



## Análisis de los aspectos relevantes en la valorización de las obras de arte

Guadalupe Alejandrina Uribe Ibarra  
Asesor: Sergio Ernesto Medina Cuéllar  
Universidad de Guanajuato

### Resumen

Este trabajo muestra las ideas principales de múltiples autores sobre los factores que le dan valor al arte aplicado en obras visuales pictóricas excluyendo las litografías y artículos a escala o copias autenticadas, el estudio se basará y explicará los factores cuantitativos o comprobables, solo se hará mención de los factores subjetivos de la obra como la estética o la belleza.

El objetivo es entender qué es lo que hace que estas obras tengan un precio de mercado tan grande, se espera que esto ayude a concientizar al comprador y al vendedor y evite entrar en el mercado de arte comprando obras en base a la especulación.

### Introducción

Los cambios son más que evidentes en el mercado convencional, desde la forma de pago hasta la forma de producción, en el caso del arte también ha habido modificaciones, según relata Leticia A. Pérez-Calero Sánchez (2011) la relación artista-comprador era directa, el comprador hacía el encargo y se pactaba un precio y fecha, adquiridos por vanidad o placer pero nunca por negocio (Díaz Amunárriz, (2016), ya en el siglo XIX la relación directa se rompe, el artista empieza a trabajar para un comprador que aún no conoce y los intermediarios le ayudarán a llegar a este ente sin cara. De acuerdo a Benjamín Valdivia (2007) existen tres momentos en el orden histórico del arte, en el primer tiempo se podía concebir la verdad sensible de la obra, bastaba con observarlo para que la persona tuviera la certeza inmediata de si lo contemplado gustaba o no; el segundo momento fragmenta esta unidad haciendo desaparecer la belleza como



valor básico de lo artístico, el espectador empieza a hacer preguntas sobre qué es lo que está percibiendo, pero aun así el artista mantiene la ética de producir su propia obra ;esta situación cambia drásticamente en el 3r momento, el concepto ya no se reúne armoniosamente con la obra y requieren la “propuesta” para que el espectador entienda qué es lo que percibe, incluso la ética se rompe y se presentan objetos fabricados por un tercero.

Estas situaciones son resultado del paso del tiempo hasta la actualidad y este escrito pretende encontrar los factores que le agregan valor a las obras de arte dentro del mercado del arte tras todo este cambio.

### **Objetivos**

Se pretende tener una concepción del valor y valorización del arte desde el punto de vista de múltiples autores desde las ideas generales a las más específicas de la obra de arte y cómo se valoriza por el ambiente en que se encuentra y el aprovechamiento de este por el artista.

### **Justificación**

El mercado del arte se encuentra en una situación caótica las compras de estos objetos están mayormente influenciadas por la especulación y no por la valoración consiente de todos aquellos aspectos objetivos y subjetivos representados en la obra, es decir el comprador no entiende los atributos por los que está pagando y el artista no comprende lo que vale su obra ni en donde o cómo venderla, ésta situación de desconocimiento provoca una infra-valorización y sobre-valorización de las obras ayudando a inflar y hacer estallar la burbuja económica del arte en la que nos encontramos la cual, de acuerdo a Sergio Gómez-Tagle (distinguido Mercadólogo, empresario, productor y consultor) estallará en 2028 desplomando el mercado del arte contemporáneo e indicando que no hay tanto dinero ni tantas personas para comprar ese arte (2019) las obras tardarán más tiempo en venderse y la gente estará menos dispuesta a comprarla. ,

### **Metodología**

Para este trabajo se utilizará el método sistémico ya que se pretende determinar los componentes que le dan valor a las obras de arte así como entender la



relación que hay entre ellos ayudando a comprender cómo se estructura el valor y la dinámica que juega en el mercado del arte.

Se tomarán en cuenta las obras plásticas con especial énfasis en la pintura, el valor en forma de precio a lo largo del tiempo es importante para la investigación por lo tanto aquellas obras cuyas reproducciones son igualmente auténticas se descartarán como es el caso de las litografías cuya impresión y grabado puede hacerse numerosas veces y cada una de ellas son originales.

### **Resultados**

Marx en su conocida obra “El capital” (1867) declara que el valor de un objeto estará en función de la cantidad de trabajo necesario para producirlo (considerando las condiciones sociales y técnicas), sin embargo Böhm-Bawerk (1966) considera que no todo el trabajo aplicado le agrega valor al objeto por lo que la ganancia (como magnitud del valor) no está necesariamente creado por el trabajo. Las mercancías de acuerdo a Marx poseen un valor de uso (cualidad subjetiva del objeto que la hace útil) y un valor de cambio (relación cuantitativa donde se cambian los valores de uso por otras), hay que recalcar que el valor de uso no determina el valor de cambio, pero este último funge como la relación cuantitativa proporcional para hacer el cambio, si un objeto tiene ambos lo podremos considerar como mercancía, una gran parte de las obras de arte carecen de un valor de uso práctico pero con potencial estético y otras es discutible que posean siquiera este último, como es el caso de la obra titulada “La gran curva roja” por Ellsworth Kelly y subastada por Christie’s en 4.4 millones de dólares, esta pintura representa una sección de círculo rojo sobre fondo blanco.

Para Max un objeto útil es la materialización del trabajo humano abstracto y este se cuantificará dependiendo del tiempo de trabajo socialmente requerido por otro lado José Medraño (2012) considera que esta forma social en las obras artísticas no está compuesta solamente por sus respectivos materiales de creación, si no por las galerías de arte, editoriales, museos etc. un camino sinuoso que deberán de recorrer las obras de arte según Milton a luz de Marx , solo en el momento en que la persona decida y adquiera la obra entonces será considerada mercancía.

.



Para hacer el intercambio de mercancías es más que conocido el dinero el cual funge como unidad de medida constante del valor y que ayudará como traductor del valor en un objeto (Cuevas, 1981); pero en el caso de las obras de arte su precio (en dinero) no estará en relación con los costes si no por la demanda del mercado movido por aspectos mayormente subjetivos y cualidades estéticas que serán otorgados por cada artista y el ambiente, aunque recordemos que la última decisión será tomada por el comprador y sus preferencias basadas en la forma, colores, rareza e ingenuidad (Smith, 1994) para los casos poco comunes la intensidad del deseo y la capacidad adquisitiva del comprador serán factores decisivos al momento de aceptar la transacción.

De acuerdo a José Medraño (2012) y Antonio Negri (2000) el arte no puede ser medido de acuerdo a la clásica ley laboral del valor (donde el valor depende de la cantidad de trabajo incorporado) pues en él reside además valor cognitivo como la creatividad, imaginación o la libertad que otorga el artista, el cual de acuerdo a Zola (1989), será implícitamente un trabajador capaz de crear valor y vender su fuerza de trabajo artística gracias a los canales de distribución capitalista, aunque para José Medraño (2012) lo que el artista vende no es su capacidad de transformar su fuerza de trabajo si no el producto resultante, este proceso no lo hace al artista un comerciante ya que no está cumpliendo con la regla de comprar barato para vender caro.

“La falsificación de obras de arte es un negocio muy fructífero. Diversas esculturas, pinturas y otras piezas artísticas han sido tomadas como base por cárteles de falsificadores que las copian, rehacen y venden como originales”, explicó la museógrafa Leticia Sánchez (Reyes, 2013), la autenticación de una obra pretende reafirmar el origen y autoría de la obra (Díaz, 1970), este proceso puede ser efectuado por galeristas, académicos, expertos, los propios artistas, sus familiares, colaboradores etc. ya sea a título individual o agrupados y amparados por museos, asociaciones, fundaciones y otras entidades, quien sea el responsable debe de considerar en primer término las características físicas de la obra (técnica utilizada, fecha de realización, dimensiones, materiales, firma,



restauraciones, sí se trata de una obra única o seriada) de manera presencial; así mismo se indagará de todo aquello que ayude a dar la relación del pretendido autor con la obra y actual dueño, en la actualidad es común facilitar este proceso mediante un certificado de autenticidad escrito por un experto y organización. Debemos comprender que tanta formalidad y atención al detalle para demostrar el carácter único de la pieza está fundamentada en el derrame económico que falsificadores como John Myatt pueden provocar, esta persona creo cerca de 200 falsificaciones que fueron vendidas en las casas de subastas más importantes como Sotheby's y Christie, de estas solo se han identificado 60 piezas, por lo que los expertos pueden llegar a hacer un proceso visual y mental enfocado en el tipo de pinceladas, la composición de formas, utilización de espacio y materiales, pruebas grafológicas en las firmas etc. la mezcla de todos estos detalles ofrecen una obra de arte única e irrepetible nos dice Montero Muradas I. (1995) y el mercado busca y valora estas características que además resalten el sello personal del autor, algunos artistas se han aprovechado del valor de su firma como es el caso de Stephen Boggs o de Salvador Dalí quién llegó a pagar sus cuentas con cheque que además tenía un dibujo en la parte de atrás, él sabía que el poseedor del talón nunca se desharía de una obra del prestigioso pintor y por lo tanto no haría efectivo el cheque, claro que esta treta sólo es posible si la cultura colectiva reconoce a la persona y su producto como artista y obra de arte respectivamente, para llegar a este punto su renombre dependerá de un externo con influencia colectiva.

Al mencionar este carácter de único e irrepetible estaremos cayendo en cuenta de cómo el arte obedece la ley de la oferta y de la demanda en donde el precio aumentará mientras menos obras existan de ese tipo, por lo que diversos artistas optan por seriar sus obras o colecciones dándole un número a la oferta.

De acuerdo a Sergio T. (2019) y Patricia S. (2017) una mayor superficie o tamaño implica un mayor valor unitario, con excepción del arte molecular (debido a su complejidad), ya que estos requerirán un mayor cuidado en la exhibición, manipulación y transporte de la obra, estos mismos aspectos serán importantes al



momento de ponderar su edad, pues el paso del tiempo y una mala conservación hacen más débil a la pintura e incluso al soporte (muro, tabla, lienzo, etc.) lo cual lo hace más delicado al movimiento y susceptible a un barniz quebradizo, rasgado, levantado o con cambios de color; de manera que una pintura en buen estado suma puntos a su valor.

La edad de una obra podrá comprobarse mediante análisis químicos ya que el soporte y la pintura puede ofrecer pruebas de su época, por ejemplo las cuevas fueron los primeros soportes del arte, en el renacimiento se incorporó el lienzo, e lino o cáñamo, aunque había quienes usaban telas más raras como la seda, el tapiz, el terciopelo, raso y satén, en la pintura mural y otros medios más excéntricos puede usar el zinc, pizarra, marfil vidrio, pergamino o incluso el mismo cuerpo humano. Pero no hay que olvidar lo el pasado nos quiere decir, lo que el autor se empeñó en plasmar de forma simbólica como representación de sus épocas, ya sea mediante la insinuación de valores, prejuicios, pensamientos o conocimientos vigentes de su tiempo (Moreno, 2009) y sobre todo son mercancías irrepetibles con autores finados y una oferta estática en comparación de la creciente cantidad de obras de arte postmoderno o contemporáneo.

Christie's y Sotheby's son las dos casa de subastas más importantes a nivel mundial, su objetivo es maximizar las ganancias o utilidades de la venta pujando a partir de un precio de salida, de acuerdo a Cabrera S. (Sin fecha) las subastas son las culpables de que los precios de desorbiten, si hay alguien que quiera adquirir la obra y además puede pagarlo entonces la venta de concertará, si este sistema influenciado mayormente por el Status y el calor del momento en lugar del análisis concienzudo de la obra no es suficiente, las casa de subastas han empezado a implementar préstamos de hasta mil millones de dólares a quien esté decidido a adquirir la obra, lo cual incluso rompe la idea del mejor postor.

Si la obra participa en una casa de subasta y es vendida (e incluso si no lo es) el simple hecho de haber sido admitida y evaluada por la subastadora le agregará valor por la trayectoria que esta genera (Tagle, 2019), además de que su valuación está asentada ahora por un ente de prestigio que también puede tener



la forma de colecciones, galerías, museos, ferias, exposiciones o referencias de literatura, quienes han reconocido su potencial y los han considera dignos de adicionarlas a su establecimiento (Díaz M., 1970), claro que este recorrido también debe de ser comprobable mediante papeles, etiquetas, catálogos etc.

El museo puede considerarse la memoria de la sociedad, forma parte de la cadena del valor del arte custodiando las obras, la memoria cultural, atesorando y al mismo tiempo difundiendo al gran público la obra de arte y la trayectoria de los artistas. (Amílcar, F., 2016) de acuerdo a Bustamante & Diana (sin fecha) los más importantes museos se originaron a partir de las colecciones privadas de gente con los medios para pagar por las obras como la aristocracia y las personas de la realeza, las colecciones suelen ser vistas como una inversión a largo plazo con ganancias estables, México cuenta con 60 coleccionistas formales entre ellos el creado por la fundación Jumex cuya misión además es promover la cultura, posee miles de piezas de arte contemporáneo nacionales e internacionales, la colección de Coppel iniciada en 1990 administran su acervo y realizan programas de investigación y promoción del arte en México (El economista, 2018).

Los coleccionistas solo son influyentes dentro de la cadena de valor cuando poseen una cantidad importante de obras que además de preocupen por atesorar y preservar, suelen (aunque no todos) estar motivados por la belleza lo que los lleva a la “acumulación” en sus bóvedas por otra parte el inversionista no atesora, compra para vender y obtener utilidad, concreta las transacciones, especifica el precio y por tanto el valor en el mercado.

Hay un ente que mezcla el aspecto cultural y económico, la galería de arte comercial es una empresa que al igual que otro negocio su fin es la rentabilidad al comerciar la obra con quien le sea de interés (Díaz Amunárriz, n.d.) al mismo tiempo que permite la entrada a la sociedad para visitar y contemplar las exposiciones, la galería ofrece garantía del valor de la obra que es expuesta y del artista, forma parte fundamental de la distribución artística y será el primer filtro que los artistas enfrentan para entrar en el mercado (Tagle, 2019)



Hay intermediarios que ofrecen valor por el hecho de que la obra de mueva en el mercado, en este proceso está la curatoría muy parecida a la crítica, investiga la producción de artistas plásticos y organiza salones y exposiciones de las obras en los museos, galerías y ferias de arte, al ser incluida la obra crecerá su historial; El marchante es parecido a un promotor de nuevas compañías, investiga sobre las obras y artistas que puede “colocar en el mercado” por ofrecer una propuesta estética nueva e importante, buscan al comprador apropiado; la feria de arte es un mercado con demandantes y oferentes donde galerías y marchantes ofrecen las obras a coleccionistas, inversionistas e instituciones interesadas, conglomerada a conferencistas, curadores y especialistas haciendo posible una acercamiento al público no especializado con el mundo del arte y estimulando el gusto y apreciación del arte además promueven los negocios colaterales de hotelería, pasajes y turismo en general (Amílcar, 2016)

### **Conclusiones**

Las obras de arte obedecen múltiples factores que enaltecen o disminuyen su valor de una forma distinta que otros artículos del mercado, podremos catalogar estos aspectos en tres grandes grupos que le confieren un valor distinto que ayudará a la valuación: El valor objetivo estará constituido por los costos de producción, gastos de manipulación y logística, además de comisiones por servicios y eventos adicionales necesarios para la comercialización, todo esto es fácilmente cuantificable y reflejado en el precio de venta o martillo; por otra parte el valor subjetivo estará compuesto por la opinión particular y general que los componentes de la cadena de valor generan sobre la obra y termina influyendo en el comprador como es la exaltación de la reputación del artista, historia y procedencia de la obra así como el prestigio del lugar de venta de la obra; a su vez el valor del mercado tendrá en cuenta los factores que influyen en la oferta y la demanda del producto, por ejemplo si la obra es un artículo auténtico del autor descrito, su grado de rareza, la cantidad de obras similares en el mercado, su conservación a través del tiempo e incluso el tipo de subasta en el que se venda.



## Referencias

Amílcar, F. (2016). *La cadena de valor en el mercado de las artes visuales*. Fundación Miguel Unamuno y Jugo, 4–23.

Amunárriz, C. (2016). *La gestión de las galerías de arte* (Acerca, ed.). Madrid: Coopeación española.

Bomh, B. & E. von. "Karl Marx and the close of his System", Edited by Paul M. Sweezy. August M. Kelly Publishers, N. Y., 1966. *La versión española de este artículo se encuentra en "Economía Burguesa y Economía Socialista", Cuadernos de Pasado y Presente, No. 49.*

Bustamante, Y., & Diana, P. (n.d.). *Fundaciones y Coleccionismo: Experiencias y Tendencias*, 190–211.

Cabrera González, S. (n.d.). *La mercancía exquisita. Breves notas para todos aquellos que se preguntan quién pone el precio*. [online] <http://asri.eumed.net>. Available at: <http://asri.eumed.net/0/scg.html> [Accessed 2 Nov. 2018].

Conservación y restauración. (2019, junio 6). EcuRed, . Consultado el 02:45, noviembre 7, 2019 en [https://www.ecured.cu/index.php?title=Conservaci%C3%B3n\\_y\\_restauraci%C3%B3n&oldid=3403405](https://www.ecured.cu/index.php?title=Conservaci%C3%B3n_y_restauraci%C3%B3n&oldid=3403405).

Cuevas, H. (1981). *Valor y precio en Marx*. Cuadernos de Economía ( Santafé de Bogotá ), 1(3), 69–81.

Díaz, M. A. (1970). *La restauración de las obras de arte*. *Bellas Artes*, (6), 29–36.

*El artista que pagaba con los billetes que dibujaba*. (2014). Retrieved 28 October 2019, from <https://blogs.publico.es/strambotic/2014/09/fun-hundred-dollars/>

Lazzarato, M. & Antonio Negri, A. (2001) *Trabajo inmaterial. Formas de vida y producción de subjetividad*. Río de Janeiro: DP&A Editora,

Marx, K. (1975). *El Capital*. Tomo I, Vol. II. 392. Vol. I, Libro II.

Medraño, J. M. (2012). *El valor de las obras de arte desde una perspectiva marxista*. *Ensayos de Economía*, (40), 205–218.



- Moreno, J. M. (2009). *Obras de arte y testimonios históricos: una aproximación al objeto artístico como representación cultural de la época*. Sociológica, 24(71), 47–87.
- Muradas, I. M. (1994). *Un modelo de valoración de obras de arte*.
- Patricia, S. (2017). *Metodología de valoración de obras de arte pictóricas*. 39.
- Pérez, L.A. & Sánchez (2011). Mercado del arte e intermediarios : 23(1996), 537–550.
- Quiroga (2018). *Ocho mexicanos, entre los más grandes coleccionistas*. Recuperado el 30 de octubre de 2019, de <https://www.eleconomista.com.mx/arteseideas/Ocho-mexicanos-entre-los-mas-grandes-coleccionistas-20180916-0065.html>
- Reyes, J. (2013). *Virutas de embalaje*. Recuperado el 16 de octubre de 2019, de <https://www.excelsior.com.mx/>
- Smith, A. (1994). *La riqueza de las naciones*. Madrid: Alianza Editorial.
- Statista (July 31, 2018). *Christie's and Sotheby's auction sales worldwide from 2000 to 2017, by category (in billion U.S. dollars) In Statista*. <https://www.statista.com/statistics/325747/distribution-of-christies-and-sothebys-auction-sales-by-category/>
- Tagle, S. (2019). *¿Cuánto vale mi trabajo y cuanto cobrar por mi obra?*. Conferencia llevada a cabo en el Museo de arte contemporáneo, Primer Deposito en Guanajuato, Gto.
- Valdivia, B. (2007). *Los objetos Meta-Artísticos y otros ensayos sobre la sensibilidad contemporánea*. Zacatecas: Azafrán y cinabrio ediciones
- Zola, E. (1989). *El dinero en la literatura. E. El Naturalismo. Ensayos, manifiestos y artículos polémicos sobre la estética naturalista*. Barcelona: Península.