



Universidad de Valladolid

Facultad de Ciencias Económicas
y Empresariales

Grado en Derecho y Administración y
Dirección de Empresas

Fortuna y mecenazgo

Presentado por:

Fernando Barrientos de Alaiz

Tutelado por:

Pedro Pablo Ortúñez Goicolea

Valladolid, 30 de junio de 2016

RESUMEN DEL TRABAJO

En este trabajo se hace un estudio de la institución del mecenazgo, con especial atención a su desarrollo durante los denominados Siglos de Oro de las artes españolas, siguiendo siempre un punto de vista económico y entendiendo el arte como un sector económico más. Tomando como referencia a la Monarquía y a la Iglesia como principales mecenas. Además de analizar las diversas concepciones existentes de esta figura y de la relación que ostentaban esos mecenas con los artistas. Se ha desarrollado la idea de cómo los mecenas han influido en el desarrollo del arte a lo largo de la historia provocando incluso la creación de nuevos estilos artísticos. Así mismo también se incluye un análisis de las formas de contratación más habituales y de la relación jurídica que se establecía entre mecenas y pintor; de igual forma se hace un acercamiento al arte como medio de inversión más allá de su utilidad visual. Por último, se hace una breve mención de la situación actual del mecenazgo atendiendo a cuáles son sus principales formas hoy en día y como son impulsadas desde el Estado. Se trata de una visión de cómo el mecenazgo artístico ha provocado cambios directos en el desarrollo de esta actividad, institución sin la cual el mundo artístico no sería tal y como lo conocemos.

PALABRAS CLAVE: Mecenazgo, demanda de arte, cambios artísticos e Inversión.

CLASIFICACIÓN JEL: D84, N30, Z11.

ABSTRACT

This essay analyzes the institution of patronage, focusing in its development during the period known as “Siglos de Oro” of Spanish arts. We followed an economical point of view understanding the art as a regular economic area, which special attention to the Church and Monarchy. Furthermore we study the range of definitions that this figure has and the relationship between painter and patron. It also includes a review of how the patron has affected the art even creating new art styles.

We have investigated the typical ways of contract in the world of arts and the legal relationship among painter and patron, who used the art as an investment vehicle beyond its visual utility. Finally, we make a short description of the current situations heed the main ways to patronage and how the Government encourages it.

It is a global vision of how the demand of art has provoked direct changes in the development of this activity.

KEY WORDS: Patronage, demand of art, artistic changes and investment.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. INTRODUCCIÓN.....	3
2. CONCEPTO DE MECENAZGO	5
2.1. CONCEPCIONES	5
2.2. MECENAS COMO COMPRADOR DE ARTE	5
2.3. PREFERENCIAS DEL ARTISTA	6
3. EL MECENAZGO EN LOS SIGLOS DE ORO.....	7
3.1. MECENAZGO REAL.....	8
3.2. LA INFLUENCIA DE LOS MECENAS EN EL ARTE.....	10
3.2.1. Los Austrias Mayores	12
3.2.2. La Iglesia	13
3.2.3. Contraposición Florencia-España.....	14
3.4 EL ARTE COMO MEDIO DE PROPAGANDA	15
4. ARTE Y ECONOMÍA	17
4.1. FORMAS DE CONTRATACIÓN	17
4.2. NUEVAS CLASES Y CAMBIOS ESTILÍSTICOS	21
4.3. ARTE COMO MEDIO DE INVERSIÓN	24
4.3.1. Los riesgos de invertir en arte.....	29
4.3.2. Invertir en arte.....	30
5. SITUACIÓN ACTUAL.....	31
5.1. MECENAZGO ESTATAL Y MUSEOS	31
5.2. GRANDES FORTUNAS.....	34
5.3. EL MERCADO DEL ARTE	35
6. CONCLUSIONES	37
7. BIBLIOGRAFÍA.....	39
7.1. WEBGRAFÍA.....	40

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Ilustración 1. El retrato ecuestre de Carlos V (Tiziano).....	10
Ilustración 2. El Martirio de San Mauricio (El Greco).....	17
Ilustración 3. La fragua de Vulcano (Velázquez).....	19
Ilustración 4. Number 17 ^a (Pollock).....	24
Ilustración 5. El canto de la alondra (Jules Breton).....	26
Cuadro 1. Comparación entre la rentabilidad de diversos instrumentos de inversión entre los años 1995 y 2007.....	27

1. INTRODUCCIÓN

Este trabajo pretende hacer un estudio de la principal forma de financiación del arte a lo largo de la historia: el mecenazgo. Este es un concepto amplio y difuso que se intentará definir y concretar más adelante. Hay que decir que se tratará el arte desde un punto de vista económico tomando las obras como bienes en el mercado y a los artistas como productores y, por lo tanto, oferentes; no sin olvidar las especialidades que conlleva este sector que no puede ser asimilado a otros como pueda ser el automovilístico o el bancario, debido al comportamiento que suelen adoptar los artistas. Estos no actúan siempre guiados por motivos económicos sino que muchas veces buscan experimentar en vez de cumplir con los deseos de la demanda.

Se trata de ver, a lo largo de este estudio, cómo el mercado ha influido en el arte, cómo han sido los demandantes (los mecenas) quienes han permitido su desarrollo y por qué los artistas que mejor se han adaptado a las peticiones de estos sujetos son los que han logrado un mayor éxito por regla general. Todo esto sin olvidar que, como consecuencia de la singularidad de esta disciplina, no se pueden hacer afirmaciones absolutas o categóricas sino meras generalizaciones de patrones y comportamientos que se han repetido de forma más o menos reiterada en el tiempo.

Aunque un acercamiento al arte desde una visión económica parezca distante y frío, es algo totalmente necesario puesto que el estudio de cualquier disciplina de forma aislada y sin atender a su contexto político, social y, por supuesto, económico sí que sería un despropósito y dificultaría el entendimiento de la actividad. No se puede olvidar que sin financiación, una gran parte de las obras artísticas que hoy se admiran, sencillamente no existirían; o que sin el apoyo de las grandes fortunas, muchos de los artistas más respetados de la historia no hubieran podido desarrollar su carrera de igual manera.

Así, aunque se trate solo de una pincelada sobre la importancia de la financiación en el arte, a lo largo de la historia se encuentran numerosos

artistas que han cambiado su forma de proceder a causa de la influencia de un mecenas¹.

Como resumen de todo esto, sirva recuperar la ocasión en que Pierre-Auguste Renoir (Limoges, 1841- Cagnes-sur-Mer, 1919) llegó a afirmar “métete esto en la cabeza: nadie sabe realmente nada sobre ello. Sólo hay un indicador para determinar el valor de un cuadro, y es la sala de subastas”.² Entendiendo valor en sentido monetario y no artístico que es lo que el gran pintor pretendía afirmar.

Pero como ya se ha mencionado también se atenderá a las concepciones políticas, pues no hay que olvidar que gran parte de los mecenas del Antiguo Régimen eran reyes, consejeros y otras figuras similares de las Cortes regias que veían en el arte un instrumento de propaganda y de afianzamiento de sus ideas.

El trabajo se concibe en dos partes diferenciadas, una que se centra en el estudio de la institución del mecenazgo durante los denominados siglos de oro de las artes españolas que comprendería los siglos XVI y XVII³ y otra que consiste en un breve análisis de la situación de esta institución en la actualidad.

¹ Grampp (1991), p. 14

² Grampp (1991), p. 24

³ Sureda (2006), p. 11

2. CONCEPTO DE MECENAZGO

2.1. CONCEPCIONES

El término mecenas tiene su origen en el nombre de un íntimo colaborador de César Augusto (Roma, 63 a. C.- Nola, 14 d. C), Cayo Cilnius Maecenas (Arezzo, 69 a. C. - Roma, 8 a.C.) el cual fue un impulsor de figuras tales como Quinto Horacio (Venosa, 65 a. C.- Roma, 8 a. C) y Publio Virgilio (Virgilio, 70 a. C- Brindisi, 19 a. C). Desde entonces se ha utilizado para designar a aquella persona que de forma más o menos desinteresada ha ayudado a diversos artistas en su carrera. Siendo los límites de este altruismo muy amplios y difusos; variando según la época, desde una ayuda económica al artista en forma de alojamiento y alimentos hasta una promoción de su obra.

En la época contemporánea se suele designar como tal a aquel que dedica parte de su tiempo y trabajo a esta área altruistamente. En ninguno de los dos casos esta “caridad” en la ayuda puede ser afirmada de forma absoluta, puesto que siempre existen una serie de intereses en este impulso artístico, motivaciones que van de la consagración personal al respeto o la fama, incluyendo la publicidad y la propaganda.

A este tipo de mecenas muchos autores lo denominan benefactor⁴, dejando el término de mecenas para el comprador de arte. Entendiendo dentro de esta última categoría también a aquellos mecenas que ofrecían alojamiento, comida y un salario al artista para que pudiera desarrollar su carrera pagando además por sus cuadros, supuestamente a precio de mercado aunque esto no fuera cierto porque el verdadero precio de mercado es el que se obtiene de añadir al precio el resto de gastos que el pintor generaba. Cuando el mecenas paga realmente por encima del precio de mercado es cuando se está verdaderamente ante un benefactor⁵.

2.2. MECENAS COMO COMPRADOR DE ARTE

Desde un punto de vista económico hay que asociar al mecenas con aquella persona que adquiere obras artísticas. De igual forma se tiende a

⁴ Grampp (1991), p. 48

⁵ Grampp (1991), p. 50

relacionar los grandes períodos artísticos con épocas en las que existe una gran demanda de arte, es decir, un gran número de mecenas⁶.

Sin embargo, hay que reconocer que han existido determinados personajes que han pagado un precio superior al del mercado con el fin de alentar y promover una carrera artística. Renoir afirmó de Ambroise Vollard (Saint-Denis, 1866- Versailles, 1939), tratante de pintura francesa conocido por apoyar a diversos artistas impresionistas en sus inicios, que:

“fue el primer protector de los impresionistas. No compraba nuestros cuadros como especulación. Su única idea era ayudar a sus amigos tanto como le fuera posible, y lo hizo de un modo admirable, pues sólo se quedó con aquello que resultaba invendible” (Grampp, 1991, pp. 47).

Es difícil dilucidar entonces la diferencia entre comprador y mecenas, más cuando los valores de altruismo y bondad que se han asignado a los mecenas tienen que ser generalmente corregidos por existir una serie de intereses que guían su comportamiento. Asociar la relación de mecenazgo con una relación de protección en la que el mecenas acoge al artista solamente es aplicable en casos concretos, la regla es que se establezca una relación de empleo.

2.3. PREFERENCIAS DEL ARTISTA

Como se desarrollará en el siguiente apartado, el artista, especialmente durante el Antiguo Régimen, prefería trabajar para un mecenas, es decir, bajo encargo, que para el mercado. Se ha intentado dar varias explicaciones a esto, las teorías oscilan desde la alienación hasta la libertad espantosa de no trabajar bajo unas pautas. Todas ellas difíciles de justificar completamente, lo que sí que se puede afirmar es que trabajar bajo encargo suponía una seguridad de cobro que no daba el trabajo para el mercado.

⁶ Grampp (1991), p. 47

3. EL MECENAZGO EN LOS SIGLOS DE ORO

La elección de esta época y no otra se debe a la gran riqueza de obras y artistas que la habitan lo que ofrece una población de estudio mayor que otros períodos. Si bien los Siglos de Oro hacen una referencia directa a España, al objeto de este estudio también se ha utilizado algún ejemplo o información sobre lo que ocurría en algunas cortes italianas, no solo de forma comparativa, sino porque estas cortes estaban de forma más o menos directa relacionadas con la Corona española, algunas bajo el amparo de ésta, como la de los Medicis en Florencia restituidos en su poder con ayuda de Carlos I de España y V del Sacro Imperio Romano Germánico⁷, de aquí en adelante Carlos V (Gante, 1500- Cuacos de Yuste, 1558).

Resulta preciso recordar que el artista en esta época actúa de forma similar a un artesano que monta su negocio. Tras una fase de aprendizaje con un maestro, el pintor o escultor abre su propio taller donde lleva a cabo su trabajo y dónde cumple con los encargos que recibe. Para la apertura de este taller era necesaria la obtención de licencia y facultad⁸, no era un oficio libre sino que se debía obtener esta autorización “administrativa” acreditando su arte y capacidad. Si bien en muchos casos la influencia de un mecenas le hace trasladarse a su domicilio o corte donde trabaja directamente como un empleado más, la mayoría sigue estableciéndose de forma libre e incluso rehúsa la invitación de figuras tan poderosas en su tiempo como Felipe II (Valladolid, 1527- San Lorenzo de El Escorial, 1598). Por ejemplo Antonio Moro (Utrecht, 1517- Amberes, 1576), quien tras haber sido contratado por María de Hungría (Bruselas, 1505- Cigales, 1558) y enviado a Lisboa se volvió a su tierra natal tras la muerte de Carlos V y no atendió ninguna de las lisonjas del nuevo monarca. Tiziano Vecellio (Pieve di Cadore, 1477- Venecia, 1576) uno de los principales artistas de la época y pintor de la Corte española nunca llegó a vivir en ella sino que siguió haciéndolo en Venecia desplazándose a diversos lugares de Italia o Alemania cuando la Corte allí se desplazaba⁹.

⁷ Trevor-Roper (1992), p. 26

⁸ Sureda (2006), p. 232

⁹ Trevor-Roper (1992), p. 38

Quieren continuar desarrollando su obra en otros centros culturales más próximos a su familia y amigos o en ciudades en las que dicen inspirarse como Jacopo Comin, más conocido como *Tintoretto* (Venecia, 1519- Venecia, 1594) y Paolo *Veronese* (Verona, 1528- Venecia, 1588) quienes siguieron esta línea cuando fueron llamados a decorar la gran obra de su tiempo, el Escorial, por el mecenazgo del más grande rey de su época, Felipe II; oferta que ambos rechazaron.

La integración del artista en el servicio del mecenas era más característica durante la época de desarrollo y formación del pintor, asentándose posteriormente por su propia cuenta en su taller o estudio. Allí solían pintar los encargos recibidos e incluso desarrollaban obras por su propia cuenta que generalmente dejaban inacabadas para ser ofrecidas posteriormente entre sus clientes los cuales en caso de estar interesados dictaban las pautas finales del cuadro, por ejemplo, haciéndose pintar dentro de él¹⁰. Esta es una muestra de la capacidad de los mecenas para influir en el arte, aunque sea en meros detalles.

3.1. MECENAZGO REAL

La forma más peculiar de mecenazgo y que se asemejaría más a este concepto desde un punto de vista protector de la persona sería el mecenazgo real. Aquí sí que se puede observar cómo el artista se llega a integrar en el personal del monarca como hace Diego Rodríguez de Silva y Velázquez (Sevilla, 1599- Madrid, 1660) para Felipe IV (Valladolid, 1605- Madrid, 1665) o Rafael Sanzio (Urbino, 1483- Roma, 1520) para Julio II (Albisola Superiore, 1443- Roma, 1513) llegando a ser nombrado secretario (scriptor) de la Chancillería, un puesto de cierta relevancia en la burocracia papal¹¹

Recibían en la España de los Austrias empleos administrativos como el de ujier de cámara o guardarropa¹², que les quitaba cierto tiempo para practicar su oficio. Por lo tanto, el logro de este mecenazgo no está motivado solo por motivos de calidad y destreza del pintor sino por su personalidad, era necesario

¹⁰ Grampp (1991), p. 50

¹¹ Hollingsworth (2002), p. 332

¹² Sureda (2006), p. 137

que tuviera condiciones y cualidades de cortesano. Entendiéndose por tal en la época el ser un hombre cultivado, con conversación y capaz de moverse en las intrigas palaciegas y medias verdades que la vida en esos ámbitos implicaba.

El acceso a esta posición se hace acreditando una serie de méritos, véase la presentación de obras ante el Rey, siendo supeditado el acceso del pintor no solo a la calidad de su obra sino a la adaptación al gusto y orientación político-religiosa del monarca. Así vemos como la obra de Doménikos Theotokópoulos (Heraclión, 1541- Toledo, 1614), conocido como el *Greco*, es rechazada por “quitar las ganas de rezar”¹³, por no ajustarse a las leyes de la razón y la naturaleza; básicamente estaba fuera de la filosofía artística de Felipe II que abogaba por la antigua austeridad y simplicidad romana¹⁴.

“Educado en Occidente, acostumbrado al detalle concreto, a la estructura racionalmente ordenada del arte renacentista, Felipe dio la espalda a este extraño y abrupto estilo que violaba la gravedad y el decoro y que, sobrepasando la trivial elegancia del manierismo, anticipaba las heroicas tensiones, las agonías y los éxtasis del barroco” (Trevor-Roper, 1992, pp. 89).

Este mecenazgo a veces llegaba a alcanzar la dimensión de la amistad como la existente entre Carlos V y Tiziano los cuales compartían grandes conversaciones. Se llega a decir que en una de las ocasiones en que ambos estaban juntos, al caérsele el pincel al pintor, el monarca se agachó para recogerlo¹⁵ lo que nos da una idea del respeto y cercanía existentes. Esto a su vez permitió que su obra se adaptase plenamente al gusto del emperador por conocer el pintor el verdadero carácter de éste, demostración de cómo el arte se adapta al parecer del mecenas sin que nadie discuta que las obras de Tiziano como *El retrato ecuestre de Carlos V* sean grandes hitos de la historia del arte. También Felipe II solía dedicar mucho tiempo a los artistas¹⁶, aunque en su caso se dedicaba más a la corrección que a la conversación.

¹³ Sureda (2006), p. 211

¹⁴ Trevor-Roper (1992), p. 73

¹⁵ Trevor-Roper (1992), p. 40

¹⁶ Checa (1999), p. 79



Ilustración 1. El retrato ecuestre de Carlos V (Tiziano)

Sin embargo, por regla general, la relación existente es la de un empleador con su empleado, situándose en una posición de cierta inferioridad pues era un trabajador más, situación que es propia cuando se trabaja bajo encargo (con un contrato de trabajo en resumidas cuentas), que de forma autónoma para el mercado.

3.2. LA INFLUENCIA DE LOS MECENAS EN EL ARTE

La influencia de los mecenas en el arte siempre ha sido grande. Si bien se puede afirmar que en esta época la mayoría de las producciones se consideran más obra del patrón o mecenas que del propio artista; y es que quien encargaba la obra, era quien establecía el estilo, la temática e incluso los colores. Incluso una de las obras cumbre de la historia de la pintura, los frescos que decoran la bóveda de la Capilla Sixtina realizados por Miguel Ángel

(Caprese Michelangelo, 1475- Roma, 1564), sigue las directrices marcadas por el Papa Julio II¹⁷.

En el Siglo de Oro la demanda venía representada casi exclusivamente por el mecenas en las diversas formas ya definidas. Eran estos los que marcaban tendencias en el arte a través de sus gustos. Si bien en todo Occidente los principales mecenas eran la nobleza y la Iglesia, el papel porcentual de estos variaba de unos lugares a otros en función de diversas circunstancias como el sistema político o la existencia de un verdadero estado.

Mientras que en España, la existencia de un poder central que controlaba media Europa hacía que el papel de mecenas fuese asumido en gran parte por la Monarquía; en la Península Itálica la existencia de diversas ciudades-estado hacía que la variedad de mecenas fuese mayor. Pues cada ciudad, región más bien, estaba controlada por una familia distinta que a su vez no tenía un poder tan absoluto como el que ostentaban los Austrias en España, por lo que la labor de mecenazgo era más compartida.

Desde un punto de vista económico, la riqueza que controlaban Carlos V y Felipe II, cabezas de un imperio, les permitía llevar a cabo una labor de mecenazgo que era impensable en cualquier otra monarquía. En las ciudades-estado itálicas el erario público no estaba tan monopolizado por la monarquía sino que en su gasto también participaban instituciones como los gremios que tenían una gran influencia en la toma de decisiones económicas.

Al existir una mayor diversidad de organismos que tomaban decisiones económicas, entre las que estaban los gastos en arte, la variedad artística era mayor que en España. Los gobernantes italianos, por ejemplo, transferían el patronazgo de determinadas obras a los gremios, como instituciones que formaban la base del sistema local¹⁸, que eran los encargados de llevarlas a cabo recibiendo para ello dinero público¹⁹.

Aquí esa clase media de banqueros y comerciantes, que en ciudades como Florencia o Venecia participaba en los consejos ciudadanos que

¹⁷ Hollingsworth (2002), p. 328

¹⁸ Hollingsworth (2012), p. 23

¹⁹ Hollingsworth (2012), p. 28

controlaban la ciudad, no tenía la misma influencia en el gasto público por lo que el mecenazgo estatal se adaptaba a la moda que el monarca estableciera.

3.2.1. Los Austrias Mayores

3.2.1.1. Carlos V

Con Carlos V y su influencia flamenca, se produce la verdadera llegada del Renacimiento italiano a España tras la ruptura que se produce después de la Guerra de las Comunidades (1520-1521) con la línea más puramente castellana. Él y gran parte de su corte habían sido educados fuera de Castilla y de ahí que no compartan los gustos aquí enraizados. Ello hará que cambie el arte desarrollado durante su época pues el monarca, en un sistema tan jerarquizado, imponía sus intereses al resto de mecenas. Este rey se ve como un nuevo César en Europa²⁰ y como cabeza de una Iglesia universal²¹ y por ello en cierta forma vuelve a recurrir a los clásicos de la época del Imperio Romano y se hará retratar por pintores italianos como Tiziano, pintor predilecto de Carlos V y Felipe II, más empapados de la pintura renacentista que los pintores españoles. Puesto que si los pintores españoles estaban versados en la temática religiosa desconocían plenamente las clásicas y mitológicas, necesarias para ilustrar esta concepción de rey-emperador y rey-héroe. Los italianos, sin embargo, eran conocedores de la literatura clásica y podían contemplar los numerosos medallones y esculturas descubiertos recientemente de la época Clásica²². De todas formas, esto confluye con los cánones existentes en España sin que se produzca una absorción pura sino que es más una mezcla, se rompe con el respeto de las proporciones clásicas, como también hace Miguel Ángel, introduciendo una mayor expresividad²³. De Flandes, por su parte, traen consigo un nuevo sistema de representación que también influirá en las artes hispánicas. En resumidas cuentas, e igual que pasará con la ascensión al trono de Felipe II, la llegada de un nuevo monarca supone un cambio en el arte marcado por la personalidad del rey. Uno de los máximos exponentes de la capacidad de influencia del mecenas en el arte.

²⁰ Mañueco (2009), p. 53

²¹ Trevor-Roper (1992), p. 11

²² Mañueco (2009), p. 62

²³ Mañueco (2009), p. 69

6.2.1.2. Felipe II

Felipe II se aleja de cualquier idea reformista y humanista que su padre durante cierto tiempo había defendido. Siendo el monarca más poderoso de su tiempo se convirtió también en el enemigo común de las potencias europeas, siendo catalogado como la gran amenaza del mundo protestante. Como mecenas, el detallismo y minuciosidad que inundaba toda su vida se dejará notar en las obras que encarga; en las que se inmiscuye sobremanera pues también era un gran conocedor del arte.

Con Felipe II la mezcla entre lo flamenco y lo italiano se transforma en una combinación entre el estilo español que se había ido desarrollando a lo largo de siglo y la influencia renacentista.

Para él, el plateresco de la España imperial tenía un “excesivo sabor a frívola libertad flamenca; y con firme decisión lo suprimió (...). Fue un cambio no sólo de estilo sino de ideología. Del mismo modo que el erasmismo trasladado al sur por la corte flamenca de Carlos V, se había impregnado en la receptiva Iglesia española, creando durante una generación un nuevo espíritu religioso, sutil, indirecto y cosmopolita, también los artesanos alemanes inmigrantes había infundido un espíritu nórdico a la arquitectura española y habían creado, aparentemente, un nuevo estilo nacional. Pero al igual que la Iglesia española reaccionó de forma decisiva contra lo primero, el rey español reaccionó de forma igualmente decisiva contra lo segundo. Tal vez el cambio se hubiese producido de todos modos; pero la voluntad de hierro del rey, su rigor filipino, no permitiría una evolución gradual. El rey hablaba y era cosa hecha” (Trevor-Roper, 1992, pp. 71).

Junto a la monarquía se presentaba una oligarquía de grandes linajes en los que en materia de mecenazgo destacan las familias de los Fonseca, los Mendoza, los Borgia o del Cardenal Cisneros. En toda gran casa debía haber un pintor, la mayoría de ellos como un criado más, pues esto era un signo distintivo del prestigio del linaje.

3.2.2. La Iglesia

Pero no hay que dejar de lado a la Iglesia que se puede considerar la principal demandante de arte durante el Antiguo Régimen²⁴, especialmente relevante es la celebración del Concilio de Trento para entender el arte que se

²⁴ Mañueco (2009), p. 69

desarrollará en los países católicos. Como vía para luchar contra las reformas protestantes, la Iglesia Católica en países como España y, principalmente, en Flandes y zonas de la actual Alemania va a impulsar la producción artística para divulgar su mensaje. Frente al rechazo del culto a la imagen y a los iconos de las concepciones de Martín Lutero (Eisleben, 1483- Eisleben, 1546) se aboga por la inundación de santos y vírgenes de la Iglesia. Además en lugar de utilizar una representación de sentido clásico, culto difícil de entender para el pueblo llano que era lo utilizado por los maestros renacentistas en Italia, se pasa a utilizar un lenguaje visual simple, “se trata de formas de utilizar la imagen religiosa como un instrumento para provocar lo que podríamos denominar la llamada del sentimiento y la excitación de la pasión de la fe” (Mañueco, 2009, pp. 71). Todo esto hace que la pintura española se desarrolle de una forma característica abandonando las formas clásicas y acentuando la expresividad y la emotividad siendo uno de sus máximos exponentes Juan de Juanes (Valencia, 1507- Bocairente, 1579) o Luis de Morales (Badajoz, 1509- Alcántara, 1586) considerados pintores de la devoción. Es una pintura influida por la flamenca que tal y como afirmará Miguel Ángel:

“La pintura de Flandes, satisfará generalmente a cualquier persona devota más que cualquier pintura de Italia, que nunca hará llorar una sola lagrima a nadie. Y la de Flandes, muchas”²⁵.

Se busca en esta nueva Iglesia que la imagen llegue al mayor número de gente posible lo que a su vez determina la repetición de temas de forma sistemática en la pintura española de estos siglos. No es que los pintores lo hiciesen por comodidad sino que era demanda del mecenas, teniendo el artista que adaptarse.

3.2.3. Contraposición Florencia-España.

Los mecenas de Florencia por su parte abogaron por un estilo propio en el que comenzaron a aparecer escenas paganas de la antigüedad clásica. La religión aunque sigue siendo un tema fundamental no es indispensable, la principal razón de ello es que el estado florentino se enfrentó al Papado en numerosas ocasiones buscando en la temática de sus obras expresar su

²⁵ Mañueco (2009), p. 71

independencia frente a la Iglesia y las potencias extranjeras. Los mercaderes y banqueros buscaban también plasmar sus logros en la pintura, apareciendo en la propia escena no ya como santos, como sucedía en la España coetánea, sino como simples mortales, que como donantes aparecían en la escena en busca de reconocimiento y prestigio. Se alejan de la espiritualidad y se permiten los desnudos.

Ello no quiere decir que la religión no siga siendo el tema fundamental, pero al menos cambia en cierta manera la forma de ser tratado, nos encontramos con vírgenes y niños en paisajes paradisiacos y no cielos cargados de santos; a figuras humanas más cercanas a los cánones clásicos que a expresiones de su devoción o sufrimiento que predominaban en la Península Ibérica.

3.4 EL ARTE COMO MEDIO DE PROPAGANDA

Si bien la búsqueda de la belleza y el embellecimiento de los palacios, iglesias y estancias era una motivación para la inversión en arte, éste se veía como un medio de publicidad para tratar de mostrar un poder incluso mayor del que se tenía. Se pretendía infundir respeto y enseñar a la sociedad el prestigio que se ostentaba. Así como ejemplo, aunque no sea inmediato, se puede ilustrar el caso de Venecia que decidió iniciar la Torre del Reloj de la plaza de San Marcos en un momento de fuerte inestabilidad financiera para aparentar, sin embargo, una situación de pujanza de la ciudad con la que calmar la incertidumbre y asegurar la continuidad de su sistema frente a la amenaza de una interrupción del comercio²⁶.

El papel de los Reyes Católicos como mecenas regioes no se puede considerar pionero, pues a lo largo de la Edad Media ya se había desarrollado este tipo de mecenazgo pero sí que se les puede considerar los primeros en utilizar el arte como medio propagandístico de su autoridad sobre el nuevo estado moderno que se estaba gestando en la Península²⁷.

²⁶ Hollingsworth (2002), p. 10

²⁷ Urrea (coord..) (2000), p. 84

Siguiendo con el estudio comparado entre la corte española y la florentina, se puede ver cómo los Medici utilizaron durante los siglos XV y XVI el patronazgo artístico como forma de expresar su dominio en la vida política y social de la Florencia de su tiempo gastando una inmensa fortuna en capillas, palacios y obras de arte en general. Con ello trataban de mostrar que aunque la ciudad continuaba siendo una república gobernada por un consejo de hombres era ésta familia quien de facto ostentaba el poder y así nos encontramos con su escudo de armas en numerosos edificios de la ciudad, especialmente en iglesias.

En España, sin embargo, la monarquía no necesitaba reafirmar su papel, la sociedad era plenamente consciente de en quién recaía el poder. Lo que la nueva dinastía de los Austrias pretendía era extender y divulgar su imagen como cabezas de la cristiandad y de un imperio, héroes de su pueblo. Nos encontramos con Felipe II representado en medallas como Hércules ²⁸ o alegorías de este personaje en cuadros en lo que se representaba a Carlos V.

²⁸ Mañueco (2009), p. 60

4. ARTE Y ECONOMÍA

4.1. FORMAS DE CONTRATACIÓN

Como actividad económica las relaciones entre mecenas y artistas se plasmaban en un contrato, estipulando las condiciones de su realización así como la contraprestación a recibir.

El mecenas, ya fuera rey o simple comerciante, debía abonar lo prometido en su encargo incluso muchas veces aunque no fuera de su agrado como sucede con *El Martirio de san Mauricio y la legión tebana* obra de El Greco solicitada por Felipe II para el altar de El Escorial y que, sin embargo, fue relegada a una estancia residual. A pesar de ello se abonaron 800 ducados²⁹, lo que supone además una cifra muy elevada en comparación con los 300 ducados que llegó a cobrar Juan Fernández de Navarrete, apodado *el Mudo* (Logroño, 1526- Toledo, 1579) por alguna obra, el cual era considerado en la corte de Felipe II como un pintor sin igual.



Ilustración 2. El Martirio de San Mauricio (El Greco)

²⁹ Sureda (2006), p. 211

Estamos así ante un contrato de ejecución de obra, en la que el comprador-mecenas solicita la realización de un cuadro generalmente bajo unas directrices. La predicada libertad del artista no es tal en este tipo de contrato donde generalmente el mecenas solía establecer la temática e incluso la ordenación de los personajes así como los sujetos que debían aparecer en los mismos. Lo que no obsta para que algunos, el mencionado caso de El Greco, se tomaran una mayor libertad; provocando la pérdida de confianza del mecenas. Aunque esto pueda parecer más propio de un mecenazgo del Antiguo Régimen, nos encontramos con que:

“Renoir dijo a Vollard que la mayoría de la gente cuyo retrato había pintado tenía algo que decir sobre cómo debía hacerse. En 1868 tenía una mala racha y hacía retratos por encargo. Uno fue el de la mujer del zapatero que pinté a cambio de un par de zapatos. Cada vez que creía que el retrato ya estaba terminado y me veía a mí mismo con los zapatos, llegaban la tía, la hija o incluso el viejo sirviente para criticarlo” (Grampp, 1991, pp. 54).

Volviendo al período objeto de estudio, en esta época no está generalizado que el artista pinte obras y temáticas de su gusto, sin encargo alguno, esperando a su venta posterior, sino que trabaja bajo encargo de una forma u otra. Se puede decir, por lo tanto, que el artista pinta para el mecenas y no para el mercado, lo cual hay que encuadrarlo en un período donde este mercado no era tan extenso como hoy; debido a que la clase de personas que podían adquirir sus obras era muy limitada. Se restringía a una clase alta que, cuando quería arte, lo encargaba siguiendo unas finalidades y gustos muy concretos.

Sin embargo, aunque no tanto destinadas a su venta sino con el objetivo de incrementar su maestría, tenemos numerosos ejemplos de obras maestras pintadas a iniciativa de los propios pintores como *La Fragua de Vulcano* pintada por Velázquez en Roma que le sirvió de divertimento y estudio. En estos casos sí que los artistas se benefician de un mecenazgo, en sentido protector, pues por ejemplo la mencionada estancia de Velázquez en Roma que le permite el estudio de los clásicos y el acercamiento a nuevas obras está generosamente financiada por el monarca español, Felipe IV³⁰.

³⁰ Sureda (2006), p. 243



Ilustración 3. La fragua de Vulcano (Velázquez)

En estos casos de mecenas protector se solía establecer una relación laboral al uso con una remuneración más o menos variable que solía constar de un fijo por sus labores de ujier o ayudante de cámara y una parte variable en función de las obras que realizara.

Al margen de ello, solía recibir los encargos externos en los cuales sí que actuaba como un maestro artesano.

Obviamente los artistas, intentaban acceder a un mecenazgo de este tipo; acercándose a la figura más poderosa existente. Prefiriendo esta opción aunque supusiera rebajarse, en cierta manera, al tener que limitar su creatividad a los diseños de una figura que no dejaba de ser su empleador, ante la alternativa de tener que trabajar para el mercado con los consiguientes riesgos financieros que eso conllevaba. Puesto que las ganancias estaban limitadas a los encargos recibidos y esto en una actividad tan marcada por los gustos, los cuales por naturaleza son cambiantes, implicaba un futuro a medio-largo plazo incierto.

Y es que el artista ha actuado a lo largo de la historia de forma similar a como lo haría un hombre de negocios, que es lo que son.

“Los pintores no han podido fijar los precios de su trabajo, sino que han debido tomar lo que el mercado les ofrecía pues lo que cada uno hacía tenía que competir, hasta cierto punto, con lo que hacían otros. Sus trabajos no se vendían al mismo precio en cualquier momento y en cualquier lugar porque no eran sustitutos perfectos. Por otra parte, ninguno era único en el sentido de que otro trabajo no sería preferible al suyo a ningún precio, ni siquiera cuando los trabajos fuesen bastante diferentes. Bramante pensó que no conseguiría el encargo de la basílica de San Pedro si el Papa se gastaba el dinero en una tumba para sí mismo realizada por Miguel Ángel. Bramante consiguió el encargo, pero primero tuvo que ahuyentar a Miguel Ángel de Roma” (Grampp, 1991, pp. 16).

Vista esta incertidumbre es lógico pensar como la comodidad de un mecenas era difícilmente rechazable, a no ser que ya fuera una figura eminente con una clientela amplia como sucedía con Tintoretto en Venecia cuando fue llamado por Felipe II.

Pero fuera de contadas excepciones la mayoría de pintores de esta época tuvo que actuar por su cuenta recibiendo los encargos de diversos personajes. En los contratos que se realizaban para la realización de sus obras se fijaban 3 aspectos principales³¹:

- El objeto a representar,
- El precio de la obra y
- Los materiales caros que se iban a utilizar.

Eran contratos muy elaborados que incluso eran redactados por monarcas tan importantes como Felipe II³² en los que se hacía constar desde el anticipo de dinero que debía recibir hasta la cantidad de pintura que se le debía suministrar.

El estilo y la estética del cuadro no eran mencionados en el contrato pues se suponía que ello venía implícito en la elección del artista. Además, como requisito previo a la firma del contrato, el pintor solía presentar un esbozo del diseño que se iba a seguir.

³¹ Hollingsworth (2002), p. 12

³² Trevor-Roper (1992), p. 85

Estos contratos dieron lugar a no pocos pleitos y conflictos por la satisfacción o no del comprador. Se incluían penas en caso de incumplimiento de las cláusulas en ellos recogidas.

Muchas veces estos conflictos, surgían por la extraña relación que se daba entre mecenas y artista, ésta por lo general no adoptaba ninguna forma escrita ni jurídica sino que se basaba más en un ideal de nobleza del mecenas, el cual debería abonar un precio justo por la obra, lo que no siempre satisfacía al pintor. Es frecuente que terminasen ante un árbitro que decidía el precio de la obra tras la finalización de la misma.

Dentro de estas relaciones que se daban entre mecenas y artista hay que incluir la figura del estipendio. Esta modalidad de financiación del pintor, consistía en que el mecenas le pagaba una cantidad anual que si bien podía ser un regalo, normalmente significaba un derecho de tanteo preferente por el cual tenía una primera opción para la adquisición de las obras que produjera el pintor³³. Esta relación era típica del Renacimiento, especialmente desarrollada en las ciudades-estado de la Península Itálica.

4.2. NUEVAS CLASES Y CAMBIOS ESTILÍSTICOS

“La primera proposición de la teoría del consumo es que la satisfacción de toda necesidad en la parte inferior de la escala, crea el deseo de satisfacer una necesidad más elevada... El grado más alto de la escala de las preferencias, la de los placeres derivados de las bellezas de la naturaleza o del arte, es normalmente confinada a hombres que están exentos de toda privación en las necesidades básicas” (Grampp, 1991, pp. 65).

Esto viene a decir que la demanda de arte es elástica con respecto a la renta. Lo que implica que a mayor renta per cápita mayor será la demanda de arte.

Decir que los cambios estilísticos que han acaecido a lo largo de la historia se deben a motivos políticos o económicos es una simplificación de la realidad pues también influyen otras circunstancias como la religión o los avances técnicos. Pero es evidente que la aparición de nuevas clases sociales

³³ Grampp (1991), p. 49

económicamente influyentes o los cambios en la concepción política están detrás, o al menos han impulsado, estos cambios.

Pues son los mecenas, quienes al demandar obras orientaban el estilo de las mismas y son sus gustos los que establecían ciertas directrices a los artistas.

De forma general, se puede decir que un nuevo estilo pictórico, artístico en extensión, suele ligarse a la aparición de una nueva clase digamos pudiente, que al haber recibido una educación diferente a la sociedad dominante del momento y al provenir de familias con culturas en cierta forma distintas, demandan estilos artísticos que difieren de los cánones de la época. Así se observa cómo los banqueros y mercaderes en la Italia de los siglos XV y XVI demandan un nuevo estilo artístico que difiera del gótico asociado a la aristocracia, lo que junto al orgullo cívico y la identidad nacional³⁴ (más bien regional) marcarán el surgimiento de un estilo propio que marcó el comienzo del Renacimiento. Este estilo considerado propio (especialmente en Florencia), heredero del Arte Clásico, se oponía al gótico, “esencialmente extranjero³⁵”.

Las grandes sumas que se invirtieron en arte, especialmente por parte de los gremios, incidieron en ello; apartándose de lo hasta entonces demandado por órdenes religiosas y nobleza³⁶. Esta idea de desviarse de las concepciones aristocráticas tiene su base en que los gremios surgen para proteger sus intereses económicos de la intervención de la clase gobernante³⁷. Cuando se habla de gremios como mecenas hay que aclarar que no todos ellos tenían tal capacidad. Eran gremios como el de los banqueros o el de los mercaderes de lana o seda, los que podían gastar sus fondos en arte.

Algo parecido sucedió en el siglo XX. La gran avalancha de nuevos ricos provenientes de familias de clase media, que no habían sido educados en la tradición pictórica comienzan a demandar un arte que se apartaba de las tradiciones. Surgen entonces un gran número de vanguardias de forma

³⁴ Hollingsworth (2002), p.22

³⁵ Hollingsworth (2002), p. 37

³⁶ Hollingsworth (2002), p.25

³⁷ Hollingsworth (2002), p.26

equivalente al incremento de población con capacidad económica suficiente para adquirir arte.

Esta variedad estilística no tiene precedentes en la historia de la pintura y tiene cabida por la existencia de una mayor amplitud de grupos con capacidad y educación para adquirir arte.

Es la demanda la que impulsa a la oferta, la llegada de demandantes con gustos nuevos y diferentes, hace que la oferta se adapte a ello y ofrezca nuevas producciones y es el incremento de la demanda el que hace que la oferta crezca y a su vez se diversifique para atender las modas cada vez más variadas.

Esto sucede especialmente cuando la demanda de arte no aumenta tanto como lo hacen los ingresos. Cuando los ingresos reales de una persona se incrementan, disminuye la satisfacción de poseer aún más. Para cada persona existe un nivel de ingresos a partir del cual la adquisición de más bienes no vale más que el esfuerzo necesario para conseguirlos. Valga como ejemplo, que cuando una persona dispone de 10 pares de zapatos, no serán iguales entre sí. Al aumentar los ingresos de esa persona, incorporará a su vestuario un par de zapatos que difiera de los anteriores para reducir ese declive en la utilidad marginal de los ingresos que hemos mencionado. Lo mismo sucederá con el arte³⁸.

“El cambio de estilo (...) se puede interpretar como el resultado del aumento continuo de la renta real, del valor decreciente de la renta adicional y del consecuente y bastante sensato deseo de detener el declive mediante la adquisición de lo diferente, poco familiar o novedoso” (Grampp, 1991, pp. 70).

Detrás de ello está también el interés por la novedad, pues mientras la repetición resulta monótona y aburrida, la introducción de cambios resulta atractiva para la demanda.

“Si esto no fuera así, Andy Warhol no habría tenido necesidad de hacer más que múltiples copias de un único dibujo de Marilyn Monroe. El millonésimo o el billonésimo dibujo habría sido tan interesante como el primero, y ni más ni menos interesante que la última o la primera de las setenta y cinco copias que

³⁸ Grampp (1991), p. 68

Gilbert Stuart hizo de su retrato de George Washington” (Grampp, 1991, pp. 15).

4.3. ARTE COMO MEDIO DE INVERSIÓN

Esta puede que sea una diferencia fundamental entre el mecenazgo en el Antiguo Régimen y el sistema de mecenazgo actual. Las razones que llevaban a una persona a convertirse en mecenas en siglos anteriores estaban más allá de la inversión, las claves eran mostrar el prestigio social y un fin decorativo. Sin embargo, tras la Revolución Industrial esto se ve de una forma distinta y ante el gran valor que han alcanzado algunas obras de arte, muchos inversores ven en ellas una forma de rentabilizar su dinero. Valga como ejemplo la adquisición que ha hecho Kenneth Griffin (Daytona Beach, 1968), el gestor de fondos mejor pagado de Wall Street, de las obras *Unterchange* de Willem De Kooning (Róterdam, 1904- East Hampton, 1997) por 300 millones de euros y de *Number 17A* de Jackson Pollock (Cody, 1912- Springs, 1956) por 200 millones³⁹.

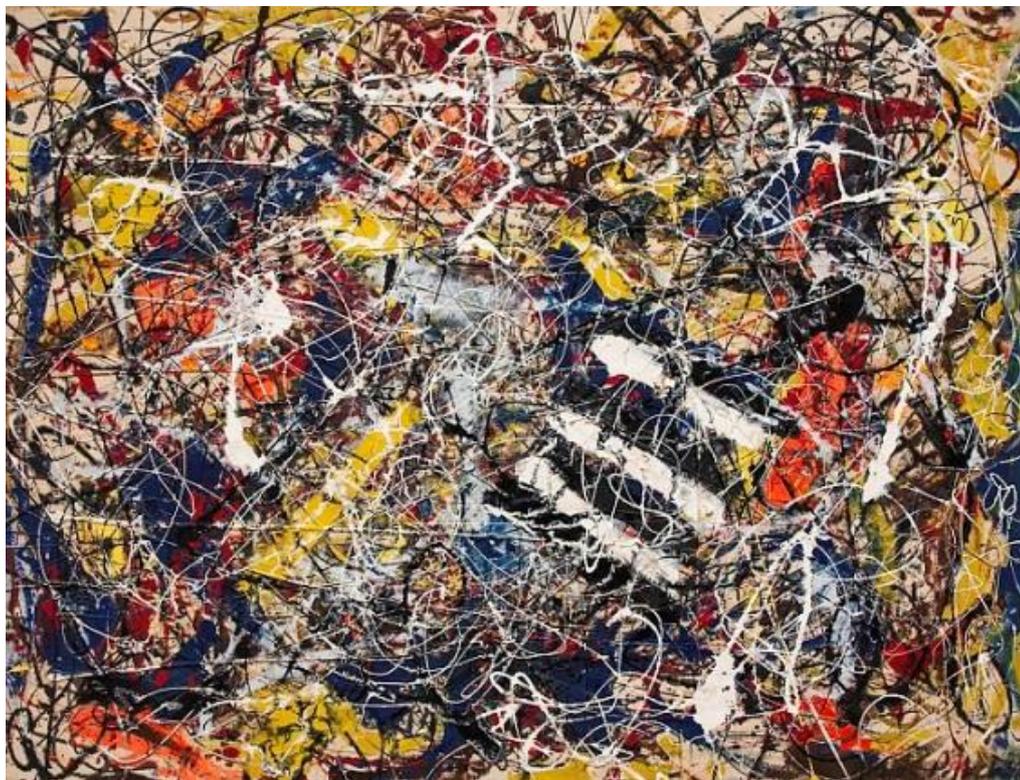


Ilustración 4. Number 17A (Pollock)

³⁹ http://cultura.elpais.com/cultura/2016/02/18/actualidad/1455830675_596061.html

Cifras que contrastan con los gastos en pintura durante la denominada época cumbre del mecenazgo italiano cuando el duque de Ferrara Borso d'Este (1413-1471) gastó 9.000 ducados en el arreglo de varios salones de su palacio dedicando únicamente 800 a los frescos con que eran decoradas sus paredes⁴⁰. Tampoco los coleccionistas eran muy dados a los grandes gastos en pintura sino que el aumento de sus colecciones se basaba, bien en la adquisición de patrimonios que quedaban disponibles a la muerte de un ilustre, en los botines de guerra o en regalos recibidos.

Aun así también existían adquisiciones a precios desorbitados como los actuales sin que en uno y otro caso lleguen a representar la tendencia del mercado. Un ejemplo de ello tuvo lugar en la Edad Media cuando un señor feudal se ofreció a pagar la deuda pública de otro a cambio de un cierto cuadro⁴¹.

Es muy discutible la utilización de bienes artísticos como instrumentos de inversión por la volatilidad que tienen aunque parezca lo contrario, si bien a simple vista se puede pensar que el valor de una obra artística se mantendrá en el tiempo e incluso aumentará con el paso de los años que la irán haciendo una obra única. Sin embargo, está sometida a otros factores de riesgo como son la autoría y la moda.

Por un lado, la investigación de expertos en la materia puede descubrir indicios que lleven a pensar que la autoría de la obra no es la que se pensaba no, porque se trate de una falsificación, riesgo que se suele minimizar a través de diversas consultas en el momento de la compra; sino porque se atribuya al taller del pintor y no a él de forma directa.

También se puede decir que los objetos artísticos están sujetos a los gustos del mercado y al igual que una escuela de pintores o un estilo pueden comenzar a ser llamativos y su obra incrementar de valor, el suceso contrario es igualmente probable. *El canto de la alondra* de Jules Breton (Courrières, 1827- París, 1906) considerada durante largo tiempo una de las posesiones más importantes del Art Institute de Chicago, pasó en 1985 a estar colgada en

⁴⁰ Hollingsworth (2002), p. 10

⁴¹ Grampp (1991), p. 151

lo alto de la pared de un pasillo, ocupando un papel totalmente secundario. La misma obra hoy en día ha vuelto a recobrar un lugar visible en una galería pero sin el pedigrí con el que contó hace medio siglo⁴².



Ilustración 5. El canto de la alondra (Jules Breton)

Por todo ello, no están exentas de riesgo las inversiones de este tipo, la diferencia con otro tipo de inversiones financieras es la utilidad o satisfacción que el propietario puede obtener de su disfrute. Nadie se pasa horas contemplando un bono o una acción, pero sí que es concebible que un coleccionista ocupe su tiempo de ocio apreciando las obras de que dispone y mostrándoselas y explicándoselas a todo aquel que guste de conocerlas.

Desde el punto de vista de su rentabilidad económica también sería discutible su inversión aún en los casos de los artistas más reputados e influyentes. Podemos, de forma un poco abstracta y forzada pero utilizando datos reales, poner como ejemplo la deuda que tenía Vermeer con un

⁴² Grampp (1991), p. 71

panadero a su muerte que ascendía a 617 florines la cual fue saldada con dos cuadros. Suponiendo que ambos fuesen de calidad similar a la de la *Cabeza de muchacha* que fue vendida en 1959 por 4 millones de florines, los cuadros que recibió el panadero tendrían un valor de 8 millones. Mientras que si el pago hubiese sido en metálico y lo hubiesen invertido en bonos del Estado a un 3,5% que era aproximadamente el tipo de interés en los Países Bajos en aquel período⁴³, en 1959 sus herederos hubieran tenido 10,8 millones de florines obteniendo 2,3 millones más que con la posesión de los cuadros.

Lo cual viene a corroborar el dudoso valor de los bienes artísticos como objetos de inversión. Sin tener en cuenta otros asuntos como pueda ser el placer de su visualización o el prestigio de su posesión, por tanto, el arte como vehículo de inversión solo será recomendable para aquellos inversores con un claro perfil especulador que sean capaces de disfrutar con las obras que poseen.

Los estudios existentes al respecto⁴⁴ vienen a corroborar la idea de que la inversión en arte por meros motivos económicos no tiene sentido alguno, para ello se basan en un análisis empírico de la evolución de los precios a lo largo del tiempo (alguno de ellos se remonta 300 años) obteniendo que el incremento de su valor es inferior a la de un bono medio.

Viendo los desorbitados precios que se alcanzan en las subastas de arte se podría decir que la inversión en arte reporta grandes beneficios. Sin embargo, a pesar de la dificultad existente para medir la rentabilidad de estas obras debido a que solo un porcentaje muy bajo salen a la venta y a que muy pocas lo hacen de forma repetida; se ha afirmado por los economistas que su rentabilidad es discutible.

⁴³ Grampp (1991), p. 90

⁴⁴ Grampp (1991), p. 150

Cuadro 1. Comparación entre la rentabilidad de diversos instrumentos de inversión entre los años 1995 y 2007⁴⁵.

	Rentabilidad	Dispersión	Ratio de Sharpe
Arte	4,0%	19,0%	0,200%
Acciones	6,6%	16,5%	0,411%
Bonos mercantiles	4,0%	9,5%	0,344%
Bonos estatales	2,7%	10,6%	0,185%
Oro	2,3%	24,2%	0,128%

Aunque se puede apreciar como la rentabilidad del arte es mayor que la de la deuda pública, el riesgo en términos de las variaciones de precios (tercera columna) es casi 10 puntos superior en el caso del arte. Por ello, la inversión en arte no es muy alentadora, sin embargo, lo que sí que podemos extraer del cuadro es que la inversión en arte puede seguir una finalidad de cobertura de la inversión.

En períodos de incertidumbre financiera, muchos inversores buscan colocar su dinero en bienes relativamente seguros. Especialmente en época de fuerte inflación, los “hedge funds” o fondos de inversión han tratado de ofrecer protección a sus inversores frente a ese incremento de los precios a través de la inversión en arte. La inversión en arte puede servir como un instrumento de cobertura contra la inflación siendo a su vez una vía para diversificar la cartera. Esto es debido a que las obras de arte no están tan correlacionadas con otros bienes financieros como las acciones o los bonos, aunque sí que lo estén con otros bienes materiales como el oro, el cual es aún más inmune frente a la inflación⁴⁶.

⁴⁵ Frey (2013), p. 3

⁴⁶ Frey (2013), p. 3

4.3.1. Los riesgos de invertir en arte

La inversión en arte está comprendida dentro de las denominadas inversiones alternativas, es decir, inversiones más allá de las acciones, los bonos y otros activos financieros. La inversión en arte tiene las siguientes características: el mercado es difícil de evaluar, son bienes poco líquidos, la información previa a la inversión es muy relevante y el coste de comprar y vender es elevado.

Además de los costes de transacción, los compradores de arte tienen que hacer frente a varios riesgos más allá de la variabilidad del precio. El primero de ellos se refiere a los objetos de arte en sí mismos. El comprador nunca puede saber a ciencia cierta si el objeto adquirido es el original o si es una copia.

Igualmente, la atribución tiene una importante influencia en el precio. El que una pieza fuese hecha por un maestro, por su círculo, por su escuela o siguiendo su estilo es crucial.

Otra característica específica de las obras de arte es su calidad. Durante siglos, muchas pinturas han sido dañadas y restauradas posteriormente. Esta manipulación ha tendido a reducir su precio. Todos estos riesgos no están presentes en los mercados financieros actuales.

Los compradores de arte, los mecenas, también corren el riesgo de que los objetos puedan ser robados o destruidos por el fuego. Para protegerlos de estos riesgos, los bienes pueden ser asegurados, lo que añade un coste cercano al 1% del valor de la obra.

Pruebas de estos riesgos se pueden encontrar diariamente. Recientemente ha salido a la luz el robo de cinco obras de Francis Bacon, valoradas en unos 30 millones de euros, de la casa de un coleccionista en Madrid⁴⁷.

Otro riesgo que afecta al mercado del arte es el referido a la intervención pública. Los gobiernos pueden simplemente confiscar objetos de arte alegando

⁴⁷ http://cultura.elpais.com/cultura/2016/03/11/actualidad/1457725322_716425.html

que forman parte del “patrimonio nacional”. A lo que hay que añadir las restricciones a la exportación de estas obras que existen en numerosos países europeos.

A esto hay que añadir que el mercado del arte está más influenciado por los descensos en la renta de un país que otros mercados⁴⁸.

Por otro lado, los cambios en los gustos que afectan a este mercado son impredecibles. El mercado artístico está caracterizado por su heterogeneidad. Las percepciones juegan un papel más importante que en los mercados financieros pues reflejan las preferencias personales.

Por último, se producen anomalías que no están presentes en otros mercados. Una vez que un coleccionista consigue una pieza, establece una relación especial con ella y se mostrará reacio a desprenderse de la obra.

4.3.2. Invertir en arte

La inversión en activos financieros solo reporta beneficios monetarios mientras que la posesión de arte además aporta placer y reconocimiento social. Ello provoca que, en un mercado competitivo, los beneficios financieros deban ser menores que en otros mercados donde no existen estos retornos. Como inversor, es imposible predecir el comportamiento del mercado. En contraste, el disfrute y placer que se va a obtener de una obra de arte sí que se puede prever. Lo que supone un importante incentivo para la inversión en arte⁴⁹.

⁴⁸ Frey (2013), p. 5

⁴⁹ Frey (2013), p. 5

5. SITUACIÓN ACTUAL

5.1. MECENAZGO ESTATAL Y MUSEOS

Actualmente, y de forma comparativa a lo que se ha visto hasta ahora, el Estado se puede seguir considerando el principal mecenas de las artes en general (especialmente de la arquitectura, pues numerosos edificios públicos son financiados públicamente contratando a arquitectos de renombre) y de la pintura, en concreto. Este mecenazgo se lleva a cabo a través de diversos programas y subvenciones que pueden adoptar diversas formas: bien aportaciones en metálico o reducciones de impuestos. Entre éstas tienen gran importancia las que reciben los museos, que hoy en día son los principales coleccionistas de arte.

La mayoría de museos actualmente están bien directa, o indirectamente, en manos públicas; por depender del gobierno central, generalmente de los ministerios de cultura y educación o de los gobiernos locales.

En el caso del Museo del Prado, una de las principales pinacotecas del mundo, su estructura financiera⁵⁰ sería la siguiente:

- 37% procedente de la venta de entradas.
- 1% de la utilización de audioguías.
- 5% tienda de regalos y cafetería.
- 32% subvenciones públicas⁵¹.
- 19% proviene de aportaciones privadas.
- 6% otros ingresos.

No solo reciben dinero público a través de subvenciones sino que muchas veces los edificios en los que se encuentran son estatales y están cedidos gratuitamente, o los gastos de los museos corren a cuenta de los presupuestos públicos, por lo que su financiación de forma más o menos variable, depende en gran proporción del erario público.

⁵⁰ http://verne.elpais.com/verne/2014/11/05/articulo/1415169871_000070.html

⁵¹ Presupuestos Generales del Estado (2015), Sección 18 Organismo 301

Como gran parte de las subvenciones que reciben los museos están destinadas a la adquisición de obras, muchas de ellas de artistas vivos, actúan como mecenas de estos.

Hay que decir, sin embargo, que los museos están empezando a actuar como auténticas multinacionales, dos ejemplos sirven para describir esa situación. En primer lugar, muchos de ellos han comenzado a recibir patrocinios de marcas comerciales para, entre otras cosas, dar nombre a algunas de sus salas⁵². Práctica que ha ido más allá e incluso algunos museos recogen el nombre de una empresa en su denominación como el Museo Guggenheim de Berlín que se llama Deutsche Guggenheim Museum.

A su vez, principalmente los museos norteamericanos, han comenzado a abrir sucursales en otras partes del mundo, siendo el mayor exponente de ello el mencionado museo Guggenheim con la apertura de franquicias en el centro de Nueva York, el Guggenheim Museum SoHo; en Venecia, la Peggy Guggenheim Collection; Bilbao, el Guggenheim Museum Bilbao y Alemania, el Guggenheim Museum Berlin.

“A cambio de prestar sus servicios de comisariado artístico y sus obras de arte a sus sucursales, el Guggenheim Museum de Nueva York recibe dinero de sus colaboradores extranjeros, así como adquisiciones de arte, compradas conjuntamente o pagadas en exclusiva por sus sedes extranjeras. En otras palabras, al igual que con otras formas de concesión comercial de franquicias, el Guggenheim está explotando su marca y conocimientos (esto es, servicios de comisariado artístico) para obtener beneficios” (Wu, 2007, pp. 331).

Lo que ha suscitado no pocas críticas en los círculos culturales por considerar que con esta privatización del arte se viola su espíritu. Una periodista de *The New York Times* llegó a afirmar cuando el Guggenheim SoHo bautizó cuatro de sus salas como Deutsche Telekom Galleries que era “como vender una parte de su alma para ofrecer esta estampa particular de turbación futura” (Wu, 2007, pp. 330).

En un momento en que el gasto público está en el foco de atención por los problemas de deuda soberana que afrontan los principales países desarrollados, que el mundo de las artes busque un modo de financiación

⁵² Wu (2007), p. 330

privado no es una alternativa sino la salida natural para preservar las colecciones con que cuentan los museos y que éstos puedan continuar abiertos al público.

Viendo de forma general el panorama actual se puede afirmar que la demanda de arte está más beneficiada que la propia producción de arte. Esto es, que los demandantes de arte reciben mejores condiciones de financiación que los oferentes. Puesto que los museos e instituciones similares se nutren de dinero público y los compradores de arte obtienen ventajas fiscales en sus compras. Ventajas con las que no cuentan los artistas.

La explicación de esta desigual situación se puede encontrar en que las decisiones de los gobiernos vienen marcadas, en gran parte de las ocasiones por las presiones de distintos grupos sociales. Siendo mucho mayor la presión que ejercen las grandes fortunas y los museos que los artistas.

Como justificación de la ayuda estatal que deben recibir las artes, y en particular los museos se pueden dar una serie de argumentos⁵³, no exentos de crítica, que sintetizados serían los siguientes:

- El arte es un bien público, en tanto que, puede ser utilizado por una persona sin que haya menos para otros, a nadie se le puede negar su acceso y todo el mundo debería utilizarlo. De ahí que sea necesaria la intervención del Estado por la dificultad para fijar un precio en el mercado y por la extensión de su beneficio. Los que han defendido esta postura han dicho que el arte forma parte del patrimonio del país. Se defiende que lo que debe ser subvencionado es la acción de crear este arte, lo que contribuirá a incrementar ese patrimonio.
- El arte genera externalidades positivas, el mercado no permite aprovechar adecuadamente este tipo de externalidades reduciendo sus efectos.
- Si el acceso al arte no estuviera subvencionado habría diversas capas de la sociedad que no podrían conocer de primera mano las obras. Sin embargo, a pesar de estas subvenciones la afluencia a museos no es

⁵³ Grampp (1991), p. 219

mayoritaria ni mucho menos. El Prado nunca ha llegado a alcanzar los 2.000.000 de visitantes españoles al año⁵⁴, existiendo incluso días en que la entrada es gratuita. El porcentaje de población española que afirma visitar un museo al año es del 31%⁵⁵. Por lo que el dinero no parece ser la causa de que existan sectores que no conozcan el arte.

- El mantenimiento del patrimonio y el legado cultural de un país debe ser incentivado. Sin la existencia de subvenciones a la conservación de determinados bienes, muchos de ellos acabarían desapareciendo por no ser económicamente rentable su posesión. En España incluso esta ayuda se materializó en una ley la de 30/1994, de 24 de noviembre, de Fundaciones e Incentivos Fiscales a la Participación Privada en Actividades de Interés General, que regulaba específicamente una deducción fiscal aplicable a las cantidades donadas a las Administraciones, entes públicos o entidades sin ánimo de lucro, para la conservación, reparación y restauración de los bienes que formaran parte del Patrimonio Histórico Español. Su sucesora, la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de Régimen Fiscal de Entidades sin Fines Lucrativos e Incentivos Fiscales al Mecenazgo no menciona expresamente ese fin pero sigue siendo aplicable.

5.2. GRANDES FORTUNAS

El papel de las grandes fortunas como mecenas del arte tiene una gran relevancia en el panorama actual. Si bien existen una serie de intereses económicos que fomentan esa actitud.

La donación de obras de arte a museos y otras instituciones, así como el patrocinio de programas, salas o exposiciones están altamente fomentados en la legislación fiscal con fuertes incentivos que las hacen atractivas y ventajosas. En España las donaciones pueden suponer una deducción de hasta el 25% del valor de la donación en el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas⁵⁶.

⁵⁴ Instituto de Estudios Turísticos (2008), P. 16

⁵⁵ McAndrew (2014), p. 35

⁵⁶ McAndrew (2014), p. 64

A su vez las grandes multinacionales añaden un factor publicitario a este mecenazgo. A través del patrocinio de museos y galerías, financiando el arte, unen su imagen a la de marcas tan prestigiosas como lo son los mayores museos del mundo que cuentan con una elevada reputación. Logrando con ello campañas de marketing de gran éxito. Un claro ejemplo de ello se encuentra en el mencionado Museo Guggenheim de Berlín.

Utilizan el arte con fines propagandísticos de forma similar a como en el Antiguo Régimen hicieron los Medici para constituirse en el poder de Florencia, los Austrias para extender su imperio en toda Europa o la Iglesia Católica para luchar contra la Reforma Protestante.

5.3. EL MERCADO DEL ARTE

El mercado del arte en los últimos años se encuentra en una línea de marcado crecimiento. Entre 2003 y 2013 sus ventas aumentaron un 68% en España y un 155% a nivel global⁵⁷. El menor crecimiento español respecto a la media se explica en gran medida por la recesión que ha sufrido nuestra economía, siendo su crecimiento negativo durante varios años.

Destaca el peso que tienen en este mercado las obras de arte contemporáneo y de posguerra, en gran medida por la mayor abundancia existente. Sin embargo, el precio medio de las obras de Grandes Maestros sigue siendo superior.

Las ventas que se producen en el mercado son mayoritariamente de obras de menos de 50.000€, siendo las ventas millonarias la excepción.

A nivel global, los principales mercados son Estados Unidos, China y Reino Unido; seguidos a cierta distancia de Francia, Suiza y Alemania.

⁵⁷ McAndrew (2014), p. 8

6. CONCLUSIONES

La primera conclusión obtenida de la realización del trabajo es que el mecenas como figura caritativa y altruista raramente ha tenido lugar, detrás de todo mecenazgo había una serie de intereses que no siempre eran económicos sino que podían ser de cualquier otro tipo. Por lo que hay que desmitificar esta figura sin restar ninguna importancia a su papel en el desarrollo del arte. Ha sido una relación de la que ambas partes, persiguiendo sus propios intereses, se han beneficiado. Por lo tanto, hay que ver al mecenas como un comprador de arte, no como un benefactor o protector de artistas.

Cuando se dice que no siempre el mecenas tenía fines económicos hay que pensar en el papel propagandístico y divulgador del arte. Las obras han servido de medio de difusión de mensajes a lo largo de la historia sirviendo a su vez para mejorar la imagen de una monarquía, un linaje, una confesión religiosa o una empresa.

Por otra parte, la influencia que han tenido estos mecenas en el desarrollo del arte y el influjo que han tenido en la realización de obras no tiene ninguna discusión. Ello al fin y al cabo es lo mismo que decir que la demanda ha terminado condicionando la oferta, lo que iguala este sector a cualquier otro económicamente hablando; donde confluyen unos oferentes que se intentan adaptar a la demanda satisfaciendo sus necesidades para mejorar competitivamente.

Desde el punto de vista de estos oferentes, los artistas se han beneficiado de los mecenas que les han aportado por lo general una mayor garantía económica para poder desarrollar su obra; lo que no obsta para que desde un punto de vista artístico-cultural se pueda decir que en determinados casos hayan limitado la libertad artística del pintor.

A su vez, asumiendo una óptica más artística, cabe destacar cómo la concepción política y religiosa de cada Estado ha influido en el estilo artístico que se ha desarrollado.

Por último, y volviendo a una visión más financiera, la utilización del arte como medio de inversión es altamente discutible por su baja rentabilidad media

así como por los riesgos que lleva aparejada. De ahí que el gasto en este tipo de bienes atienda a otras razones, como la publicidad y mejora de la imagen, más allá de las económicas. Hoy en día empresas y particulares utilizan el arte como una herramienta más de marketing con la que promover su marca.

7. BIBLIOGRAFÍA

- CHECA CREMADES, Fernando (coord.) (1999): *Felipe II, un monarca y su época: un príncipe del Renacimiento (catálogo de la exposición) Museo Nacional del Prado, 13 de octubre de 1998 – 10 de enero de 1999*. Madrid, Sociedad estatal para la conmemoración de los centenarios de Felipe II y Carlos V.
- ENCISO ALONSO-MUÑUMER, Isabel (2007): *Nobleza, poder y mecenazgo en tiempo de Felipe III: Nápoles y el Conde de Lemos*. San Sebastián de los Reyes, Actas.
- FREY, B. y CUENI, Reto (2013): *Why Invest in Art. The Economists' Voice 2013*.
- GRAMPP, William D. (1991): *Arte, inversión y mecenazgo: un análisis económico del mercado del arte*. Barcelona, Ariel.
- HOLLINSWORTH, Mary (2002): *El patronazgo artístico en la Italia del Renacimiento: De 1400 a principio del siglo XVI*, Madrid, Ediciones Akal.
- INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS (2008): *Museo del Prado: Informe anual 2008*.
- MAÑUECO SANTURTÚN, Carmen (coord.) (2009): *Mecenazgo y poder en la España del siglo XVI: colecciones del Museo Arqueológico Nacional*, Segovia, Ministerio de Cultura.
- MCANDREW, Clare (2014): *El mercado español del arte en 2014*. Barcelona, Fundación Arte y Mecenazgo.
- SUREDA, Joan (2006): *La gloria de los Siglos de Oro: Mecenas, artistas y maravillas en la España Imperial*, Barcelona, Lunwerg editores.
- TREVOR-ROPER, Hugh (1992): *Príncipes y Artistas: Mecenazgo e ideología en cuatro Cortes de los Habsburgo: 1517-1623*. Madrid, Celeste.
- URREA FERNÁNDEZ, Jesús (coord.) (2000): *Arte y mecenazgo*. Valladolid, El Norte de Castilla.
- WU, Chin-tao (2007): *Privatizar la cultura: la intervención empresarial en el mundo del arte desde la década de 1980*. Madrid, Akal.

7.1. WEBGRAFÍA

- EL PAÍS (2016): *500 millones de dólares por dos cuadros*. Disponible en http://cultura.elpais.com/cultura/2016/02/18/actualidad/1455830675_596061.html [consulta: 6/03/2016].
- EL PAÍS (2016): *Robadas cinco obras de Francis Bacon en pleno centro de Madrid*. Disponible en http://cultura.elpais.com/cultura/2016/03/11/actualidad/1457725322_716425.html [consulta: 13/03/2016].
- EL PAÍS (2016): *Si quieres contribuir con el arte, tómate un café en un museo*. Disponible en http://verne.elpais.com/verne/2014/11/05/articulo/1415169871_000070.html [consulta: 3/03/2016].
- GOBIERNO DE ESPAÑA (2015): *Presupuestos Generales del Estado*. Disponible en https://content.museodelprado.es/imagenes/proyectos/personalizacion/7317a29a-d846-4c54-9034-6a114c3658fe/cms/pdf/presupuesto_ingresos_2015.pdf?_ga=1.261978382.223863373.1458065067 [consulta: 15/03/2016].