que compartido por todos los “seres humanos”, introduce la idea de que el arte “transmite” y se manifiesta habitualmente a través de la pregunta “¿qué te dice el cuadro?”, o “¿qué te transmite?”, en el convencimiento de que lo transmitido es ajeno a cualquier acto intelectual, por tanto, “¿qué te hace sentir?”. Sin embargo, ¿cómo podrían expresarse los sentimientos?. El “no hay palabras para expresar cómo me siento” equivaldría a “no hay medios pictóricos para expresar cómo me siento”. Lo máximo que puede alcanzar un pintor, y ya es meritorio, es retratar a alguien con expresión de tristeza. Pero en este caso no se está pintando un sentimiento, sino la mueca en un rostro en el caso del pintor figurativo, o unas líneas negras y rojas, en el caso del abstracto. Lo que hace la obra es determinar, en todo caso, el sentimiento del espectador, y no tanto el sentimiento del artista “expresado” a través de su obra. Gustavo Bueno utiliza como el colmo de la impostura el ejemplo del autorretrato<sup>17</sup>. Cuando un artista se dispone a pintar un autorretrato re-presenta un rostro objetivamente dado sobre la superficie de un espejo condicionado por la técnica que haya elegido para llevarlo a cabo, el dominio que pueda tener de ella y su habilidad. Nada de esto está “dentro” del artista, mal llamado creador, sino necesariamente

“fuera” en el sentido de visto a distancia<sup>18</sup>, objetivamente dado, como es el reflejo del rostro sobre un cristal.

La contemplación de una obra de arte provocará un sentimiento, habitualmente de admiración, desprecio o indiferencia, sobre la base de unos conocimientos objetivos que la sitúen entre las de su género y la relacionen, además, con otras de distintos géneros. La obra de arte sustantiva no expresa sentimientos, más bien los determina, pero su estructura objetiva no se reduce a los sentimientos que pueda determinar. De hecho, lo que exprese o quiera expresar el sujeto no altera en nada este juicio. Cuando un creador afirma “con esta escultura he querido expresar...”, no cambia en absoluto el resultado de su obra. La finalidad expresada del artista es una cosa bien distinta de su objetiva producción. Si se cubriese el título de una pintura cualquiera y se preguntase a diversos espectadores qué ha querido expresar el pintor con ella, las respuestas serán variopintas. Si alguno dijera “el pintor ha querido expresar tristeza” habría que considerar si no es el espectador el que la siente a través de esas alegorías pintadas que, muy probablemente, se hayan constituido ya en clichés. Así, en pintura, un paisaje desolado quiere expresar tristeza; niños jugando, alegría; puesta de sol, paz; anciano sonriendo, serenidad; colores oscuros, tristeza o muerte; colores vivos, dinamismo o vida; trazos anchos y desgarrados, caos; trazos finos y geométricos, orden, paz; etc. En el caso de la música, los tonos graves y ritmos lentos quieren expresar la tragedia; los tonos y ritmos medios, tranquilidad, orden; tonos

<sup>16</sup> HEGEL, G.W.F.: *Fenomenología del espíritu*, Fondo de Cultura Económica, México, 1966.

<sup>17</sup> GARCÍA SIERRA, Pelayo: *Diccionario filosófico*, Pentalfa, Oviedo, 2000, pp. 661-663

<sup>18</sup> Lo *apotético* o percibido a distancia frente a lo *paratético* o percibido por contacto, *ibid.*, p. 215.

agudos y ritmos rápidos, sensualidad, desorden, etc.

El objetivismo estético sostenido por una filosofía materialista tendrá en cuenta la capacidad de una obra de arte de producir esos sentimientos en el espectador. La expresión del artista a través de su obra no se descarta, sino que se ubica entre otros componentes a tener en cuenta para valorar la obra de arte y se relaciona con ellos para concluir sobre su eficacia. El valor de la obra de arte sustantiva estaría en su capacidad para recrear las formas representativas incluidas, por supuesto, formas que implican analogías de los sentimientos. Así, por ejemplo, y volviendo al cliché, si un desolado paisaje evoca un sentimiento de soledad el valor de la obra de arte reside en su capacidad de evocación o re-presentación de ese sentimiento. Pero, al ser re-presentados, la obra nos sitúa a distancia de ellos, los estiliza y los presenta de manera que puedan ser captados o entendidos de una manera universal y no subjetiva. Debe haber un reconocimiento público objetivo de la calidad de la obra a través de ese necesario distanciamiento. Así, se puede apreciar el “alma” que ha puesto un autor en su obra, pero en el sentido de esfuerzo e, incluso, pasión cuando se trata, por ejemplo, de una interpretación musical, pero la obra no se agota en esa pasión o sentimiento de dolor, alegría o tristeza que haya puesto el autor y ni siquiera resulta ser lo más relevante a la hora de establecer un criterio objetivo en el valor estético de una obra de arte. ¿Acaso es relevante lo triste que se sentía Cervantes cuando escribió la Galatea? ¿Lloraba Góngora al escribir el Persiles? Nadie en su sano juicio se pregunta si Quevedo “disfrutó” mucho o poco escri-

biendo sonetos, o si Juan de Herrera se sentía “feliz” al trazar los planos de El Escorial. Y, por supuesto, es irrelevante si el autor de Los Pazos de Ulloa es mujer o varón en relación con la calidad de la obra.

Por lo tanto, preguntarse ante un cuadro “¿qué mensaje ha querido enviar el autor?” es mera retórica ajena a la potencialidad que el cuadro pueda tener para convertirse en una obra de arte sustantiva. Incluso el Quijote trasciende lo que Cervantes quisiera “enviar como mensaje” a los españoles de principios del siglo XVII. Si el Quijote fuera un mensaje de Cervantes tendría el mismo valor que un telegrama. Lo que el público, coetáneo o no a Cervantes, lee no es al autor, sino a Don Quijote, a Sancho y al resto de personajes que, estos sí, “hablan entre sí”<sup>19</sup>. Desde el punto de vista de la obra de arte sustantivo que es el Quijote, Cervantes es nada más y nada menos que “alguien” que escribió en un momento dado ese texto con la finalidad de que fuera leído. La obra de arte se desconecta del autor para alcanzar sustantividad sin que esto quiera decir que conocer los avatares propios de la vida del autor y las circunstancias que rodearon su composición no tenga interés, que lo tiene, por supuesto. Pero, se trata de dos planos distintos. No se separa al autor de la obra, pero sí se disocia al autor de la obra.

En el actual afán totalizador de la idea de Arte, se llegan a incorporar técnicas que involucran sentidos distintos a la vista y el oído. Así, ocurre, por ejemplo, con la cocina. El *arte culinario* no se puede considerar Arte más que de una manera

<sup>19</sup> *Ibid.*, p. 670.

metafórica, por más que los cocineros hayan asumido un lenguaje estético (la tortilla *deconstruida*). Desde este criterio estético, el observador considerará la composición del plato una obra de arte por la disposición de los colores y las formas y le resultará “bonito”, pero estará haciendo referencia a esa composición estética y no al plato en sí. Si para apreciar las cualidades de la obra de arte, el espectador la tiene que deglutir, no se puede hablar de obra de arte. La obra de arte requiere la capacidad de observar en la distancia y del contraste de juicios. Si en esa valoración median los sentidos del olfato o del gusto se rompe la distancia entre el espectador y la obra perdiendo esta toda su sustantividad.

Por último, es preciso descartar el criterio de utilidad como diferenciador de lo que sea arte o no. Es de todos conocida la dicotomía entre las artes útiles y las bellas artes. Las bellas artes no servirían para “hacer nada”, y se agotarían en su mera contemplación. Pero esta afirmación es insostenible. Las obras de arte sirven para múltiples funciones, por ejemplo, para evitar accidentes, como es el caso de las esculturas que hacen visibles las rotondas. Otra cosa será que no sea este tipo de utilidad el característico de la obra de arte sustantivo, aunque sí lo es de la obra de arte adjetiva. Las artes sustantivas no se agotan con el mero hecho de ser leídas, escuchadas, contempladas, etc., sino que requieren de la observación y análisis de sus distintos elementos formales y materiales en relación con un curso histórico de la disciplina a la que pertenecen.

En conclusión, cualquier intento de considerar el Arte como un todo totalizador y trascendental sobre bases metafísi-

cas o psicológicas está llamado a fracasar en un ámbito de crítica artística. No todas las artes se pueden reducir a un solo principio. La poesía y la pintura no son lo mismo. De la misma manera, no se puede prescindir de los lugares y momentos en los que se desarrollan esas obras de arte. Resulta de todo punto absurdo pedirle a un ciudadano chino que describa y explique “La expulsión de los mercaderes del templo” del Greco, como resulta absurdo pedirle a un ciudadano español que explique el conjunto de doce paisajes pintados por el artista Qi Baishi.

Por lo tanto, no se pueden aplicar criterios análogos, ni caben los mismos adjetivos en las artes. Los objetos artísticos están reglados por una serie de técnicas y tecnologías y dentro de cada arte habrá obras de mejor o peor calidad en función del cumplimiento de esas normas técnicas, junto a otros factores, dadas en tiempos y lugares concretos y su relación con otras obras dentro de su misma categoría como también con otras pertenecientes a distintas categorías.

### 3.- EL MERCADO DEL ARTE

Si el mercado hace referencia al conjunto de relaciones establecidas en la dinámica comercial que tienen como base el intercambio de bienes y servicios a través de la moneda, la posibilidad de que una idea como la idea de “Arte” pueda ser objeto de intercambio es imposible, de la misma manera que no puede haber un “mercado de Dios” o un “mercado de Felicidad” o un “mercado de Ciencia”. El mercado hace referencia necesariamente a bienes y servicios, términos fisicalistas

indispensables para que se produzca el intercambio o comercio<sup>20</sup>. Las ideas no pueden ser objeto de intercambio comercial, aunque están, necesariamente, involucradas en él.

El sintagma “mercado del arte” es la traducción del inglés *art market*. Esta expresión surge en un espacio geográfico y en un momento histórico muy concretos: los Estados Unidos de América tras la Segunda Guerra Mundial (ver Anexo 3).

Tiene, por lo tanto, muy corta vida. Hasta hace apenas un siglo, los mercados lo eran de pinturas, monedas, antigüedades, joyas, etc. pero no lo eran de “Arte”. La idea de “Arte” como todo totalizador se implanta definitivamente a partir de los años 40 del pasado siglo desde una plataforma política concreta en enfrentamiento directo con otras. El sintagma, compuesto desde los Estados Unidos, es asumido por los países de su radio de influencia acríticamente. Por lo tanto, en tanto que mercado, está vinculado al impulso globalizador desarrollado por el Imperio que surge tras la Segunda Guerra Mundial y el sistema de economía política que supone uno de sus fundamentos, el capitalismo, sostenido por una moneda hegemónica, el dólar americano. El mercado del arte habla inglés.

El llamado *art market* se desarrolla como un apéndice dentro de los muy consolidados mercados de pinturas y esculturas que se nutren de objetos procedentes, muy principalmente, del continente europeo. Junto a estos mercados y vinculados

a ellos se sitúa el mercado de objetos *arqueológicos*<sup>21</sup> nacido de la mano de la empresa colonizadora desarrollada por los países del Norte de Europa sobre territorios que no se habían constituido todavía como la capa basal de un Estado-nación canónico<sup>22</sup>.

A finales del siglo XIX este mercado maduro situado principalmente en Nueva York, Londres, París y Ámsterdam y dotado de consolidados canales de distribución, inicia un proceso de absorción de obras esencialmente distintas a las ofertadas hasta el momento. Se trata de obras formalmente similares a las académicas que se rigen por un principio de tradición, pero llevadas a cabo por contemporáneos a los potenciales compradores fuera de esa estructura institucional a la que se enfrentan. Esta introducción en el mercado de antigüedades de pinturas o esculturas realizadas, ya no en tiempos pretéritos por artistas o artesanos fallecidos, sino en tiempos contemporáneos al

<sup>21</sup> La palabra Arqueología, como también, Deontología, Etología, Etnología, etc., son todas compuestas en idiomas distintos del griego si bien con morfemas propios del griego para dotar a la disciplina de apariencia de antigüedad y cientificidad. La mayoría son compuestas en la Inglaterra de principios del siglo XIX para designar a naciendo disciplinas dentro de la corriente cientificista de la época. La Arqueología se independiza de la Historia a través del estudio de los objetos pertenecientes a civilizaciones antiguas importados de las colonias, en muchos casos, pero no todos, obtenidos a través de excavaciones. La excavación es el medio para la obtención del objeto. Su éxito y expansión está relacionado pues, directamente, con el régimen colonial. España incorpora oficialmente la palabra a su léxico en 1884. Vid. Mapa de Dictionarios Académicos, Real Academia Española. Recuperado de <http://web.frl.es/ntllet/SrvltGUILoginNtlletPub>

<sup>22</sup> Sobre las ideas de imperio generador-imperio depredador, BUENO, Gustavo: *España frente a Europa*, Obras completas, 1, Pentalfa, Oviedo, 2019.

<sup>20</sup> Fisicalista que no corporeísta. Tan físico es un bit de información como la placa CPU del ordenador. Sobre la materia y los tres géneros de materialidad, *ibid.* p. 102.

de los compradores, es decir, “modernos”, y alejados de las instituciones académicas, es el que alcanza un éxito rotundo tras la Segunda Guerra Mundial<sup>23</sup> hasta el punto que fagocita al primero y aparece como hegemónico. La idea totalizadora de Arte tiene una función, pues, esencial en el progreso imperialista de los Estados Unidos y su expansión económica y política mediante la disolución de las fronteras que distinguían disciplinas y la ecualización del valor artístico a través del triunfo del subjetivismo humanista.

La fuerza expansiva de los Estados Unidos, la apertura de nuevos mercados y el aumento de la riqueza determinan características esenciales en la nueva mercancía. Este mercado del arte absorbe lo que hasta el momento eran mercados de objetos artísticos y, muy especialmente, antigüedades. Dada la heterogeneidad de los participantes en un mercado que pretende ser internacional, pronto se apreciará como una ventaja, en primer lugar, disponer de una mercancía desposeída de aquellas cualidades que requieren de un análisis complejo y, en segundo lugar, disponer también de un volumen de mercancía suficiente como para alimentar a un mercado puntualmente voraz. Nada de esto se puede dar con un objeto “antiguo” que requiere, para su valoración, de un análisis complejo por parte del espectador y potencial comprador y que es un bien escaso por naturaleza. A estos inconvenientes se añaden políticas estatales protectoras que evitan su salida hacia el extranjero, muy concretamente, hacia el

<sup>23</sup> Sotheby's abre departamento de Arte Moderno e Impresionista a mediados de los años 50 del pasado siglo XX. Recuperado de <https://www.sothebys.com/en/about/our-history>.

Norte de Europa y los Estados Unidos. La irrupción de las obras de arte llamadas “contemporáneas” proveen al mercado de las mercancías necesarias para cubrir la demanda de una sociedad sostenida por una amplia clase media propietaria de inmuebles necesitados de decoración y que se convierten, dada su naturaleza, en signos distintivos entre clases. La sociedad de consumo que se consolida en el continente europeo tras la transformación de la Comunidad Europea del Carbón y del Acero<sup>24</sup> en Comunidad Europea<sup>25</sup> y la consolidación del Estado del Bienestar se incorpora a esta corriente estableciendo nuevos núcleos de compraventa y condicionando tanto la oferta como la demanda.

La respuesta a la pregunta sobre la esencia de la obra de arte, “¿qué es arte?”, se modula para adecuarse a una demanda dentro de una sociedad de consumo que necesita reponer constantemente bienes iguales, pero también bienes similares porque dentro de un mercado la obra de arte necesita no solo repetirse sino, además, repetirse *de otra manera* que pueda satisfacer la demanda de poseer otra cosa mejor con la que sustituir lo pasado de moda. Y, en este sentido, el momento de creación de esa obra de arte es indiferente, es más, aparece el valor de la inmediatez en el consumo de manera que la compra pionera de alguna obra de arte de algún autor “emergente” supone un éxito

<sup>24</sup> Tratado de París firmado el 18 de abril de 1951 entre la República Federal Alemana, Francia, Italia, Bélgica, Países Bajos y Luxemburgo.

<sup>25</sup> Tratado fundacional de la Comunidad Económica Europea y Tratado fundacional de la Comunidad Europea de la Energía Atómica o Tratados de Roma firmados el 25 de marzo de 1957 por la República Federal Alemana, Francia, Italia, Bélgica, Países Bajos y Luxemburgo.

en sí mismo. Se cumple el requisito de novedad vinculado al consumo.

En este complejo proceso de conformación del *art market*, o mercado del arte, se involucran categorías o planos muy variados. Uno de los más importantes es, sin duda, el ya mencionado subjetivismo estético psicológico. Su hegemonía puede explicarse en la combinación de la economía libre de mercado, por un lado, y la psicología del artista que trabaja en una sociedad de mercado altamente competitiva, por otro. El expresivismo subjetivista funciona como ideología de auto-propaganda del artista que vive de una obra que ha entrado en el tráfico mercantil y necesita diferenciarse de otras. Es la política publicitaria de la obra firmada. Hoy en día, la firma, el autor, domina la producción artística porque esta producción está determinada por un mercado que necesita seguridad en la inversión y, por tanto, fomenta la idea del autor como valor económico seguro al quedar difuminados los criterios técnicos esenciales a la obra de arte sustantivo.

Ahora bien, el subjetivismo no es incompatible con el reconocimiento práctico de la sustantividad de la obra de arte. En un entorno de *art market* cabe la obra de arte sustantiva aunque nunca es suficiente, por su rareza, para mantener un mercado pletórico capaz de satisfacer una demanda que abarca todas las clases sociales. El arte se ha “democratizado”, pero, para democratizarlo, ha sido necesario eliminar la competencia técnica que impedía el éxito inmediato y ligaba, en la mayoría de los casos, la excelencia a la experiencia.

En la dinámica de reposición e innovación de este mercado en una sociedad

de consumo aparecen nuevos formatos derivados o relacionados con artes improductivas, en el sentido de no generadoras de mercancías, como la Música y el Teatro. En estos casos las nuevas tecnologías arbitran formas de mercantilización gracias a los soportes fonográficos y videográficos. El gran triunfo de los Estados Unidos como imperio actual, sin duda, se refleja en la constitución de una industria musical en el sentido de fabricante de discos de vinilo, cintas de casete, discos compactos y, en la actualidad, archivos de bits. Sorprenden las numerosas analogías existentes entre la música pop y el arte contemporáneo.

Las imposiciones del mercado pletórico y de la sociedad de consumo producen nuevas formas de atraer potenciales compradores. Una de las más desarrolladas en la actualidad es la utilización de los llamados “rasgos identitarios”, de nuevo, de marcado carácter estadounidense<sup>26</sup>. En este caso se puede afirmar que en la forma de promocionar determinados objetos y distinguirlos de otros toma impulso el subjetivismo estético sociológico. En esta categoría sustituimos el sentir del artista por el sentir de una “identidad”<sup>27</sup>, es decir, de una clase social, un grupo étnico, una generación, etc. Un ejemplo muy en boga en la actualidad sería la diferenciación del producto a través de las preferencias sexuales de los autores compartidas con los potenciales compradores. Se trata del denominado arte *queer* relacionado con la “identidad” homosexual. Con esto no se quiere decir que la obra de arte *queer* no forme parte del acervo cultural

<sup>26</sup> Sobre la identidad cultural, GARCÍA SIERRA, Pelayo: *Diccionario...*, *op.cit.* p. 426.

<sup>27</sup> Sobre la idea de identidad como mito ideológico, *ibid.*, p. 427.

de una sociedad o sea un objeto que pueda ser estudiado en su valor objetivo como obra de arte sustantiva, sino que en tanto que puede estar condicionada por esa referencia al grupo puede perder su sustantividad. En la medida en la que la obra de arte *queer* aparezca como una forma de arte vinculada a un determinado grupo social que viste, se trata y actúa de manera diferente y “mejor” que otras a las que, cínicamente, pretende incorporar a estas ceremonias e, incluso, convertir en potenciales compradores, puede crear una dependencia en los autores que limite su calidad como obra de arte sustantiva. Cuanta más dependencia tenga la obra de arte de este tipo de adherencias, menor será su valor intrínseco.

En la misma línea, se puede afirmar que la obra de arte sustantivo requiere de una distancia objetiva del espectador, pero también del autor. Cuanto más necesite una obra de arte, para darse significado, de la involucración del cuerpo de su autor, más lejos estará de constituirse en una obra de arte sustantiva. Así, el actor sordomudo que interpreta un personaje sordomudo es peor actor que el actor que oyendo y hablando, interpreta con acierto el mismo personaje.

La distancia entre el autor y la obra de arte, prácticamente inexistente en el *art market*, corre paralela a la distancia temporal que separa a la obra de arte sustantiva del espectador. Así, la denominada “obra de arte efímera” es, de nuevo, un producto que surge de la necesidad de generar novedades constantes en un mercado en tensión. La obra de arte efímero es, prácticamente, un oxímoron. En la trituration de la obra de arte de Bansk

no hay pintura sino acto teatral o *performance*<sup>28</sup>, pero un acto teatral más cercano al repicar de unas campanas que a una obra de teatro. Si todavía Banksy escribiese un texto sobre la representación se estaría ante una obra de teatro, pero entonces ya no encajaría en la etiqueta de obra de arte “efímera” pues tampoco es una obra de arte efímera ni la Quinta Sinfonía de Mahler ni el Mercader de Venecia de Shakespeare, obras, además, con las que la obra de Bansk tendría que medirse.

Algo similar ocurre con el video-arte. Los valores artísticos del videoarte no tienen por qué ser distintos a los del cine aunque en muchos casos, para alejarse de él y dar la apariencia de constituir una nueva disciplina, se presentan imágenes sin drama que no se diferencian de las que resultarían de grabar la vida de un hormiguero. Pudiera parecer que la categoría de videoarte como disciplina artística vendría dada por romper el esquema de identidad del cine, ya sea mediante la repetición constante de una sucesión de imágenes iguales o por la toma continua de algo que se mueve lentamente, etc., pero mientras el cine se proyecta para ser visto por un público amplio, el video arte se proyecta para ser visto por un público entendido, versado o iniciado. Y es en este punto en el que esta disciplina se acerca a la función que, por ejemplo, cumple actualmente la ópera en la medida en la que se dirige a un muy determinado

<sup>28</sup> Término que no se traduce al español para mantener la apariencia falaz de novedad aprovechando el desconocimiento del idioma por la mayoría de los potenciales consumidores. Según el Diccionario Cambridge, del inglés *performance*, el español *función*.

<https://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles-espanol/performance>

sector social, burgués, que se acompaña de una serie de ceremonias distractoras de la obra en sí, lo cual añade más dificultad todavía a una obra de arte para constituirse como obra de arte sustantiva<sup>29</sup>.

Por último, otra forma de crear distancia con la tradición es romper con las proporciones de la obra de arte. El producto de un juego óptico como puede ser la *Julia* de Jaume Plensa, se convierte en obra de arte al producirse en un tamaño desproporcionado con el canon humano<sup>30</sup> y acompañarse de una literatura que, de nuevo, caracteriza a la obra de arte adjetiva en tanto que trata de trasladar ideas supuestamente adheridas o contenidas en el objeto que, al no verse a simple vista (por el inexperto espectador) merecen ser explicitadas. El texto que acompaña a la *Julia* de Jaume Plensa es el siguiente<sup>31</sup>:

Nunca nadie ha visto directamente su propio rostro. Creemos conocerlo gracias a la incierta imagen que nos devuelven los espejos.

Nuestro rostro es una duda que nos acompañará siempre. Una duda que ofrecemos generosamente a los demás como el más fiel documento de lo que somos...de lo que creemos ser. Cada rostro nos representa a todos. Miles y miles de rostros entrelazados como

palabras, como paisajes. Como sueños. Yo, tú, él, ella... El rostro nos pertenece a todos. Es el lugar común que nos convierte en comunidad, en el que hablamos todas las lenguas, en el que nos sentimos amados. Julia está dirigida al corazón de nuestro ser. Es un espejo poético y virtual en el que cada uno de nosotros pueda verse reflejado en sus preguntas más íntimas:

¿En qué y cómo podemos mejorar la vida de los que nos rodean? ¿De qué forma podríamos ayudar a los que pierden la casa o el trabajo?

¿Cómo ser útil a los que buscan un nuevo hogar huyendo de su país? ¿Habría alguna forma de frenar el hambre, la guerra o la violencia de cualquier género? ¿En qué medida se debería educar a los niños para crear una sociedad más justa y tolerante? Etc. Etc. Etc. ¡Tantos rostros, tantas preguntas...! JULIA.

Las ideas que un espectador no puede ni siquiera intuir contemplando la *Julia*, son de tipo ético y moral, político, en suma, y se sitúan dentro de la ideología predominante del pacifismo y la justicia social. Al espectador, sin embargo, desconocedor de este texto, le impresiona el inesperado formato y la maleabilidad de la imagen. Un objeto similar, aunque desposeído de las notas típicas del *art market*, serían los espejos de la calle del Gato en Madrid, si bien estos pasan desapercibidos quizás por faltarles un autor y un texto similar al de la *Julia* para poder ser incorporados a esta nueva categoría.

Dada la fuerza de la transacción económica, es decir, la fuerza del mercado, cualquier intento de equiparar el interés económico con el valor artístico es confundir planos de análisis. Las obras que nutren el *art market* no necesita de calidad

<sup>29</sup> Sobre la ópera como obra de arte, *vid.* BUENO, Gustavo: *El mito de la Cultura*, Prensa Ibérica, Barcelona, 1996. pp. 217-218.

<sup>30</sup> O animal, como sería el caso del *Puppy*, en español, cachorro, escultura de Jeff Koons situada en la puerta del Museo Guggenheim de Bilbao desde 1997.

<sup>31</sup> Recuperado de: <https://www.revistadearte.com/2018/12/18/julia-de-jaume-plensa-en-la-plaza-de-colon-de-madrid/>.

sino de cantidad, como tampoco necesita de tradición sino de innovación. La crítica de la obra de arte y el mercado responden a finalidades distintas. Desde el punto de vista del mercado, si las nuevas formas de *arte* producen beneficios económicos, el resultado es plenamente satisfactorio. La crítica de arte, en tanto que arte sustantivo, debe moverse en otro plano, aunque hoy en día esa crítica de arte se ha institucionalizado y forma parte del mercado bajo la forma mercantil de comisionista, agente, comercial, etc. El error de concepto no está en la actividad del crítico de arte, sino en su denominación, pues bien debiera denominarse por la actividad económica que prima en su tarea: la de publicista. Se mantienen las apariencias falaces en la adopción de términos que ocultan la verdadera actividad del sujeto involucrado en una operación comercial: el comprador es coleccionista, el vendedor es marchante, el publicista es crítico, el encargado de una exposición es comisario o curador<sup>32</sup>, etc.

La crítica del arte en el mercado no responde a criterios artísticos sino económicos. La mejor obra será la que se venda con mayor margen de beneficios, es decir, la que se ha adquirido a un precio  $x$  y se ha vendido a un precio  $x^n$  siendo  $n$  mayor de 0. Pero en el precio se ha incluir el coste del pago de posibles impuestos a las operaciones mercantiles y traslados físicos de la obra. Estando el mercado necesariamente mediado por la

actividad de los Estados, las distintas políticas fiscales aplicables a estas operaciones mercantiles serán un elemento más a tener en cuenta en su configuración. El que Hong Kong sea el lugar de China en el que se llevan a cabo el mayor número de transacciones de este tipo no responde a una mayor cultura de los que allí habitan, sino en las características de Hong Kong como paraíso fiscal o centro financiero *offshore*, más vinculado a su naturaleza de antigua colonia del Reino Unido que a territorio nacional chino:

El sistema legal y fiscal, por ejemplo, es mucho más flexible en Hong Kong que en la China continental. Hong Kong ofrece además unas condiciones mucho más favorables para los coleccionistas internacionales. En la China continental, resulta imposible subastar bronce antiguos y los impuestos sobre la importación y exportación de obras de arte son extremadamente elevados, lo cual elimina por completo el atractivo que podría tener el mercado chino para las casas de subastas occidentales que desean trabajar allí. Hong Kong no está limitada por este tipo de restricciones<sup>33</sup>.

Quizás Hong Kong sea el ejemplo más evidente del vínculo entre el mercado del arte y los mercados financieros. Este vínculo se escenifica a través de, al menos, cinco fenómenos: en primer lugar, la salida a bolsa de las casas de subastas<sup>34</sup>, en segundo lugar, la creación de

<sup>32</sup> La palabra "curador" ni siquiera es la traducción literal de *curator*. Según el Diccionario de Cambridge, del inglés *curator*, el español *conservador-a*, *comisario-a*.

<https://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles-espanol/curator>

<sup>33</sup> Alex Chang, director general de Poly Auction Hong Kong. Entrevista en Artprice, 2017. Recuperado de <https://es.artprice.com/artprice-reports/el-mercado-del-arte-contemporaneo-2017/entrevista-alex-chang>.

<sup>34</sup> Christie's en la Bolsa de Valores de Londres desde 1973 y Sotheby's en la Bolsa de Valores de Nueva York en 1977, ambas con salidas y entradas en función de compraventas privadas. The Supermodel and the Brillo Box: Back Stories and Peculiar Economics from the World of Contem-

departamentos financieros dentro de las casas de subastas<sup>35</sup>, en tercer lugar, la normativa específica sobre blanqueo de capitales en relación con la compra y venta de objetos artísticos<sup>36</sup>, en cuarto lugar, la creación de puertos francos<sup>37</sup>, y en quinto lugar, la creación de fondos de inversión ligados a obras de arte<sup>38</sup>. Relacionado, pues, estrechamente con los mercados financieros y en competencia directa con otros mercados que también atraen capitales, el mercado del arte encuentra una manera excepcional de diferenciarse de ellos a través de la idea de “Cultura”. Hoy día, la idea de Mercado

del Arte está sustentada por la idea de Cultura.

Una vez aclarados los términos, se puede afirmar que el sintagma “mercado del arte” hace referencia a las relaciones establecidas a través del comercio de un tipo específico de bienes frente a otros como los mercados de valores, el mercado inmobiliario, el mercado automovilístico, etc. dentro de un Estado y mediante transacciones monetarias también relacionadas entre sí y todas ellas dependientes del dólar americano. Por lo tanto, lo que hoy día se denomina “mercado del arte” es la transformación, por degeneración o corrupción, de los mercados de objetos artísticos, muy principalmente, los mercados de pinturas y antigüedades, impulsada muy principalmente desde la potencia hegemónica estadounidense tras la Segunda Guerra Mundial y dada su necesidad financiera de inversión de capitales.

#### 4.- EL MERCADO DEL ARTE EN ESPAÑA

Si el mercado del arte hace referencia necesariamente a un producto socio-económico de origen estadounidense adoptado por los países de su influencia y dentro de un esquema de economía de mercado, necesariamente habremos de situar su irrupción en España tras la transformación del régimen franquista en una monarquía parlamentaria democrática integrada en la plataforma militar liderada por los Estados Unidos y, posteriormente, en la plataforma político-económica que es la Unión Europea.

---

porary Art, Don Thompson, 2014, St. Martin's Press, Nueva York.

<sup>35</sup> *Vid.* Sotheby's financial services, <https://www.sothebys.com/en/about/services/sothebys-financial-services>.

<sup>36</sup> De las cinco Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo sobre prevención del blanqueo de capitales y financiación del terrorismo, Directivas 91/308/CEE, 2009/138/CE, 2001/97/CE, 2005/60/CE, 2015/849/UE y 2018/843/UE, la segunda y la quinta obligan a personas que comercian con artículos de elevado valor, como piedras o metales preciosos, u objetos de arte, subastadores, cuando el pago se realice en efectivo y en cuantía igual o superior a 15.000 euros; y a las personas que comercien con obras de arte incluyendo galerías de arte y casas de subastas, cuando el importe de la transacción o de una serie de transacciones relacionadas sea igual o superior a 10.000 euros y a las personas que almacenen, comercien o actúen como intermediarios de obras de arte cuando lo lleven a cabo puertos francos, cuando el importe de la transacción o de una serie de transacciones sea igual o superior a 10.000 euros.

<sup>37</sup> SÁNCHEZ-VASCONCELLOS MÉNDEZ, Arturo; VICO BELMONTE, Ana; PALOMO MARTÍNEZ, Jesús: “Los puertos francos y su influencia en el mercado del arte”, *La Albolafia*, Revista de Humanidades y Cultura, n.º. 19, 2020.

<sup>38</sup> Es paradigmático que la mayor propuesta empresarial en torno al *art market* en España haya derivado en una estafa piramidal. *Vid.* Sentencia 850/2018 de 23 de febrero del Tribunal Supremo, ECLI: ES:TS:2018:850, caso Arte y Naturaleza.

No puede extrañar, pues, que en la primera edición de la Feria Internacional de Arte Contemporáneo, ARCO, en 1982 su directora, Juana de Aizpuru, se exprese en estos términos: «España es un país virgen en el mercado del arte internacional y hay mucho interés en la difusión de obras y artistas, además de conocer las nuevas corrientes de la pintura joven» o que Antonio Bonet Correa, catedrático de Historia del Arte de la Universidad Complutense, presidente de su comité organizador, declare que,

Esta salida al plano internacional es importante para el arte español, que al mismo tiempo sirve para unir el comercio y la cultura, conceptos relacionados desde la Edad Media y el Renacimiento, pero que en nuestro país no ha sido tan visible. Para los artistas es fundamental el contraste con otras personas de distintos países, con el fin de evitar una cultura localista<sup>39</sup>.

A partir de esta irrupción se perfilan dos mercados de objetos artísticos con repercusiones sociales y políticas de suma importancia: el mercado del arte en el sentido estricto de mercado de arte contemporáneo, representado por la feria ARCO y sus comercios a pie de calle denominados “galerías”, y el mercado de antigüedades en cualquiera de sus formas, representado por la feria FERIARTE y los comercios denominados “anticuarios”. Porque la aparición y consolidación de ARCO no supone, en absoluto, que España haya estado ajena a la compra y venta de objetos de arte *actuales* sino que aparece un punto más, un nuevo nódulo, en el incesante cruce de líneas comerciales que sostienen el mercado. La compra

y venta de objetos de arte *actual* que se daba en nuestro país generalmente entre el artista y el comprador sin intermediarios, con precios ajenos o no fundamentalmente determinados por un mercado, es absorbida por el nuevo modelo de distribución.

Pero, la aparición de ARCO no solo influye en el mercado de arte *actual* español que, aunque de dimensiones muy reducidas por razones eminentemente socio-económicas, existía en España en ese momento<sup>40</sup>, sino también por presión sobre el tradicional mercado de antigüedades.

Por lo tanto, es necesario distinguir el nódulo recién establecido para la compra y venta de arte contemporáneo, o *art market*, del ya existente mercado de antigüedades. El nuevo mercado, a través de la idea de totalización del arte, utiliza las formas y los medios de aquel acaparando la demanda de objetos artísticos. Las tensiones entre los dos mercados son evidentes por el papel tan distinto que adopta España en cada uno de ellos.

En el nuevo mercado España actúa bajo la fórmula del libre comercio, mientras que en el mercado tradicional lo hace bajo la fórmula de la restricción al comercio. En el mercado tradicional se encuentra involucrada la idea de patrimonio histórico-artístico español, frontalmente distinta de la idea que sustenta al arte contemporáneo, esencialmente norteamer-

<sup>39</sup> El País, domingo 7 de febrero de 1982.

<sup>40</sup> Ya en 1961 el pintor Fernando Zóbel, estaba decidido a crear un museo para las obras de arte abstracto que, en cantidad y calidad, se estaban produciendo desde hacía décadas. El museo se ubicó en Cuenca tras la intervención del artista con quense Gustavo Torner y se abrió al público el 1 de julio de 1966. Recuperado de: Wikipedia, [https://es.wikipedia.org/wiki/Museo\\_de\\_Arte\\_Abtracto\\_Espa%C3%B1ol](https://es.wikipedia.org/wiki/Museo_de_Arte_Abtracto_Espa%C3%B1ol)

ricano y con pretensiones de universalidad. Mientras el Estado español restringe el comercio internacional de objetos artísticos antiguos, el Estado norteamericano, dada su política expansionista, fomenta la salida de estos objetos hacia otros países de la misma manera que fomenta la hamburguesa o el cine de Hollywood. Se trata de un producto “cultural” más de necesario consumo universal dado su sistema de producción.

Por lo tanto, el mercado de antigüedades en España es el mercado de objetos artísticos pre-existente a la llegada del denominado *art market* o mercado del arte. La intervención del Estado en este mercado está ligada necesariamente a la idea de Historia, pero no una Historia universal, del todo imposible<sup>41</sup>, sino a la idea de Historia de España y, por lo tanto, de España en relación con terceros países ya sea en concordia o en discordia.

La Historia se entiende al menos desde el siglo XVIII como una disciplina comprometida con la política que necesita para su constitución de reliquias y relatos<sup>42</sup>. De hecho, será la Real Academia de la Historia<sup>43</sup> la que a lo largo del siglo XVIII y gran parte del siglo XIX impulse la protección de las antigüedades sitas en España para su estudio histórico. Esta protección se despliega de dos maneras fundamentales: en primer lugar, mediante el establecimiento de límites al derecho

de propiedad privada sobre estos objetos y, en segundo lugar, mediante la prohibición de su comercio fuera de las fronteras españolas. La Real Academia de Bellas Artes<sup>44</sup> cumplía un papel distinto y más vinculado con las ideas estéticas, por lo tanto, ajeno al ámbito del comercio.

Los objetos que quedan fuera del comercio internacional reciben a lo largo de los años distintos nombres, todos ellos de contenido económico: riqueza, tesoro y patrimonio<sup>45</sup>. Así, en la exposición de motivos del Real Decreto-Ley de 9 de enero de 1923<sup>46</sup>: «preciso sé hace afirmar que el conjunto de esa riqueza artística constituye un patrimonio nacional en el orden más elevado del espíritu...», y en los propios títulos del Real Decreto-Ley de 9 de agosto de 1926 relativo el Tesoro Artístico Nacional<sup>47</sup> o de la Ley de 13 de mayo de 1933 sobre Defensa, Conservación y Acrecentamiento del Patrimonio Artístico Nacional<sup>48</sup>.

Dada su naturaleza de reliquias requerían de un criterio objetivo de tipo temporal para su identificación. Así, durante el siglo XIX se atendió a periodos históricos anteriores a la constitución del Estado moderno para establecer un límite a partir del cual aplicar la normativa protectora, por ejemplo, en «las estatuas, bustos (...) reputadas por antiguas, ya sean Púnicas, Romanas, Cristianas, ya Godas,

<sup>41</sup> Sobre la idea de historia universal, *vid.* BUENO, Gustavo: “Reliquias y Relatos: construcción del concepto de “Historia fenoménica”, *El Basilisco. Revista de materialismo filosófico*, 1ª época, nº1, 1978, pp. 5-16.

<sup>42</sup> *Ibid.*, p.4.

<sup>43</sup> La Carta-Cédula de Fundación Real Academia de la Historia data de 1738. *Vid.* <https://www.rah.es/la-academia/real-cedula-fundacional/>

<sup>44</sup> La Real Academia de Bellas Artes se funda por Real Decreto el 12 de abril de 1752. *Vid.* <http://www.realacademiabellasartessanfernando.com/es/academia/historia>

<sup>45</sup> Ejemplos serían:”;

<sup>46</sup> Gaceta de Madrid, núm.10, 10 de enero de 1923.

<sup>47</sup> Gaceta de Madrid, núm. 227, 15 de agosto de 1926.

<sup>48</sup> Gaceta de Madrid, núm. 145, 25 de mayo de 1933.

Árabes y de la baja edad»<sup>49</sup> o en «todos los [monumentos] pertenecientes a la antigüedad, los tiempos medios y al renacimiento»<sup>50</sup> o en «todas las obras de arte y productos industriales pertenecientes a las edades prehistóricas, antigua y media»<sup>51</sup>. Lo antiguo interesaba por lo histórico, lo artístico interesaba por su mérito, hasta que se desarrolla una visión más amplia que totaliza el conjunto bajo la denominación de “patrimonio histórico y artístico” o, ya en nueva composición mediante guion, “patrimonio histórico-artístico”, incorporando así a la idea de patrimonio histórico todo el esplendor artístico español de los siglos posteriores al XV. Con el precedente del Real Decreto-Ley de 9 de agosto de 1926 relativo al Tesoro Artístico español<sup>52</sup> en el que se establece un límite temporal relacionado con la vida de los autores, los anteriores a 1830, serán las Cortes Constituyentes de la II República española las que establezcan los cien años como criterio objetivo para la división del presente y el pasado histórico<sup>53</sup>:

<sup>49</sup> Real Cédula de Su Majestad y Señores del Consejo, por la cual de aprueba y manda observar la Instrucción formada por la Real Academia de la Historia sobre el modo de recoger y conservar los monumentos antiguos descubiertos o que se descubran en el Reino, 6 de julio de 1803. Vid. [http://www.cervantesvirtual.com/obra-visor/real-cedula-de-su-majestad-y-senores-del-consejo-por-la-qual-se-aprueba-y-manda-observar-la-instru-0/html/00224e2e-82b2-11df-acc7-002185ce6064\\_2.html](http://www.cervantesvirtual.com/obra-visor/real-cedula-de-su-majestad-y-senores-del-consejo-por-la-qual-se-aprueba-y-manda-observar-la-instru-0/html/00224e2e-82b2-11df-acc7-002185ce6064_2.html)

<sup>50</sup> Real Decreto de constitución del Museo Arqueológico nacional y museos provinciales, de 20 de marzo de 1867, art. 2 (Gaceta de Madrid núm. 80, 21 de marzo de 1867).

<sup>51</sup> Ley relativa a la declaración y conservación de monumentos arquitectónicos artísticos de 4 de marzo de 1915, art. 2 (Gaceta de Madrid núm. 54, 5 de marzo de 1915).

<sup>52</sup> Real Decreto-Ley de 9 de agosto de 1926 relativo al Tesoro Artístico Nacional, art. 26 (Gaceta de Madrid, núm. 227, 15 de agosto de 1926).

<sup>53</sup> Ley de 10 de diciembre sobre enajenaciones de inmuebles y objetos artísticos, arqueológicos o

Los particulares, las entidades y personas jurídicas, así eclesiásticas como civiles, no podrán enajenar inmuebles ni objetos artísticos, arqueológicos o históricos de una antigüedad que, entre los peritos en la materia, se considere mayor de cien años, cualesquiera que sean su especie y su valor, sin previo permiso del Ministerio de que dependan y mediante escritura pública.

Posteriormente, la Ley de 13 de mayo de 1933 de la Defensa, Conservación y Acrecentamiento del Patrimonio Artístico Nacional<sup>54</sup>. dispondrá en su artículo 1:

Están sujetos a esta Ley, que cumple lo dispuesto por el artículo 45 de la Constitución y el artículo 18 de la Ley de 10 de diciembre de 1931, cuantos inmuebles y objetos muebles de interés artístico, arqueológico, paleontológico o histórico haya en España de antigüedad no menor de un siglo; también aquellos que sin esta antigüedad tenga un valor artístico o histórico indiscutible, exceptuando, naturalmente, las obras de autores contemporáneos; los inmuebles y muebles así definidos constituyen el Patrimonio histórico-artístico nacional.

Establecido el objeto: antigüedades y pinturas, su disciplina de estudio: la Historia, y el límite temporal que lo objetivaba: 100 años<sup>55</sup>, es necesario introducir la naturaleza del interés público que pone límites al interés privado o económico, implícito en el comercio. Se trata de un

históricos, art.1 (Gaceta de Madrid, núm. 346, 12 de diciembre de 1931).

<sup>54</sup> Gaceta de Madrid, núm. 145, 25 de mayo de 1933.

<sup>55</sup> Sobre la teoría del presente anómalo, *vid.* BUENO, Gustavo: “Reliquias y...”, *op.cit.* p. 7.

interés político de escala nacional, en el que están implicados todos los tipos de Estado que se han sucedido durante los siglos XVIII, XIX y XX. Cualquiera que fuera la forma que adoptara el Estado, la idea de Nación aparece como fundamental para la defensa de este Patrimonio. Cuando en el preámbulo al Real Decreto-Ley de 16 de febrero de 1922 sometido a aprobación por Miguel Primo de Rivera, Presidente a la sazón del Gobierno y aprobado por Alfonso XIII, se manifiesta: «Precisa, por lo tanto, Señor, la intervención directa y eficaz del Estado, si es que pretendemos fijar de una vez y para siempre la riqueza monumental de España al suelo de la Nación» no se innova, sino que se sigue una línea política constante que vincula al Patrimonio histórico-artístico con la capa basal del Estado<sup>56</sup> y, a esta, con la Nación. Por lo tanto, la expresión patrimonio histórico-artístico español responde a una idea nacional de España con su base en el territorio unitario en el que se sitúan unos objetos que no deben exportarse a terceros países por su carácter constitutivo de la Nación española.

Pero estos límites al comercio no lo eran exclusivamente objetivos, también lo eran subjetivos. La Iglesia católica no puede vender sus objetos artísticos o arqueológicos libremente al menos desde 1866<sup>57</sup>, y la Monarquía se ve despojada

del denominado Patrimonio de la Corona, que es declarado propiedad estatal, en 1869<sup>58</sup> adquiriendo las típicas notas de los bienes de dominio público: inalienabilidad, imprescriptibilidad e inembargabilidad. Aunque devuelta la gestión, que no la propiedad, a Alfonso XII, su absorción por el Estado será definitiva tras la proclamación de la II República<sup>59</sup>.

Por lo tanto, en la medida en que España limitaba la salida de determinados bienes artísticos al extranjero, intervenía en el mercado limitando la oferta y condicionándola. Los mayores flujos de objetos históricos, artísticos, suntuarios..., desembocaban en las capitales de los Estados imperialistas de la época, principalmente en Londres, Ámsterdam, París, pero también Roma, procedentes de las colonias mediterráneas, africanas y asiáticas que, al no estar integradas en la civilización occidental carecían de instituciones para poder impedir su salida. Por lo tanto, no es apropiado calificar este comercio como lícito o ilícito ya que esta categoría de lo lícito es jurídica y requiere de unas instituciones compartidas, es decir, de sujetos políticos constituidos a la medida del Estado moderno.

---

licencia la venta de “bienes inmuebles, alhajas ó muebles preciosos” en el marco de ajustes tras el proceso desamortizador. Ya en el siglo XX el Real Decreto de 9 de enero de 1923 (Gaceta de Madrid, núm.10, 10 de enero de 1923) prohíbe a las iglesias, catedrales, colegiatas, parroquias, monasterios y demás edificios religiosos, la enajenación de obras artísticas, históricas o arqueológicas sin la oportuna autorización del entonces Ministerio de Gracia y Justicia.

<sup>58</sup> Ley de 18 de diciembre de 1869 de extinción del Patrimonio de la Corona (Gaceta de Madrid, núm. 353, 19 de diciembre de 1869).

<sup>59</sup> La Ley de 22 de marzo de 1932 constituye el Patrimonio de la República y reorganiza la gestión y destino de sus bienes (Gaceta de Madrid, núm. 84, 24 de marzo de 1932).

---

<sup>56</sup> Sobre las capas del Estado, *vid.* BUENO, Gustavo: *Primer ensayo sobre las categorías de las “ciencias políticas”*, pp. 307-310.

<sup>57</sup> *Apud*, MARTÍNEZ BLANCO, Antonio, “El Patrimonio Artístico y Documental eclesiástico como parte del patrimonio nacional en España” en *Anales de la Universidad de Murcia. Derecho*, núm. 30, 1972-1973, p. 48, nota a pie 11. Ya antes, la Real Orden de 17 de junio de 1834 (Gaceta de Madrid, núm.125, 22 de junio de 1834) somete a

En el momento en el que despegaba el *art market* o mercado del arte contemporáneo desde Estados Unidos, España mantiene la normativa de protección de los objetos histórico-artísticos a través de la permanencia durante el periodo franquista de la legalidad republicana, a su vez, heredera de todo un siglo de desarrollo de la idea de patrimonio nacional<sup>60</sup>. Frente a esta idea del valor histórico, es decir, de la necesidad de evitar la salida de España de objetos que se han convertido en reliquias, se alza en Estados Unidos el valor de las obras realizadas por artistas vivos. Estas obras se incorporan a todo el aparato institucional creado para los objetos con valor histórico, principalmente a los museos, que siendo depositarios naturales de reliquias, pasan a serlo de obras de arte de artistas vivos en las que desaparece la cualidad de “histórico” o el vínculo con la constitución de una nación, lo cual es perfectamente comprensible teniendo en cuenta el Estado de procedencia de estos objetos: un Estado muy joven con un recorrido histórico-artístico prácticamente inexistente y ávido de capitales extranjeros.

Para esta extraordinaria conquista comercial, los Estados Unidos se valen de una ideología necesaria para vencer los obstáculos que puedan plantear los países denominados “proveedores”, muy especialmente a través de aranceles: la idea de Cultura. La denominación de “objeto cultural” o “bien de interés cultural” anula totalmente lo que en ellos pueda haber de histórico-artístico y, por supuesto, de

nacional<sup>61</sup>. Mientras el Patrimonio histórico-artístico había sido objeto de atención y regulación por parte del Ministerio de Instrucción pública o de Fomento, a partir de la Constitución de 1978 pasa a serlo del Ministerio de Cultura. La idea de “Cultura” y la idea de “Arte” funcionan de una manera similar (ver Anexo 4).

Aunque la “cultura” ya había aparecido en textos jurídicos anteriores como, por ejemplo, el ya mencionado Real Decreto-Ley de 1926 o Decreto “Callejo”: «Constituye el Tesoro artístico arqueológico nacional el conjunto de bienes muebles e inmuebles dignos de ser conservados para la Nación por razones de Arte y cultura» (obsérvese la minúscula); o en la Constitución española de 1931: «Toda la riqueza artística e histórica del país, sea quien fuere su dueño, constituye tesoro cultural de la Nación, y estará bajo la salvaguardia del Estado,...»<sup>62</sup>; será con la entrada en vigor de la Constitución española de 1978 cuando adquiera la dimensión totalizadora que interesa en relación con el mercado del arte. Así, su artículo 44 encomienda a los poderes públicos «promover y tutelar el acceso a la cultura como derecho de todos los españoles»; o el artículo 46 añade que «los poderes públicos garantizarán la conservación y promoverán el enriquecimiento del patrimonio histórico, cultural y artístico de los pueblos de España y de los bienes que lo integran, cualquiera que sea su régimen jurídico y su titularidad».

<sup>60</sup> No confundir con la institución de Patrimonio Nacional que hace referencia al conglomerado de bienes muebles e inmuebles que lo fueron de la Corona y pasaron a ser propiedad de la Nación en el siglo XIX.

<sup>62</sup> En un sentido cercano a educación lo encontramos en el mismo texto dentro del Título III, *Derechos y deberes de los españoles*, Capítulo II, *Familia, economía y cultura*.

Con la Constitución del 78 se quiebra el vínculo entre el patrimonio histórico y la Nación española, categoría esta que desaparece para ser sustituida por “los pueblos de España”. Este cambio radical está al servicio de la nueva configuración administrativa del Estado. Mientras en la Constitución de 1931 el “tesoro cultural de la Nación” no aparece entre las competencias que pudieran asumir las regiones autónomas<sup>63</sup>, en el artículo 148 de la Constitución de 1978 se permite la delegación de competencias sobre Museos, bibliotecas y conservatorios de música de interés para la Comunidad Autónoma; Patrimonio monumental de interés de la Comunidad Autónoma; el fomento de la cultura, de la investigación y, en su caso, de la enseñanza de la lengua de la Comunidad Autónoma. El artículo 149 reserva al Estado en exclusiva la defensa del patrimonio “cultural”, artístico y monumental español contra la exportación y la expoliación.

Siete años más tarde, y ya implantado el nuevo Estado autonómico, se aprueba la, actualmente en vigor, Ley 16/1985, de 25 de junio, del Patrimonio Histórico Español<sup>64</sup> con la pretensión de regular, de manera integral, la gestión de estos bienes, ahora denominados, en su máxima categoría de protección, “bienes de interés cultural” lo cual fue inmediatamente contestado a través de una serie de recursos de inconstitucionalidad presen-

tados ante el Tribunal Constitucional por la Generalidad de Cataluña, Junta de Galicia y Gobierno del País Vasco que fueron desestimados parcialmente<sup>65</sup>.

A partir de este momento, las Comunidades Autónomas tienen el camino expedito para transformar el patrimonio histórico español en patrimonio cultural autonómico con la intención de construir una “identidad” nacional sobre la base de la siguiente relación de ideas: una cultura, una nación, un Estado. En la actualidad, todas las comunidades autónomas cuentan con una Ley de Patrimonio Cultural<sup>66</sup>, y la potestad de declarar como bienes de interés cultural y, por lo tanto, condicionar su comercio, a aquellos objetos que puedan considerarse de interés cultural de la comunidad autónoma. El Estado mantiene a través de la Junta de Calificación, Valoración y Exportación de Bienes del Patrimonio Histórico Español, la capacidad última para decidir si un objeto perteneciente al Patrimonio histórico, tal y como se recoge en la Ley de 1985, puede ser exportado o no para su ulterior venta en un tercer país.

Por último, la entrada de España en la Unión Europea introduce una nueva idea de patrimonio, el patrimonio cultural

<sup>63</sup> De hecho, ni siquiera se menciona como competencia exclusiva del Estado. Vid. Constitución de la República española de 9 de diciembre de 1931, Gaceta de Madrid, núm. 344, 10 de diciembre de 1931, art.14.

<sup>64</sup> Sorprende la permanencia de la denominación “patrimonio histórico-artístico” frente a “patrimonio cultural” ya recogido en la Constitución del 78.

<sup>65</sup> El Consejo Ejecutivo de la Generalidad de Cataluña, la Junta de Galicia, el Gobierno Vasco y el Parlamento catalán interponen recursos de inconstitucionalidad contra diversos artículos de esta ley que son resueltos desfavorablemente por el Tribunal Constitucional en sentencia 17/1991, de 31 de enero de 1991 (BOE, núm. 48 de 25 de febrero de 1991).

<sup>66</sup> Mantiene el adjetivo “histórico”, como excepciones, la Ley de Patrimonio histórico de Andalucía, Ley de Patrimonio Cultural, Histórico y Artístico de La Rioja, Ley de Patrimonio Histórico y Cultural de Extremadura, Ley del Patrimonio Histórico de las Islas Baleares y la Ley de Patrimonio Histórico de la Comunidad de Madrid.

européico. Así, el art.3 del Tratado de Maastricht: «La Unión respetará la riqueza de su diversidad cultural y lingüística y velará por la conservación y el desarrollo del patrimonio cultural europeo»<sup>67</sup>.

De todo esto se concluye la íntima relación del sistema económico imperante en la actualidad tal y como lo impone el imperio hegemónico, los Estados Unidos, y el sistema de ideas sobre el que se fundamenta que sitúa al mercado en la órbita del “Arte”, la “Cultura” y la “Humanidad”. Y esto afecta al mercado de objetos pertenecientes al Patrimonio histórico-artístico español que ahora se ve más limitado que nunca al territorio patrio, sin posibilidades de salida a terceros países, lo cual resulta contradictorio y, por supuesto, un “retraso”, con estas categorías de tipo universal o totalizador, diríamos *lisológicas*<sup>68</sup>, impuestas desde la plataforma geopolítica y de interés económico anglosajón. Así, el propietario de un Picasso no entiende que el Estado español impida su exportación para ulterior venta a un tercer país cuando estos cuadros se venden en el mercado internacional, es decir, neoyorquino o estadounidense, londinense o británico, hongkonés o británico, etc., por unos importes imposibles de obtener en España. El propietario del Picasso ha desposeído la obra de componentes históricos o artísticos de interés nacional y lo ha reducido a un bien económico de su propiedad que puede parti-

cipar de la oferta que constituye una parte del *art market*. El Patrimonio histórico-artístico español se ve, pues, sometido a la presión de la irrupción del *art market* o mercado del arte contemporáneo que quiere imponer sus reglas y a la presión de su empequeñecimiento regional a través de las comunidades autónomas.

En definitiva, en España se observa el fenómeno del imperio que se contrae y el imperio que se expande. A este último imperio le interesa el comercio internacional y la ampliación de los mercados. La novedad en la dialéctica patrimonio de interés nacional vs. propiedad privada, imperante durante finales del siglo XVIII, XIX y gran parte del XX, aparece con la irrupción de un mercado financieramente muy agresivo y con unos volúmenes de negocio que han distorsionado aquel mercado de “antigüedades”. Las ideas-fuerza que recorren las líneas comerciales que trazan los flujos de mercancías gracias a los tratados internacionales como “Cultura” o “Humanidad” facilitan la tarea a los mercaderes.

## 5. CONCLUSIONES

PRIMERA. La palabra “Mercado” es un término económico mientras la palabra “Arte” hace referencia a una sustancia trascendental totalizadora cuyo significado confunde el del primer término. Del uso continuado y acríptico del sintagma se deriva la incapacidad de percibir su absurdo. Se puede intentar un sintagma similar utilizando otras ideas de tipo totalizador como Dios o Ciencia, así el lector calificará como absurdo afirmar que exista un “Mercado de Dios” o un “Mercado de la Ciencia”. El origen del sintagma está plenamente identificado tanto en el mo-

<sup>67</sup> Instrumento de Ratificación del Tratado de la Unión Europea, firmado en Maastricht el 7 de febrero de 1992 (BOE, núm. 11, de 13 de enero de 1994, páginas 858 a 926).

<sup>68</sup> BUENO, Gustavo: “En torno a la distinción morfológico/lisológico”, *El Catoblepas*, núm. 63, mayo 2007, p. 2.

mento histórico como en el lugar, los Estados Unidos de América tras la Segunda Guerra Mundial.

SEGUNDA. Dado que nos situamos en un plano económico es imprescindible introducir la unidad básica de gestión económica: el Estado. Los Estados abren, cierran, limitan distintos mercados en función de sus intereses antagónicos o similares. Por lo tanto, la idea de “mercado del arte” esconde una realidad muy alejada de esa neutralidad y univocidad que el sintagma refiere. Alrededor de la idea confluyen mercados preexistentes como el mercado de antigüedades, y mercados competidores, como los mercados financieros.

TERCERA. El sintagma mercado del arte refleja una corrupción en el sentido de la palabra “arte” que favorece el interés económico al aparecer como un todo. El mercado tiende a ampliar al máximo las mercancías susceptibles de pertenecer a este campo del “arte” venciendo la clásica escasez del pre-existente mercado de antigüedades. Estas tensiones eliminan las objeciones que se plantean desde las categorías históricamente constituidas como arte desde unas técnicas precisas.

CUARTA. Si la guerra y el comercio son dos formas de hacer lo mismo, podríamos afirmar que el Ministerio de Defensa tiene una delegación dentro del Ministerio de Cultura a través de la Dirección General de Bellas Artes y Bienes Culturales y, más concretamente, de la Subdirección General de Protección del Patrimonio Histórico. El mercado del arte tiende a ampliar su objeto más allá del producto que se pueda catalogar como “arte contemporáneo” y, muy especialmente, hacia las antigüedades. La ex-

traordinaria apertura del mercado del arte en tanto que mercado de objetos etiquetados como “arte contemporáneo” se pretende también de cualquier objeto catalogado como “artístico”. En España la resistencia la opone la institución del Patrimonio histórico-artístico, antes Tesoro nacional, que vincula determinados objetos a la capa basal del Estado.

QUINTO. En el Mercado del Arte está involucrada la idea de Cultura. A la tensión internacional propia de las relaciones económicas se añade en España la tensión generada por las comunidades autónomas que, en la necesidad de constituirse como entes distintos del Estado e incluso distintos entre ellos, rechazan la idea del Patrimonio histórico-artístico español para defender la idea disolvente de Patrimonio cultural, idea aplicable tanto a un sujeto denominado “humanidad” como a otro denominado “pueblo” pero, en cualquier caso, desvinculado de la idea de Estado y, por supuesto, de nación.

## 5. BIBLIOGRAFÍA

ALMAGRO-GORBEA, Martín: “El Gabinete de Antigüedades de la Real Academia de la Historia”, *Boletín del Museo Arqueológico Nacional*, N° Extra 35, 2017 (Ejemplar dedicado a: 150 años de museos arqueológicos en España), pp. 1736-1751.

ANGULO DÍAZ, Raúl: *La historia de la cátedra de Estética en la universidad española*, Pentalfa, Oviedo 2016.

BUENO, Gustavo: *Primer ensayo sobre las categorías de las “ciencias políticas”*, Biblioteca Riojana, n° 1. Cultural Rioja, Logroño 1991.

- BUENO, Gustavo: *Ensayo sobre las categorías de la economía política*, La Gaya Ciencia, nº 6, Barcelona 1972.
- BUENO, Gustavo: *El mito de la Cultura*, Prensa Ibérica, Barcelona, 1996.
- BUENO, Gustavo: *La vuelta a la caverna: terrorismo, guerra y globalización*, Ediciones B, Barcelona, 2004.
- BUENO, Gustavo: *Etnología y Utopía*, Azanca, Valencia, 1971.
- BUENO, Gustavo: “Filosofía de la ciudad”, *Revista Ábaco*, nº 6, pp. 37-48.
- BUENO, Gustavo: *La fe del ateo*, Temas de Hoy, Madrid, 2007.
- BUENO, Gustavo: “Poemas y teoremas”, *El Catoblepas*, núm. 88, p.7, Oviedo, 2009.
- BUENO, Gustavo: *Televisión, apariencia y verdad*, Gedisa, Barcelona, 2000.
- BUENO, Gustavo: *España frente a Europa*, Gedisa, Barcelona 2000.
- BUENO, Gustavo: *El fundamentalismo democrático*, Temas de Hoy, Madrid, 2010.
- BUENO, Gustavo: *El animal divino*, Pentalfa, Oviedo, 1996.
- BUENO, Gustavo: *El mito de la felicidad*, Ediciones B, Barcelona, 2005.
- BUENO, Gustavo: “Reliquias y Relatos: construcción del concepto de “Historia fenoménica””, *El Basilisco. Revista de materialismo filosófico*, 1ª época, nº1, 1978, páginas 5-16.
- BUENO, Gustavo: “En torno a la distinción morfológico/lisológico”, *El Catoblepas*, núm. 63, 2007.
- CASTRO FLÓREZ, Fernando: “El arte en tiempo desquiciado: Una nota sobre la urgencia y la crueldad contemporánea”, *Revista de Occidente*, nº 405, 2015 (Ejemplar dedicado a: El arte y el mal), pp. 5-11
- CASTRO FLÓREZ, Fernando: “La cultura (desquiciada) en la época de la digitalización de las emociones”, *Revista de Occidente*, nº 378, 2012 (Ejemplar dedicado a: Cultura contemporánea: actualidad y futuro), pp. 69-88.
- CHULIÁ, Vicente: *Manual de Filosofía de la Música*, Pentalfa, Oviedo, 2018.
- DELGADO GAL, Álvaro: “El mito del mercado”, *Letras libres*, año nº 11, nº 122, 2009, pp. 38-41.
- DELGADO GAL, Álvaro: “Arte y dinero”, *Revista de libros*, nº. 120, 2006, pp. 41-46.
- DELGADO GAL, Álvaro: *La esencia del arte*, Taurus, 1996.
- DOMIQUE CLAVIER, Nuria: “La cotización dólar-euro: su evolución y sus causas”, *Acciones e Investigaciones Sociales*, 13 (oct.2001), pp. 119-145.
- FINLEY, M.I.: *Estudios sobre Historia antigua*, Akal, 1981.
- FUENTES QUINTANA, Enrique; VELARDE FUENTES, Juan: *Política económica*, Fundación de las Cajas de Ahorros, 2008.
- GARCIA GALLO, Alfonso: *Manual de Historia del Derecho español*, Tomo I, Madrid, p. 254, 1959.
- GARCIA SIERRA, Pelayo: *Diccionario filosófico*, Pentalfa, Oviedo, 2000 y 2019.
- HEGEL, G.W.F.: *Lecciones sobre la estética*, Akal, Madrid, 1989.

HEGEL, G.W.F.: *Introducción a la Estética*, Ediciones Península, Barcelona, 1971.

HERNÁNDEZ, Paloma: *Corrupción ideológica en las artes*. Archivo de vídeo, 3 de diciembre de 2018. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=iq6RWrAf9is&t=4490s>. Fecha de acceso: 4 de mayo de 2020.

KANT, Emmanuel: *Fundamentación de la metafísica de las costumbres*, Austral, 2016.

POLANYI, Karl; ARENSBERG, Conrad M., PEARSON, Harry W. P.: *Comercio y mercado en los imperios antiguos*, Barcelona, Labor, 1976.

POLANYI, Karl: *El sustento del hombre*, Barcelona, Mondadori, 1994.

MARTÍN JIMÉNEZ, Luis Carlos: *Filosofía de la técnica y de la tecnología*, Pentalfa, Oviedo, 2018.

MARTÍN JIMÉNEZ, Luis Carlos: “Filosofía de la moneda”, *El Basilisco. Revista de materialismo filosófico*, núm. 49, 2017.

MARTÍN JIMÉNEZ, Luis Carlos: *El valor de la Axiología*, Pentalfa, Oviedo, 2014.

MARTÍNEZ BLANCO, Antonio: “El Patrimonio Artístico y Documental eclesiástico como parte del patrimonio nacional en España” en *Anales de la Universidad de Murcia. Derecho*, núm. 30, 1972-1973.

SALGUERO, Rufino: *La música en el Doktor Faustus de Thomas Mann. Entre las ciencias y las artes divinas y demoníacas*, Pentalfa, Oviedo, 2018.

SÁNCHEZ-VASCONCELLOS MÉNDEZ, Arturo; VICO BELMONTE, Ana; PALOMO MARTÍNEZ, Jesús: “Los

puertos francos y su influencia en el mercado del arte”, *La Albolafia: Revista de Humanidades y Cultura*, N.º. 19, 2020 (Ejemplar dedicado a: En torno al 23-F), pp. 211-238

TOMÁS Y VALIENTE, Francisco, *Manual de Historia del Derecho español*, Tecnos, 2004, Madrid.

VICO BELMONTE, Ana: “El mercado de las subastas en el arte y el coleccionismo: desde sus orígenes a la actualidad”, *La inversión en bienes de colección*, Universidad Rey Juan Carlos, 2008, pp.1-23.

## 6. ANEXOS

### Anexo 1



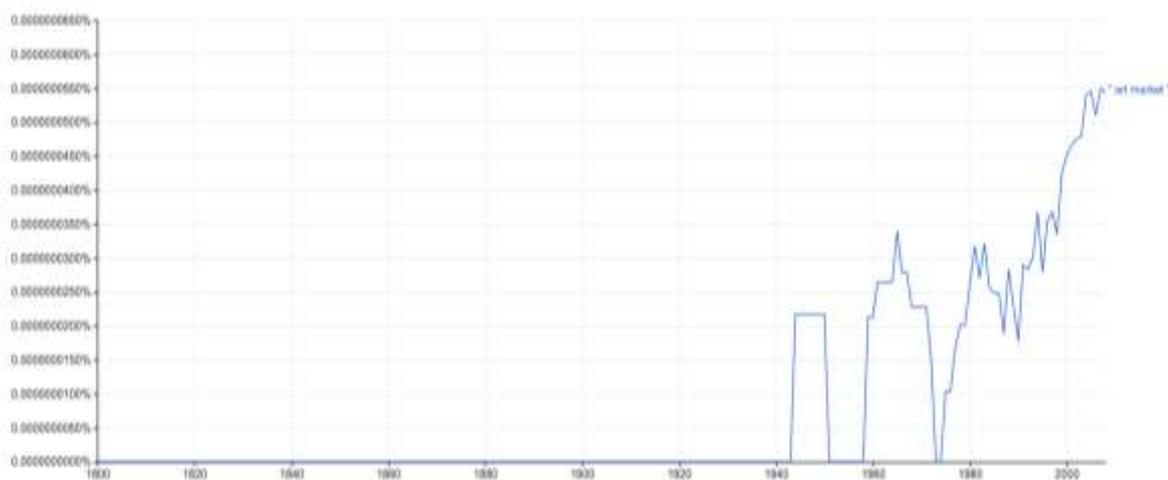
Tetradracma con la imagen de Alejandro, Dorico, Wikimedia Commons (Licencia CC-BY-SA 4.0).

### Anexo 2



Pintura realizada por Congo, el chimpancé. Wikimedia Commons (Dominio público).

Anexo 3



Fuente: Google Books, Ngram Viewer.

Anexo 4



Soledad Becerril, Ministra de Cultura, inaugura ARCO '82 – EFE