

Anticuarios, galerías y casas de subastas: La importancia de los agentes en el mercado del arte

Antique dealers, art galleries and auction houses: the importance of agents in the art market

Martínez Peláez, Agustín *

Fecha de terminación del trabajo: noviembre de 1998.

Fecha de aceptación por la revista: febrero de 1999.

C.D.U.: 7.07 (460) "18/19"

BIBLID [0210-962-X(1999); 30; 295-302]

RESUMEN

Galerías de arte, casas de subastas y anticuarios, compiten y se complementan, configurando en cada una de sus vertientes la actual red del mercado del arte en España. A remolque de los mismos agentes pero en países de mayor tradición mercantil, se abren unas posibilidades nuevas de mercado en este país que nunca antes se habían enfocado desde este punto de vista. Las opiniones acerca de la transparencia, tipología y trayectoria para el arte en este mercado es el punto fundamental que se pretende aclarar en la presente reseña.

Palabras clave: Galerías de arte; Mercado del arte; Subastas de obras de arte; Antigüedades; Coleccionismo.

Topónimos: España.

Período: Siglos 19, 20.

ABSTRACT

The art market in Spain is structured around art galleries, art dealers, auction firms, and antique dealers. In countries with a stronger tradition in art merchandising new possibilities have arisen, and these are also gradually being introduced in Spain, which has never been noted for its skill in the commercial aspect of art. This article aims to clarify such issues as those of the transparency, authenticity, typology and tradition of works of art on the open market.

Key words: Art galleries; Art market; Auctions of works of art; Antiques; Art collecting.

Toponym: Spain.

Period: 19th, 20th centuries.

* Alumno de Tercer Ciclo. Departamento de Historia del Arte. Universidad de Granada.

Cuando la década de los años sesenta se acercaba a su final (diez años después de que el famoso Plan de Estabilización de 1959 dijera su adiós definitivo a la política de autarquía, y aislamiento económico, propugnada por los teóricos y hombres públicos de la postguerra para aproximarse decididamente al modelo económico occidental) aparece en España, con marcada intención de permanecer, el negocio de las subastas de arte.

Sin embargo, no voy aquí y ahora a examinar o hacer historia de los posibles antecedentes del negocio de las subastas de arte, sino solamente reseñar que intentos anteriores a las fechas indicadas los hubo y que desconocieron el éxito. Partiendo de este dato, lo que pretendo es mostrar precisamente el despegue de este tipo de mercado en España, tanto con obras nacionales como internacionales, tratando de analizar de forma breve pero explícita sus instrumentos, agentes, trayectoria y situación actual.

Casi con total seguridad podría afirmar que el fracaso de los primeros intentos se debió a que, pese al sostenido nivel de calidad de la producción artística nacional, la raquítica capacidad adquisitiva, en los más amplios sectores de nuestra sociedad, no era capaz de reproducir, aunque fuera por mimetismo una actividad mercantil tan común en el exterior.

Como se explica en el texto de **Julián Castedo**¹ «tal fenómeno (el de la escasa curiosidad artística) puede explicarse perfectamente en función de tres constantes nítidamente definidas. Por un lado, la ausencia de dinero. Por otro, la escasa formación artística de la población, que sólo en sectores minoritarios —marchantes, coleccionistas y estudiosos— vivía su magnífica realidad. Y, finalmente, por falta de una burguesía con capacidad de inversión, lo que conducía a que exclusivamente la aristocracia pudiera permitirse el lujo de comprar, y lo cierto es que tampoco ésta adquiriría piezas del momento apegada como estaba a un pasado de Goyas, Zurbaranes y Madrazos. Era preciso, se imponía pues, un reactivo que acelerase el mercado artístico y que promocionase, al mismo tiempo, desde un plano rigurosamente comercial, los Julio Antonio, Pla, Solana, Riancho, Romero de Torres, Mir, Regoyos, etc. Hacía falta que nuestro poder adquisitivo se aliase al aditivo de un cauce de generalización del mundo artístico.

Un cauce que no fuera el tenderete del anticuario, por el que siempre hemos sentido un inexplicable temor de engaño o fraude, ni el de la galería de arte, cuya efectividad y misión exacta sólo ahora comenzamos a comprender. Las subastas iban a convertirse así en el mayor y mejor escaparate del arte, en su más amplificada noticia y en la constante de una época en la que, sin darnos cuenta, hemos pasado del silencio al ruido, de la incomprensión al reconocimiento y —ésta pudiera ser su vertiente negativa— del justiprecio del arte a su desorbitación».

No estoy de acuerdo con todo el texto, aunque la visión del panorama social del momento creo que es bastante fideligna. En este sentido, tengo que advertir que, efectivamente, las subastas de arte son, desde hace mucho tiempo y en muchos países occidentales, un hecho que podría ser calificado de simplemente habitual. En Inglaterra hay salas dedicadas a esta actividad con antigüedad de más de dos siglos. Las razones que completarían al texto anterior, según mi criterio, podrían buscarse en el simultáneo trasvase de capital entre el campo y la ciudad acaecido en esos mismos años. Ese flujo ha tenido efectos muy importantes: por un lado, ha multiplicado los puestos de trabajo en los sectores industriales y de

servicios, y por otro, ha producido una radical transformación de los hábitos de consumo e inversión, que si antes eran necesariamente agrarios, ahora son preferentemente urbanos. De este modo, el fatalismo, la austeridad en el consumo, el espíritu arraigado a lo tradicional, etc, que muchos sociólogos han estado atribuyendo a la vida social del medio rural, se han visto así paulatinamente sustituidos por la inquietud y la tiranía de la moda, el deseo y el lujo de cambio constante, factores todos propios del medio urbano que firmemente impone una intensa y continuada interacción social que en la práctica puede llegar a desencadenar oleadas de actos de consumo.

En otro orden, y también durante estos años, el país conoce una etapa de intensificación de los medios de comunicación social, al menos en su aspecto de divulgación, lo que no hace sino favorecer la permanente actualidad nacional de una serie de hechos, entre ellos el artístico. Hasta los años ochenta prácticamente, ésto resultaba imposible, dado que el mercado era mucho más fragmentario, mucho más aislado y casi siempre, como secreto. Todo ello propiciaba actividades intermediarias con frecuencia *non sanctas* más propias de estructuras mercantiles subdesarrolladas y que se amparaban, como es lógico, en una casi total falta de información general.

Nuestra historia más reciente ha reseñado muy lamentables casos de expoliación de la propiedad artística nacional, a veces de la propiedad artística religiosa, cuyo final ha sido la definitiva marcha al extranjero de pequeños o grandes tesoros vendidos. En el fondo, estos problemas no apuntaban sino a una grave y triste falta de información. Pienso que hoy los medios de comunicación, con su seguida atención a los sucesos artísticos de todo tipo, pueden ayudar mucho en orden a terminar con estos episodios.

Y una vez abierto el debate del fenómeno del mercado del arte, representado mayoritariamente en las casas de subastas, quisiera aproximarme en la medida de lo posible al terreno en el que se mueven éstas con respecto a las salas de exhibición y la venta directa de obras.

En principio, y observando el fenómeno artístico desde una distancia conveniente, se puede opinar que éste abarca dos territorios bastante delimitados: el primero, más extenso, comprende todo aquello que, a lo largo de la historia, ya ha sido creado por los artistas de otros tiempos y por los que, alcanzada una madurez generalmente admitida y «catalogada», todavía siguen vivos. El segundo territorio, que no por menos extenso cede interés al primero, tiene por protagonista la apasionante tarea de los que, mediante la experiencia atrevida, el esfuerzo investigador diario y generalmente mal recompensado y la búsqueda de nuevas vías, mantienen encendida la llama de lo artístico, convirtiéndole en testigo, y aún en guía de los condicionamientos sociales de cada momento. Es por tanto evidente la afirmación que el peculiar mundo de las subastas está, casi siempre, mucho más relacionado con la amplia parcela mencionada en primer lugar.

Establecidas estas dos zonas, pienso que sería seguramente pueril afirmar su absoluto divorcio; por lo que a Occidente respecta, y mientras no nazcan artistas sin necesidades que cubrir, hecho muy problemático, o se hagan realidad los postulados de aquellos filósofos, que la *Ciencia Política* bautizó con la denominación de socialistas utópicos, lo económico no dejará de ocupar un lugar, aunque no sea necesariamente el central, en el fenómeno artístico, como lo ocupa en otros campos del acontecer humano.

Pero incluso en el terreno de los juicios de valor, ¿sería exacto afirmar que el dinero se equivoca machaconamente y que solamente se interesa por obras carentes de mérito?. Pienso que la respuesta es clarísimamente no. Y la verdad es que, tomando el caso de España, por esos años en cuanto a la actividad del negocio de subastas, se puede observar que determinados pintores han alcanzado, de modo sistemático, gozosas cotizaciones, lo cual no supone en ningún caso que sus precios se hayan revalorizado o que estéticamente se haya reconsiderado el lugar que ocupan en la actualidad.

Así pues, no me aventuro mucho afirmando la escasísima, por no decir nula, influencia de las subastas de arte en el dominio de lo puramente estético. Personalmente quiero creer que afortunadamente el arte rechaza, por esencia, criterios de medición propios de otras actividades humanas y evita, de este modo, posibles manipulaciones. Ahora bien, por lo que a subastas respecta, debe decirse que es sumamente raro el que un artista envíe obra directamente desde su estudio a una de esas salas; en la gran mayoría de los casos, los autores de los trabajos que se subastan han fallecido, o son firmas consideradas maduras (como ya escribía al inicio), aunque puedan ser discutidas, ofrecidas por quienes las adquirieron en su día. Corresponde evidentemente el papel de comerciante para el arte contemporáneo, a las galerías de exhibición o de arte.

El trabajo de las galerías de arte, con venta directa posee, junto al aspecto económico, que comparte con anticuarios y subastadores, la diferencia de un *carácter creador* del que ellos carecen, apasionante por otro lado, porque en gran manera son verdaderos condicionadores del devenir artístico. Apenas se necesita más que ser un honrado comerciante, que ciertamente hoy en día, como siempre, no es poco, para ser un buen anticuario o subastador, en tanto que para ser un perfecto director de galería de arte se requiere, junto a la mencionada honradez comercial, las más variadas cualidades. Para nadie es secreto la importancia que han tenido y tienen, dentro y fuera de España, estas galerías a la hora de formar un gusto o subrayar el interés de éstos o aquéllos artistas.

Por tanto, puedo establecer y reiterar, volviendo al tema central, que la principal característica que distingue a las casas de subastas, no es otra que su nula responsabilidad artística; es decir, en las subastas podrán producirse, y de hecho se operan, revalorizaciones económicas de determinadas obras realmente espectaculares, pero es francamente difícil que ocurra en alguna de estas salas lo que se llama un descubrimiento, sin duda alguna, porque no discurren precisamente aquí los caminos que conducen, más o menos directamente, «a la corriente central del pensamiento y gusto artístico de una época» a la que me refería al inicio de este artículo.

Tales caminos se hallan alejados de estas zonas, donde lo comercial prima decididamente, aunque de las subastas se obtengan consecuencias favorables y clarificadoras para todos los aspectos económicos del fenómeno artístico, aspectos complejos e importantes en los países con economía de mercado. En cuanto a lo del «descubrimiento», sería ruinoso para un subastador por la sencilla razón de que las comisiones no alcanzarían cifras muy brillantes, aún en el caso de venderse, porque en su mayor parte, los clientes de subastas (dentro y fuera de España), prefieren la seguridad de una obra ampliamente considerada que arriesgarse y gastar muchísimo menos por lo que acaso algún día sea una pieza de excepción. De

esta suerte, galerías de arte y salas de subasta, lejos de hacerse la competencia, son agentes, elementos que se complementan admirablemente.

En este sentido, proliferan cuantiosas críticas, recesiones, artículos y menos aunque también, algún que otro libro, situando claramente la posición de cada una de estas formas de comercializar con el arte en las últimas décadas. Por ejemplo, ya en 1971 afirmaba **Ramón Faraldo**² que «las subastas son, por tanto necesarias. Ellas demuestran que esta clase de mercancía (las obras de arte) no recuerda a ninguna otra. Que el arte se da a quien quiere pagarlo, pero su misterio no pasa a ser de quien quiere, sino de quien puede. Hay, de todas formas, una familiarización entre gente y eternidad que la subasta establece. En último término, da igual comprar con fines de inversión, especulación, jactancia, juego o cariño. Lo interesante es que el arte circule, compita, acceda a ser de uno o de otro, penetre en las casas y quede en éstas a la expectativa de ser lanzado nuevamente cuando las circunstancias lo aconsejen. Estoy seguro de que algunos compradores de este tipo no podrán, cuando las circunstancias lo aconsejen, desprenderse de lo que adquirieron como acciones de bolsa o solares para el día de mañana».

De este párrafo es interesante destacar la alusión final que no hace sino confirmar lo que ya viene ocurriendo como una realidad en el mercado español del arte: la casi total desaparición mercantil de la mayor parte de las obras adjudicadas.

Este es un problema con el que, a pocos años de comenzar, ya se encontraron nuestros subastadores. Ocurre así que obras cuyo precio se ha doblado o triplicado, con respecto al de compra, no son ofrecidas por sus propietarios. Las razones son variadas; en primer lugar, porque no existe aún en el país, pese a lo que pudiera pensarse, una auténtica clase especuladora de arte. En segundo lugar, porque el coleccionismo español sigue siendo escaso, y está muy lejano a tocar su techo de «saturación estética» que llega con la posesión de cientos o miles de obras, como acontece en muchos países del resto de Europa, y en tercer lugar, porque el arte no es una mercancía cualquiera. Sin embargo, la actividad de subastas de arte sí es concurrente con el negocio de los anticuarios. Ahora bien, ambas actividades no se excluyen, como cumplidamente lo proclama su más centenaria coexistencia, en varios países; efectivamente las dos coinciden en la razón de la materia que es objeto de su trabajo: pintura de artistas muertos y muy claramente clasificados en la actualidad. Entre estas dos instituciones, la mayoría de críticos y expertos se decantan por la labor de las casas de subastas. El anticuario tiene como ventaja para el cliente su permanencia diaria, pero frente a esto, la subasta opone como ventaja su enorme diafanidad. El objeto ofrecido arranca casi siempre de un mismo punto, el precio de salida, que es igual para todo el mundo sin posibilidad de regateo.

La subasta es, por principio, el menos secreto o nebuloso de los negocios, porque aunque, en definitiva sean dos las partes contratantes, el proceso y el conocimiento de los resultados obtenidos, son de dominio general. Se comienza por saber el precio de salida y se concluye por la divulgación del de venta.

También por tanto, puede afirmarse en principio, que la tienda de antigüedades corresponde a una idea más tradicional, personalista y fragmentaria del comercio del arte, siendo por el contrario, la subasta un medio mucho más ágil, abierto y con posibilidades de todo orden netamente superiores.

En resumen, tratada como pura técnica comercial, la subasta, como todo mercado que pugna por ser abierto hasta el máximo, está llamada a lograr situaciones de mayor armonía entre oferta y demanda, acordando el mayor número posible de oferentes por el mayor número posible de demandantes, e intentando corregir situaciones de mercado menos perfectas.

Aunque ciertamente el alcanzar una situación óptima de mercado sea un hecho problemático, no debe negarse que las subastas pueden contribuir a ello, pues una de sus notas más favorables, y que proclama su superioridad sobre el anticuario, es lo prácticamente ilimitado de sus fondos artístico-comerciales; todas las obras existentes, con posibilidad legal de ser enajenadas en un determinado país o países, en un determinado momento porque todo el mundo es posible vendedor o comprador, en tanto que los fondos del anticuariado, de comercialización más pasiva, se limitan a lo que van adquiriendo, a sus propios stocks. Otro tanto ocurre con referencia al espectro de las personas, susceptibles de vender o comprar, que se ensancha teóricamente hasta el infinito, y que siempre es más provechoso para la dinámica de un mercado, que el celebrar estrictas operaciones bilaterales, de carácter recatado y semisecreto y que acaso tarden mucho en volver a repetirse.

Podría establecer, después de estas diferenciaciones, que a la hora de invertir, sea cual sea la vía o agente para ello, pueden distinguirse al menos dos tendencias: una, la meramente artística, que no pretende el lucro, y que lleva a crear y a adquirir arte sin tener como meta única la especulación; otra, la de aquellos que, únicamente, pretenden especular, los que no vibran ante una manifestación artística, lo que no calibran (por su calidad) lo que colocan en sus paredes, lo que no pretenden ni por asomo, constituir un museo particular para deleite de los sentidos e incrementar o patrocinar el patrimonio cultural colectivo.

Todo ello da para una redacción tan extensa que, sumando igualmente la trayectoria artística y mercantil de las obras de determinados artistas, dará como resultado próximamente la publicación de una memoria de licenciatura de la que yo mismo soy autor, y de la que sintetizando, extraigo las siguientes conclusiones generales acerca del mercado del arte y de la inversión asimismo en obras de arte:

Es evidente que en nuestro país, los gustos así como los hábitos de consumo y los de inversión, han variado ostensiblemente, adaptándose cada vez más a las características de los medios y necesidades propios de los países industrializados. La austeridad y el espíritu arraigado a lo tradicional, se han visto sustituidos, en relativamente pocos años, por la tiranía de las modas, los deseos de lujo, de cambio constante, de emulación y, todo ello, ha llevado consigo arrebatos generalizados de sed de consumo —tan propiciada por otra parte, por las propias disposiciones oficiales—.

La persistente inflación y la profunda crisis padecida hasta hace relativamente pocos años, han provocado la perentoria necesidad de no dejar inmóvil el dinero por la evidente pérdida del valor adquisitivo de las masas monetarias. Consiguientemente, el ahorro se hizo, por tanto, imposible, hasta el punto que prácticamente desapareció la en otros tiempos tradicional y habitual disposición al mismo.

Ante tal situación, fue preciso buscar nuevos objetos de inversión, intentando así diversificar riesgos ante un marco económico tan inestable como preocupante que, de momento, no tiene visos de mejorar sustancialmente.

A lo largo de estas escuetas líneas, entre otras cosas, he desarrollado mínimamente la idea de la idoneidad de las obras de arte como objeto de inversión destacando, como prueba de ello, la proliferación de galerías, salas de subastas, anticuarios, fondos de arte, etc, así como las revalorizaciones y plusvalías que las mismas ofrecen, satisfaciendo, al menos a medio y largo plazo, las condiciones ideales de una buena inversión, o sea: rentabilidad, seguridad, fiabilidad y liquidabilidad.

De entre los citados canales de distribución y venta de este mercado del arte, las galerías de exposición, a la vez que pueden erigirse en condicionantes y forjadores del porvenir artístico, ofrecen una mayor regularidad y seguridad en la evolución de sus cotizaciones, a la vez que, sus precios suelen ser más asequibles.

Una obra de arte suele ser una *pieza única* y, una producción artística, está sujeta a un número más o menos extenso, pero limitado. Tales características constituyen la explicación del éxito de las obras de arte, las antigüedades e, incluso, la filatelia y la numismática, que se revalorizan por su calidad, rareza y escasez.

La revalorización de las obras de arte aventaja, considerablemente, a las del oro y la plata, y a los índices de la Bolsa, superando ampliamente a la inflación más alarmante e imprevista, y ello suele hacerlo sostenida y consistentemente.

Los coleccionistas e inversores, cada día más numerosos, son conscientes de que, al placer de poseer una obra de arte, se une una protección contra la erosión monetaria y, a la vez, la posibilidad de conseguir sustanciosas plusvalías. Por otra parte, las obras de arte siempre han sido consideradas como indispensables en la mayor parte de las civilizaciones, acompañando al ser humano desde los tiempos más remotos.

La incidencia de las medidas fiscales en este mercado es altamente decisiva. Los impuestos consiguieron destruir el mercado de París. Las medidas fiscales de protección serían las que completarían en España un mercado del arte sin balbuceos, firme y floreciente, como ocurre en Inglaterra o en algunos lugares de Estados Unidos.

Por último, advertir que el mercado del arte existirá mientras el hombre siga comprando y vendiendo, al igual que ha venido ocurriendo desde los principios de la civilización; mientras siga siendo consustancial con la humanidad la afición al coleccionismo; mientras el hombre siga precisando símbolos de *status*; mientras según qué roles sociales lo exijan; mientras sea preciso preservar los ahorros de la inflación, y mientras exista la necesidad, y el placer, de decorar los hogares, edificios y lugares públicos con signos y manifestaciones de la cultura de cada época y cada pueblo.

NOTAS

1. CASTEDO MOYA, Julián. *Cinco años de subastas en Durán (1969-1974)*. Madrid: Ibérico Europeo de Ediciones, 1974, pp. 11-12.

2. FARALDO, Ramón. «La necesidad de las subastas». *Diario YA* (7 de Junio, 1971), p. 34.

BIBLIOGRAFIA

- CASTEDO MOYA, Julián. *Cinco años de subastas en Durán (1969-1974)*. Madrid: Ibérico Europea de Ediciones, 1974, pp. 13-20.
- FARALDO, Ramón. «La necesidad de las subastas». *Diario YA*, (7 de Junio, 1971), p. 34.
- FARRIOLS VIADER, Enrique. *La inversión en las obras de arte. Estudio cuantitativo de la comercialización de las obras de arte*. Barcelona: Universidad, 1980, pp. 158-165.
- LOPEZ, Javier. «Análisis: Subastas nacionales, histórico comienzo de año». *Galería Antiquaria*, 4 (1998), pp. 84-85. PORTUS, Javier. *Mercado del arte y coleccionismo en España (1980-1995)*. Madrid: ICO, 1996, pp. 13-62.
- RAMIREZ, Juan Antonio. *Ecosistema y explosión de las artes*. Barcelona: Anagrama, 1994, pp. 31-69.
- STOLZ, George. «El mercado del arte: entrevista con Robin Cembalest y Amy Fussleman». *ArcoNoticias*, 17 (1998), pp. 28-29.