



# Arte y Mercado<sup>1</sup>

Jesús Ángel Martín Martín  
*Profesor de Filosofía*  
*I.E.S "Ramón y Cajal" (Valladolid)*

---

<sup>1</sup> Artículo cedido por el autor al Portal Iberoamericano de Gestión Cultural para su publicación en el *Boletín GC: Gestión Cultural N° 12: Mercado del Arte Contemporáneo*, junio de 2005. ISSN: 1697-073X.

Este escrito es un extracto del artículo "El arte Contemporáneo. Análisis de sus características y de la forma en que es percibido" publicado en *IdeaSapiens*:  
[www.ideasapiens.com/arte/estetica/arte%20contemporaneo%20percepcion\\_publico.htm](http://www.ideasapiens.com/arte/estetica/arte%20contemporaneo%20percepcion_publico.htm)

## Resumen

En este escrito, el autor reflexiona sobre algunas características del mercado del arte contemporáneo -la dependencia de la crítica y del mercado- partiendo de la premisa de que *"Como cualquier otra mercancía, el arte, sobre todo por sus cambios de valor que generalmente dependen de la crítica y de los marchantes que controlan las subastas, tampoco escapa a la especulación"*.

Otra de las razones que contribuyen al desarrollo de la crítica es que el número de artistas se ha elevado aceleradamente mientras el mercado del arte sigue siendo muy restringido. De ahí que se necesite una justificación del arte por encima de los propios artistas. Y esto nos abre a **otra de las características esenciales del arte contemporáneo: su dependencia de las leyes del mercado**. El artista no tiene otro remedio que aceptar esta situación en espera de que le llegue su turno para colgar su obra en los museos y figurar en los catálogos de arte. Mientras, siempre tiene la alternativa de cotizarse como artesano pintando para colgar en las paredes de los salones del coleccionista medio, que pagará sus cuadros a tanto el metro... Hasta tal punto es cierto que la categoría de un artista, vivo o muerto, depende de su nivel de cotización en los catálogos internacionales de arte y en las subastas. Por ello no se me ocurre mejor definición del arte que ésta: arte es lo que se vende -o se compra- como tal. Cuando se compra un objeto cuyo coste es superior al de los materiales de que consta, la plusvalía que se genera equivale a su valor artístico; dicho de otra forma, **el valor artístico se traduce hoy en valor económico**, así nada escapa a esta dependencia del dinero. Como cualquier otra mercancía, el arte, sobre todo por sus cambios de valor que generalmente dependen de la crítica y de los marchantes que controlan las subastas, tampoco escapa a la especulación. No hace mucho estuvieron de moda las noticias sobre los espectaculares precios que se habían pagado por algunos cuadros, especialmente los de algunos impresionistas.



Hasta ahora hablar del valor económico de un cuadro parecía contaminar su dimensión artística; sin embargo está claro que todo bien intelectual, o cultural, es también un bien económico y, además, hay ciertas garantías de que existe un paralelismo entre estos dos niveles. Es decir, que toda obra de arte, en cuanto bien económico, está sujeta a las leyes del mercado y su valor en ese campo es un buen indicador de su valor artístico. Cada vez hay más investigaciones que tratan el tema bajo esta perspectiva<sup>9</sup>. Ya Renoir afirmaba que el mejor indicador del valor de un cuadro es la sala de subastas; como las cualidades estéticas, especialmente en el arte contemporáneo, son valores subjetivos la teoría de la 'utilidad marginal' se muestra especialmente adecuada como instrumento de análisis del arte ya que permite objetivar su valor, es decir, traducir en términos de beneficios y costes la producción y adquisición de arte.

Como cualquier otro producto tampoco el arte escapa a la publicidad porque aunque sea un bien cultural tiene que ser rentabilizado. Prueba de ello es el aumento de la asistencia de público a museos, exposiciones y ferias de arte organizadas por los modernos comisarios de acuerdo con las reglas del marketing. Igual que en otros productos los gustos sociales condicionan la oferta y la demanda y, como en otros productos, a veces se venden a buen precio obras de ínfima calidad. El valor económico refleja los gustos de los individuos; pero a su vez esos gustos son producidos y transmitidos por la sociedad; y un instrumento importante para esta misión es la escuela. Ella resume los valores estéticos definidos por la crítica especializada y los enseña a los nuevos miembros de la sociedad; por eso cuando el ciudadano se enfrenta al arte está condicionado por esos gustos aprendidos. De ahí que nuestra admiración aumente o disminuya no sólo en función del cuadro, sino también porque 'sabemos' quién es el autor. Cómo se explica si no que todo el mundo, incluidos los críticos, inclinen su cabeza ante algunas falsificaciones hasta el momento que son descubiertas.

---

<sup>9</sup> Cfr. Grampp, W.D. *Pricing the Priceless*, etc.



Lo que es cierto es que la calidad del artista ha venido a estar en una relación directa con el precio a que vende sus productos, con lo cual los valores estéticos han pasado a depender fundamentalmente del mercado. Así es como han llegado a tener cabida dentro de las esferas del arte tantos proyectos distintos, como el diseño y la moda. Para quien piense lo contrario recomiendo una visita por las actuales ferias del arte, donde todas las actuaciones están dirigidas por la moda y el dinero. En ellas la mayor parte de las ventas se realizan entre las mismas galerías, de forma que en la próxima feria se colgarán las mismas obras con la única novedad de que éstas habrán doblado o triplicado su precio. Es decir, el arte viene a ser una nueva forma de inversión y de especulación pero, como en otros ámbitos de la economía, no hay trucos; el mercado está perfectamente controlado por las multinacionales del arte. Cabe preguntarse si las actividades de mecenazgo sobre el arte también podrían ser analizadas en términos económicos. La respuesta es sí, porque siempre se busca con ello un tipo de beneficio. Hoy tiene especial relevancia el mecenazgo de los gobiernos. ¿Por qué lo hacen? Por muchas razones, pero en general porque lo consideran un bien para el país. Todos están de acuerdo en que el arte clásico no debe venderse, como por ejemplo el arte egipcio, pero cuando el estado tiene bienes más urgentes que conseguir subordina el arte a éstos en su escala de valor.

Estas dos características del arte -la dependencia de la crítica y del mercado- están íntimamente ligadas con otra circunstancia inseparable del arte de hoy: el coleccionismo. El coleccionismo está condicionado por el mercado y a su vez por la crítica; pero cuando el coleccionista o la colección llegan a ser suficientemente importantes pueden ejercer una influencia decisiva en los otros aspectos. Además los marchantes, los profesionales del mercado internacional del arte y las multinacionales del arte, aumentan su poder con colecciones particulares que, generalmente, están orientadas a controlar el valor del arte, aunque por lo general un coleccionista bueno sabe combinar la habilidad para los negocios con el gusto por el arte.

