

EL GUSTO COLECCIONISTA ACTUAL EN TORNO A LA MONEDA JULIO-CLAUDIA Y FLAVIA

Patricia LABRADOR BALLESTERO*

Ana VICO BELMONTE**

Agustín MARTÍNEZ PELÁEZ***

Fecha de recepción: 17/04/2023

Fecha de aceptación: 09/10/2023

Resumen

El objetivo de este trabajo de investigación es conocer las diferencias existentes entre las preferencias coleccionistas actuales y su repercusión en el mercado, realizando un estudio comparativo del mercado numismático en el ámbito internacional europeo de las dos primeras dinastías del Imperio Romano, la Julio-Claudia y la Flavia. Pretendemos establecer empíricamente cómo la iconografía y las representaciones monetales influyen en los mercados y las preferencias de compra. Gracias a este estudio podemos inferir datos interesantes sobre la evolución del gusto de los coleccionistas europeos en el campo de la numismática romana, que en los últimos años se ha relacionado con el contexto social, económico y sanitario, así como ver cómo han evolucionado las tendencias de precios y ventas de estas piezas de coleccionista.

PALABRAS CLAVE: Dinastía Julio-Claudia, dinastía Flavia, moneda romana, mercado numismático, gusto coleccionista

Abstract

The aim of this research work is to find out the differences between current collecting preferences and their repercussion on the market, by carrying out a comparative study of the numismatic market in the European international sphere of the first two dynasties of the Roman Empire, the Julio-Claudian and the Flavian. We aim to establish empirically how iconography and monetary representations influence markets and purchasing preferences. Thanks to this study we can infer interesting data on the evolution of the taste of European collectors in the field of Roman numismatics, which in recent years has been related to the social, economic and health context, as well as see how the price and sales trends of these pieces have evolved.

KEYWORDS: Julio-Claudian dynasty, Flavian dynasty, Roman coin, numismatic market, collector's taste

1. Introducción

Las monedas se han convertido en grandes objetos de coleccionismo ya que tradicionalmente se han valorado por aspectos que superan su valor nominal; son fáciles de conservar y almacenar, se acuñan en metales como el oro y la plata –lo que también influye en sus tasas de revalorización– y son objetos de excepcional belleza, cargados de simbolismo e historia.

Las monedas romanas son uno de los pilares del mercado numismático actual, tanto en España como a nivel internacional. En las siguientes páginas los autores

* Universidad Rey Juan Carlos. E-mail: patricia.labrador@urjc.es

** Universidad Rey Juan Carlos. E-mail: ana.vico@urjc.es

*** Universidad Rey Juan Carlos. E-mail: agustin.martinez@urjc.es

analizarán las ventas, y con ellas el coleccionismo, de las monedas acuñadas por las dos primeras dinastías que gobernaron el Imperio Romano, los Julio-Claudios, y los Flavios, entre 2015 y 2020. Para ello, los investigadores tendrán en cuenta las características del mercado numismático en estos años, se centrarán en los precios de estas monedas y tratarán de dar una visión amplia de las múltiples variables que justifican el valor de estos artefactos. Para llevar a cabo este análisis, se han utilizado datos y resultados de ventas en subastas de cuatro casas numismáticas de relevancia nacional e internacional, que se comparan y muestran en una serie de gráficos a lo largo de este artículo.

Actualmente, el mercado numismático internacional muestra un escenario casi totalmente globalizado, donde los precios locales apenas difieren, independientemente de dónde se vendan. Hasta el siglo XX, las principales tendencias de coleccionismo se centraban en amasar una colección numismática completa sin importar la calidad individual de cada pieza. Sin embargo, desde la segunda mitad del siglo, los coleccionistas han dado mayor importancia a la calidad de las monedas; en este punto ha influido la tendencia coleccionista estadounidense, donde la calidad solía considerarse como la rareza de una moneda, un factor de motivación para la compra de monedas que se ha extendido progresivamente a los coleccionistas de otros países. Como resultado, la calidad media de los lotes ofrecidos en los mercados es actualmente de mayor calidad que antes (Vico Belmonte, 2021).

En este trabajo los autores muestran un estudio preliminar sobre las motivaciones de compra de los coleccionistas, realizado con el objetivo de seleccionar de forma eficiente los artefactos ofertados a través de las subastas numismáticas, tratando de seleccionar los bienes afines a los gustos de los coleccionistas y que presenten mayor rentabilidad en las ventas tanto en el mercado español como en el internacional. De este modo, se reducen los riesgos y las posibilidades de venta, incluso en tiempos inciertos como los actuales.

De todos los atributos que tienen las divisas y que se muestran como buenas opciones de inversión por la revalorización que generan, se ha elegido el tipo de divisa o representación, ya que es una de las que mayor peso tiene en la cotización. Para ello, se ha creado una base de datos con los resultados de las ventas en subasta de las monedas imperiales romanas de las dos primeras dinastías, ya que son las más valoradas en el mercado por su calidad e interés para los coleccionistas, al haber sido emitidas por emperadores tan conocidos y carismáticos como Augusto, Claudio, Nerón o Vespasiano entre otros. Esta base de datos recoge entradas de más de 130 subastas, celebradas entre 2015 y 2020, y cataloga más de 7.000 piezas numismáticas del periodo analizado por los investigadores, cuyo objetivo es reconocer los patrones de compra de los coleccionistas en función de la calidad, la iconografía y el poder de emisión, para ofrecer a los numismáticos una segmentación del interés de compra de los potenciales compradores.

2. Antecedentes

Históricamente, España ha sido uno de los países con mayor número de cecas numismáticas, especialmente entre los siglos XVI y XVIII, cuando se emitieron grandes cantidades de monedas con oro y plata procedentes de América. No es de extrañar, por tanto, que el mercado numismático español sea uno de los más dinámicos y de los que genera mayor volumen de transacciones del mundo. Sin duda, todo ello ha facilitado la proliferación de colecciones nacionales, motivadas en parte por la proximidad de su origen. Al mismo tiempo, ha inspirado la creación de otras muchas en el extranjero, como la colección Huntington, en Estados Unidos, que formaba parte de la extensa

colección de la *Hispanic Society* de Nueva York y que fue subastada en España, con lo que las monedas que la componían han pasado a engrosar otras muchas colecciones. Esto nos deja un mercado y un patrimonio dinámico con colecciones que emergen frente a otras que terminan.

El mercado del arte, y en concreto el de la numismática, mueve anualmente miles de millones de euros, en un mercado cada vez más amplio y competitivo. Por ello, cada vez es más necesario canalizar las ventas en formatos más eficientes para las inversiones de los marchantes. Este es el motivo de esta investigación en la que, a partir del estudio iconográfico de las piezas, los investigadores buscan patrones de comportamiento en las motivaciones de compra de los coleccionistas. Para ello, se ha creado una base de datos que recoge las ventas realizadas entre 2015 y 2020 en las principales casas de subastas de numismática antigua del mercado español e internacional.

Siguiendo el análisis de Frey sobre las motivaciones de compra de los coleccionistas (Frey & Pommerehne, 1989), conocemos que se promulgaron tres motivaciones principales de compra de los coleccionistas, centrados en la posesión, la contemplación y la ostentación de la obra. Dentro de estos factores, la idea de que un objeto acumulaba valor y nunca lo perdía permanecía siempre latente, como un factor añadido que multiplicaba el interés coleccionista por el artefacto. Ciertamente, la premisa del valor se cumple y las piezas numismáticas antiguas que aumentan de precio con el tiempo debido a su antigüedad, calidad, rareza y al metal precioso intrínseco en el objeto.

No obstante, el concepto de valor de mercado mantiene una cierta lógica económica, ya que nadie pagaría un determinado precio por un objeto, sabiendo que podría encontrarse en el mercado en un plazo razonable y en condiciones similares por un precio inferior. Para ello, los autores deben tener en cuenta que el valor de mercado no es la constatación de un hecho objetivo, como sería el precio pagado en una venta concreta. El valor de mercado es un cálculo o estimación de su valor, realizado por un experto, en base a unas circunstancias concretas, a unos hechos analizados en virtud de unos conocimientos técnicos, que le permiten emitir juicios de valor subjetivos sobre esas circunstancias, hechos y conocimientos. Por tanto, esta estimación debe estar siempre razonada mediante explicaciones sólidas para que el perito pueda justificar cada caso concreto hasta llegar a la valoración final, así como la selección de las piezas testigo y la procedencia de la venta.

Centrándonos en la definición del término, se descubre que la valoración de obras de arte y objetos de coleccionista es un proceso de estimación complejo, destinado a estudiar las posibilidades de mercado de una obra de arte, considerando diversos factores interrelacionados como la calidad artística, la autenticidad o la conservación, por citar los más relevantes. Se trata, por tanto, de una actividad interprofesional e interdisciplinar que requiere un equipo de profesionales con una sólida preparación humanística y otro equipo que objetivase los resultados trabajando con modelos decisionales y estadísticos, convirtiendo la información en matrices informatizables de las que se puedan extraer datos objetivos (Lozano, 1997).

Sin poder remitirnos a una extensa bibliografía sobre valoración numismática, son ya muchos los autores y teóricos que se han ocupado del tema, especialmente en prestigiosas publicaciones internacionales del ámbito de la economía y las ciencias empresariales. De hecho, desde finales de la década de los setenta del siglo pasado han proliferado los estudios sobre la valoración de obras de arte y objetos de colección, sin duda influidos por los buenos resultados de venta que el mercado empezaba a registrar en las subastas internacionales.

Estos estudios trataban sobre la rentabilidad generada por la compraventa de obras de arte y objetos de coleccionista, pero sobre todo de pinturas antiguas, como el análisis realizado por Stein que preveía una tasa de rentabilidad media del 1,6%, Bryan que postulaba un incremento rentable de hasta el 56%, o Baumol que volvía a una tasa de rentabilidad real del 0,55% (Stein, 1977) (Bryan, 1985) (Baumol, 1986). Sin entrar en las causas de estas diferencias en los porcentajes, los autores deben señalar que la razón radica en los diferentes parámetros y modelos elegidos para el cálculo. Por ello, a partir de los años noventa se desarrollaron estudios para encontrar la selección más adecuada de las variables que influyen en el valor de mercado de los diferentes bienes de arte y coleccionismo, como se puede comprobar en diversos estudios realizados en las últimas décadas, aunque estos tienen su origen en las investigaciones de Ganz y Berman, muy relacionados con el ámbito del coleccionismo americano (Ganz, 1980) (Berman & Schulman, 1983) (Coffman, 1991) (Agnello & Pierce, 1996) (Ginsburgh & Penders, 1997) (Vico Belmonte, 2010) (Vico Belmonte, 2015) (Vico Belmonte, Palomo Martínez, & Laguna Sánchez, 2015) (Labrador Ballestero & Vico Belmonte, 2019) (Labrador Ballestero, 2023).

En cuanto al valor de los activos numismáticos, estas publicaciones siempre han estado muy relacionadas con la inversión numismática y su relación con los mercados de metales preciosos, lo que llevó a un estudio de las monedas sin distinguir entre las monedas con valor numismático y las meramente de inversión en metales preciosos, también conocidas como lingotes. Esta analogía fue errónea al tratarse de dos tipos de bienes de distinta naturaleza y ha llevado a varios autores a realizar estudios poco funcionales para una estimación precisa del valor monetario de las piezas numismáticas. Los estudios de Caballer y de la Poza sobre los métodos de tasación numismática suponen un punto de partida en España para este tipo de estudios, hasta entonces, poco desarrollados en el ámbito académico español, donde la necesidad de un trabajo multidisciplinar para encontrar modelos de tasación eficientes había llevado a trabajos infructuosos y poco realistas que vuelven a ser abordados por diferentes autores en relación con las propuestas de revisión legislativa en el sector del mercado del arte tanto en España como en la Unión Europea (Caballer & Poza, 2010).

Por lo tanto, siendo un mercado en el que la oferta y la demanda definen el precio, el volumen de la demanda es siempre un agente de mercado que hay que analizar y conocer en profundidad, para aumentar la eficacia de las ventas tanto en la selección de los lotes a subastar como en lo que se va a llevar a una feria de arte. Es fundamental conocer el perfil de los coleccionistas y sus preferencias para ofrecer este tipo de piezas y reducir los riesgos para la empresa ante el gasto que supone participar en ferias de alto nivel, así como en subastas. Estas variables, junto con algunas otras, se estudiarán en los siguientes apartados.

3. Análisis de las ventas de arte y objetos de colección

William D. Grampp, uno de los grandes impulsores de la Economía de la Cultura y en particular de la Economía del Arte, afirmó que cualquier objeto tiene valor en el mercado si mantiene alguna utilidad y demanda, basando su teoría en el concepto de la singularidad de la obra de arte y centrandó su función básica en la estética (Grampp, 1991). Reforzó la hipótesis de que, si la función de las obras de arte es la estética, cuanto más calidad artística tenga una obra, más debería valer. Sin embargo, otros autores proponen que la utilidad sólo podría considerarse en el supuesto de una adquisición realizada con fines de inversión o especulativos, casos en los que daría igual comprar obras de diferentes autores, sectores del mercado del arte o épocas, ya que

siempre tendrían la misma finalidad inversora o especulativa independientemente del producto en sí y se podría comparar con las referencias de coste de las piezas (Fernández Sánchez, 2008).

Esta discusión doctrinal nos obliga a concluir que valorar una obra de arte implica una tarea de reconocimiento de una creación y su relación con la demanda del mercado en virtud de sus propias características; autoría, material, tema/iconografía, dimensiones o calidad, entre otras; particularidades que deben ser valoradas y medidas individualmente para entender su impacto y ponderación en el precio final. Sin embargo, teniendo en cuenta el concepto de singularidad, cada obra es única y, por tanto, todas tienen precios diferentes. E incluso una misma obra, en función de las preferencias, puede ser valorada a diferentes precios, ya que será juzgada de forma diferente según los parámetros que cada uno elija determinantes de su precio.

Por eso, para muchos profesionales del mercado del arte, referirse a modelos de valoración objetivos es una utopía, porque las piezas valen lo que los clientes quieren pagar por ellas y, por tanto, fijan los precios en función de la demanda. Sin embargo, los modelos de valoración objetiva de tipo analítico, es decir, basados en estudios matemáticos de los diferentes factores que influyen en el valor de las piezas, nos ayudan a obtener estimaciones aproximadas muy cercanas a los precios de mercado.

Parece razonable suponer que, debido a la creciente globalización de los mercados del arte, concretamente tras la crisis de salud de 2020 provocada por la masiva transformación digital y la apertura a los mercados online, las empresas necesitan identificar los diferentes perfiles de coleccionistas, no sólo para adaptar la oferta según los parámetros de precio adecuados, sino también según el tipo de bienes que demandan.

En la actualidad, una importante mayoría de los marchantes de arte y coleccionismo se fijan en primer lugar en la demanda del mercado como principal característica para fijar el precio de una obra de arte. El elemento fundamental que marca el valor de mercado de la pieza es su calidad, que viene determinada tanto por su conservación como por su belleza artística. Pero la duda surge cuando, en niveles de calidad homogéneos, como ocurre en las ventas en subasta, los investigadores buscan motivaciones de compra más determinantes que generen una demanda efectiva.

En este estudio, los autores analizan la iconografía de las piezas para entender esta demanda y sus factores motivacionales. Para ello, se han seleccionado piezas raras con niveles de calidad similares, con el fin de conocer el peso que tienen las representaciones iconográficas en la demanda. Todo ello se analiza en el mercado de las subastas numismáticas donde los precios vienen dados por el volumen de demanda que representan las pujas obtenidas por los lotes vendidos.



Fig. 1. Áureo de Calígula acuñado en *Lugdunum*, ca. 37-38 d.C., RIC 9. Numismática Ars Classica, subasta 120, lote 705. Imagen tomada de Sixbid.

En este análisis los autores han elegido dos grupos distintos de piezas, ampliamente conocidos en el mercado, con una demanda constante, pero con variaciones dentro de cada grupo. La intención es analizar su imagen y poder aportar conocimiento sobre el grado de preferencia de los coleccionistas según el historial de precios realizado tanto en el mercado nacional como en el internacional. A continuación, los autores presentan una comparación entre dos grupos y las preferencias de los coleccionistas según los índices de precios en las subastas.

El coleccionismo de monedas de la dinastía Julio-Claudia siempre ha mostrado un alto índice de ventas, debido al carácter carismático de sus emisiones monetarias (fig. 1). A continuación, se exponen las características de los dos grupos seleccionados, mostrando el gran número de piezas que componen la muestra elegida y las particularidades que han llevado a su inclusión en el estudio, ya que son ideales para un análisis eficaz de las ventas.

4. Estadísticas de compra y venta para la dinastía Julio-Claudia

Entre las emisiones Julio-Claudianas se encuentran las monedas más importantes acuñadas en el Imperio Romano. Se han analizado los lotes de oro, plata y bronce ofrecidos en subasta. El anverso de estas monedas suele mostrar el retrato del emperador o de un miembro de la familia imperial, mientras que el reverso presenta diversas opciones tipológicas, como divinidades tutelares, monumentos representativos y victorias militares. Estas representaciones nos ayudarán a identificar las preferencias de los coleccionistas.

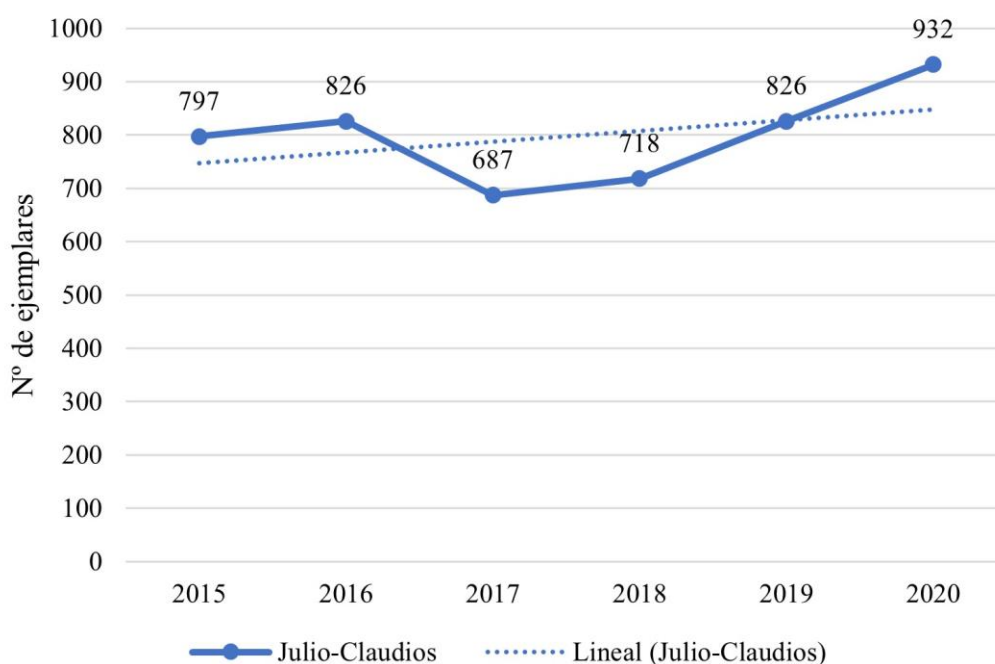


Fig. 2. Evolución de la oferta en subasta de piezas de la dinastía Julio-Claudia entre 2015-2020. Fuente: Datos y elaboración propios.

En el primer gráfico lineal (fig. 2) se muestra en una única línea azul continua cómo ha evolucionado la oferta en las subastas europeas entre 2015 y 2020 de piezas de la dinastía Julio-Claudia (43 a.C. - 68 d.C.), que incluye el reinado de cinco emperadores: Augusto, Tiberio, Calígula, Claudio y Nerón. El punto más alto de este

gráfico se encuentra en 2020, con un total de 932 piezas subastadas, mientras que su punto más bajo está en 2017, con 687 piezas. Detrás de esta línea principal, se encuentra otra línea de puntos, también en un tono más claro de azul, que muestra la tendencia que ha seguido esta oferta a lo largo de los años. A pesar del ligero descenso de 2017, para el que no hay explicación relacionada con ningún comportamiento concreto del mercado, es evidente que la oferta de piezas de esta dinastía ha ido aumentando de forma constante a lo largo del tiempo y los investigadores esperan que siga haciéndolo en los próximos años.

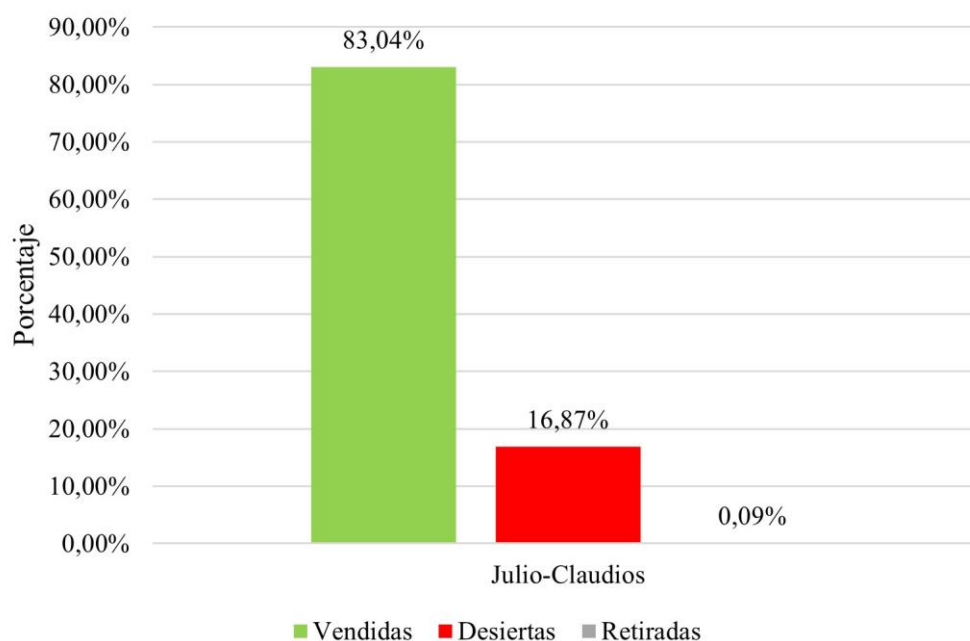


Fig. 3. Distribución de los resultados de las ventas de piezas de la dinastía Julio-Claudia entre 2015-2020. Fuente: Datos y elaboración propios.

A continuación, observamos un gráfico de columnas (fig. 3) en el que la oferta de piezas sacadas a subasta entre 2015 y 2020 se divide en tres series de datos: piezas que se vendieron, piezas que quedaron sin vender y piezas que se retiraron de la venta por diversos motivos. En el caso de los lotes vendidos, la dinastía Julio-Claudia tiene una gran aceptación entre los coleccionistas, ya que el 83% del total de lotes que se subastaron en estos años fueron comprados. De ellos, el 16,87% se quedó sin vender, mientras que un porcentaje ínfimo, inferior al 0,1% del total de lotes subastados, muestra las piezas que fueron retiradas de la venta antes de que se celebrara la subasta. Entre 2015 y 2020 se subastaron en el mercado europeo estudiado 4.786 monedas atribuidas a emperadores pertenecientes a esta dinastía. De este total, las representaciones iconográficas más numerosas encontradas son la del retrato junto a la religiosa, con un 29% y un 28% de las monedas estudiadas respectivamente. En tercer lugar, estaría la imagen alegórica, con un 20% del total, seguida de la epigrafía, con aproximadamente un 13% y, finalmente, la más escasa, serían las piezas monetarias con iconografía militar; que suponen únicamente un 10% (fig. 4).

Un elemento fundamental que tanto vendedores como compradores tienen en cuenta a la hora de catalogar una moneda o pujar por ella en una subasta es su estado de conservación. Este es, además, uno de los datos imprescindibles que deben aparecer siempre en la descripción de una moneda antes de salir a subasta. Como se puede observar en el gráfico anexo (fig. 5), dentro de las acuñaciones julio-claudias subastadas

en el mercado nacional, la mayor parte de las piezas analizadas (un 71,58%) fueron catalogadas con un estado de conservación muy bueno (MBC) mientras que, en contraste, este mismo estado ha supuesto únicamente un 37,88% de las piezas subastadas en las plazas europeas estudiadas.

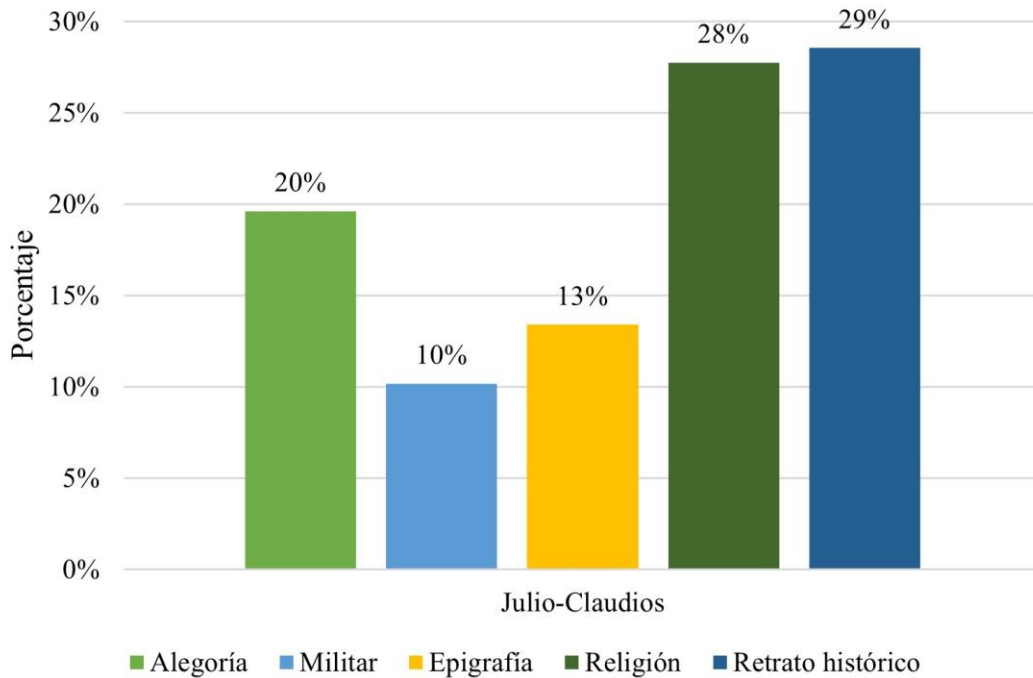


Fig. 4. Acuñaciones julio-claudias subastadas entre 2015-2020 en función de su representación iconográfica. Fuente: Datos y elaboración propios.

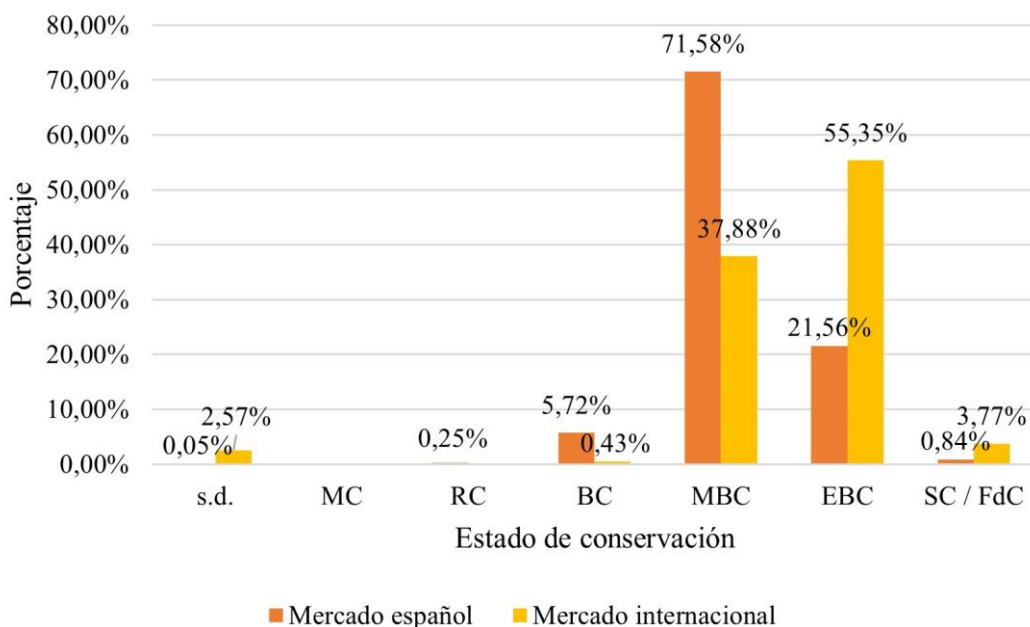


Fig. 5. Estados de conservación de emisiones de la dinastía Julio-Claudia subastadas entre 2015-2020. Fuente: Datos y elaboración propios.

Sin embargo, al detenernos en las piezas con una conservación excelente (EBC) vemos que son más habituales en el mercado internacional que en el español con cifras

de un 55,35% del total en y de un 21,56% respectivamente. Por último, las piezas de buena calidad (BC) apenas suponen el 5,72% y el 0,43% del total del mercado nacional e internacional. El resto de las clasificaciones sobre calidad, no aportan grandes valores al estudio, la de más alta calidad, las FdC con una conservación prácticamente perfecta, representan menos del 1% del mercado español y el 3,77% del europeo (fig. 6).



Fig. 6. Denario de Tiberio acuñado en *Lugdunum*, ca. 30 d.C., RIC 26. Gorny & Mosch, subasta 269, lote 1012. Imagen tomada de Sixbid.

Por otro lado, las piezas de baja o mala calidad, RC y MC, apenas se ven en el mercado ya que no despiertan el interés de los coleccionistas, que prefieren piezas en las que la imagen sea claramente visible, así como cecas que conserven, al menos en parte, la belleza intrínseca que las caracteriza. Para las primeras solo hemos podido encontrar un 0,25% dentro de las cifras españolas y ninguna pieza con mala conservación. Por último, a pesar de ser un dato fundamental, los investigadores se han encontrado con algunos casos, aunque extremadamente raros, en los que no se encuentra, por lo que se han catalogado como s.d. (sin datos).

Por último, junto con el estado de conservación, otro factor fundamental para determinar el precio que puede alcanzar una moneda es su rareza o escasez. La mayoría de las monedas son comunes, como se puede ver en la imagen (fig. 7), representando casi el 70% del mercado español y el 70,13% del mercado internacional.

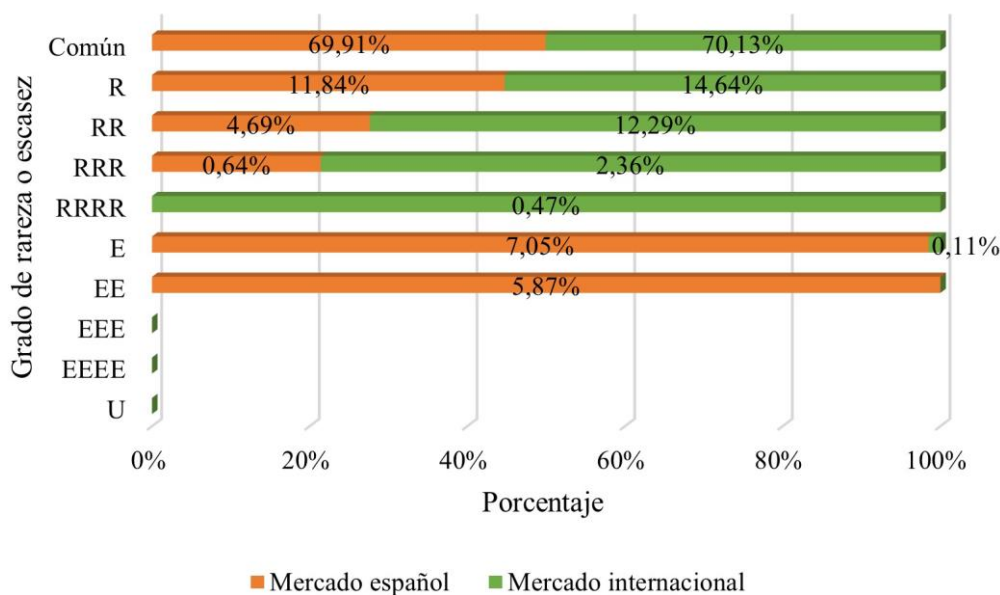


Fig. 7. Emisiones de la dinastía Julio-Claudia subastadas entre 2015-2020 en función de su grado de rareza. Fuente: Datos y elaboración propios.

A continuación, se encuentran las monedas raras (R), con las consiguientes clasificaciones, que son aquellas monedas de las que se sabe que se acuñaron pocos ejemplares. Este tipo de monedas tiene niveles similares en el mercado español y en el internacional, con un 11,84% para el primero y un 14,64% para el segundo. Cuanto más rara es una moneda, más difícil es encontrarla en el mercado. Aquellas piezas que son muy raras (RR), rarísimas (RRR) o extremadamente raras (RRRR) van reduciendo progresivamente su presencia en ambos mercados, aunque son siempre más habituales en subastas internacionales.

Lo contrario ocurre con las piezas escasas, que son aquellas de las que se conocen pocos ejemplares en el momento de la catalogación, pero esto no implica necesariamente que sean raras. Las monedas escasas y muy escasas (E y EE) son mucho más frecuentes en el mercado español que en el internacional; un 7% y un 6% (aproximadamente) frente a un 0,11% y un 0,00% respectivamente, hecho ligado especialmente a la considerable cantidad de piezas romano-ibéricas que se encuentran en las subastas españolas. Asimismo, cuanto más escasa es una pieza, más difícil es verla subastada; en el caso de los julio-claudios, no hemos constatado la presencia de emisiones escasísimas (EEE) o extremadamente escasas (EEEE).



Fig. 8. Quinario áureo de Calígula acuñado en *Lugdunum*, ca. 37-38 d.C., aparentemente sin catalogar. Numismática Ars Classica, subasta 111, lote 158. Imagen tomada de Sixbid.

Por último, las piezas que no aparecen en los catálogos tradicionales o que se consideran ejemplares únicos se encuentran esporádicamente en el mercado internacional, pero su presencia es insignificante en comparación con el volumen de piezas referenciadas anteriormente entre las piezas julio-claudias estudiadas (fig. 8).

5. Estadísticas de compra y venta para la dinastía Flavia

El conjunto de monedas acuñadas por los emperadores flavios es menos numeroso, también porque incluye las emisiones de un menor número de gobernantes. Es por este motivo y por tratarse de emperadores menos emblemáticos que los que componen el grupo anteriormente analizado, que sus precios oscilan, en términos genéricos, en parámetros inferiores de precios, debido a su menor demanda y eso tanto en el mercado español como en el internacional. En este segundo apartado, los investigadores han centrado su estudio, en las emisiones de los Flavios, repitiendo el mismo esquema de gráficos para la disertación de los datos que quedan recogidos en formato comparativo con lo anterior.

Iniciando de nuevo el análisis, se expone un primer gráfico de líneas (fig. 9) que muestra la evolución de la oferta de las acuñaciones de la dinastía Flavia (69 - 98 d.C.), que incluye a tres emperadores: Vespasiano, Tito y Domiciano, mostrando su evolución y oferta a través de subasta en el mercado europeo entre 2015-2020. En esta horquilla,

2019 se presenta como el año con mayor oferta de piezas emitidas por estos tres emperadores, mientras que 2018, con 288 lotes ofertados, se postula como el año con menor número de monedas flavias subastadas.

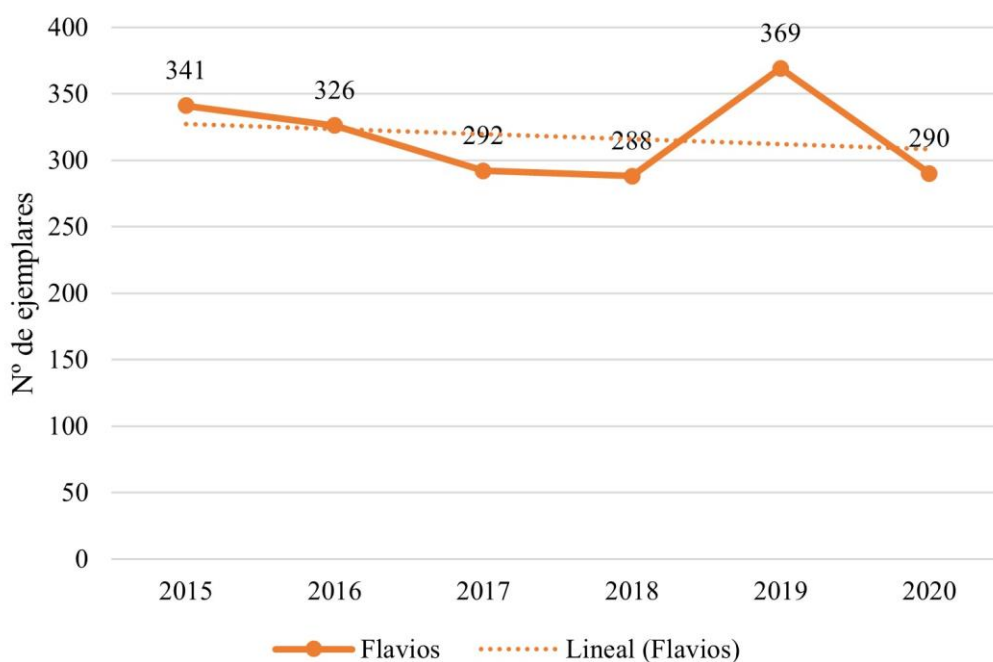


Fig. 9. Evolución de la oferta en subasta de piezas de la dinastía Flavia entre 2015-2020. Fuente: Datos y elaboración propios.

La línea naranja intermitente, muestra la tendencia que la oferta de estas piezas manifestó en el mismo periodo de tiempo, el cual, a diferencia de lo expuesto en el apartado anterior, supone un descenso de la oferta de monedas de esta dinastía. Este dato es interesante, puesto que en términos generales ya supone una diferencia entre el coleccionismo de ambos grupos dinásticos. Sin embargo, este aumento en 2019 y 2020 impide a los investigadores postular o prever una pauta para años futuros, ya que será necesario comprobar cómo ha evolucionado esta situación a lo largo del tiempo para descubrir si se trata de un ligero descenso puntual o de una disminución más prolongada de la oferta de monedas de la dinastía Flavia.

Como se aprecia en el gráfico (fig. 10) donde las columnas representan las ofertas en subasta entre 2015-2020, la división en columnas nos permite tratar tres series de datos de los que extraemos la siguiente información: piezas que se vendieron, piezas que se quedaron sin vender y piezas que se retiraron. En el caso de los lotes vendidos, los Flavios, al igual que la dinastía anterior tienen un alto nivel de aceptación entre los coleccionistas, siendo comprados el 80,11% del total de lotes que se subastaron en estos años. De ellos, el 19,89% se quedó sin vender y no se encontraron los lotes retirados.

Entre 2015 y 2020, se subastaron en el mercado europeo 1.906 monedas atribuidas a los Flavios (fig. 11). De las cuales, el 41% se corresponde a piezas relacionadas con la iconografía alegórica. Por detrás, con un 16% se encuentran las monedas religiosas y en las últimas posiciones tenemos las que muestran imágenes militares, con un 9%; los retratos de tipo histórico con un 8% y, finalmente, la tipología más escasa es la epigráfica, con sólo un 4% de las acuñaciones.

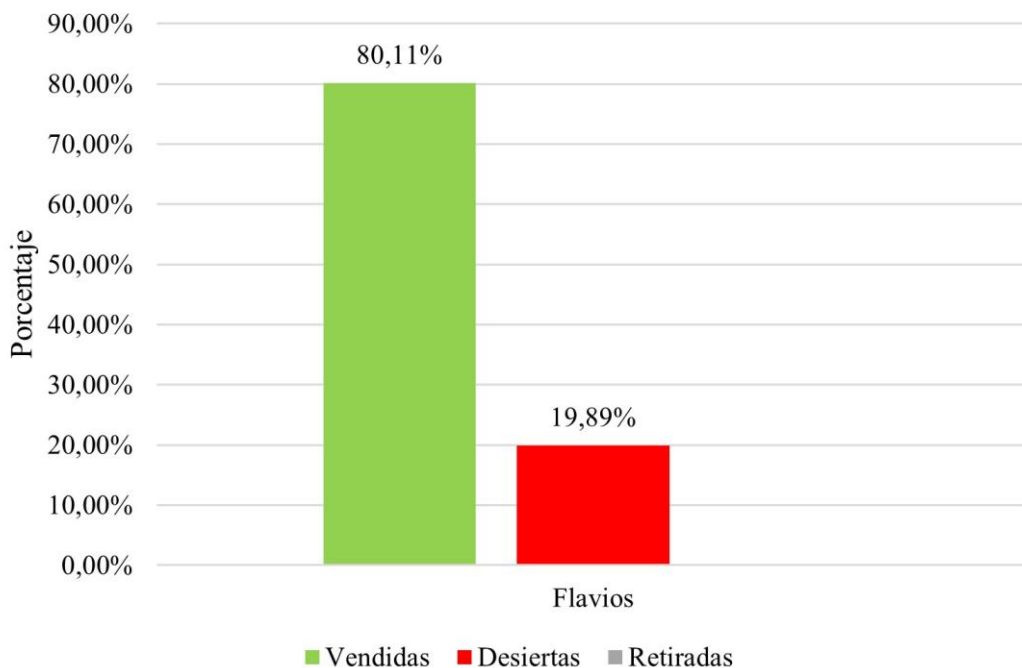


Fig. 10. Distribución de los resultados de las ventas de piezas de la dinastía Flavia entre 2015-2020. Fuente: Datos y elaboración propios.

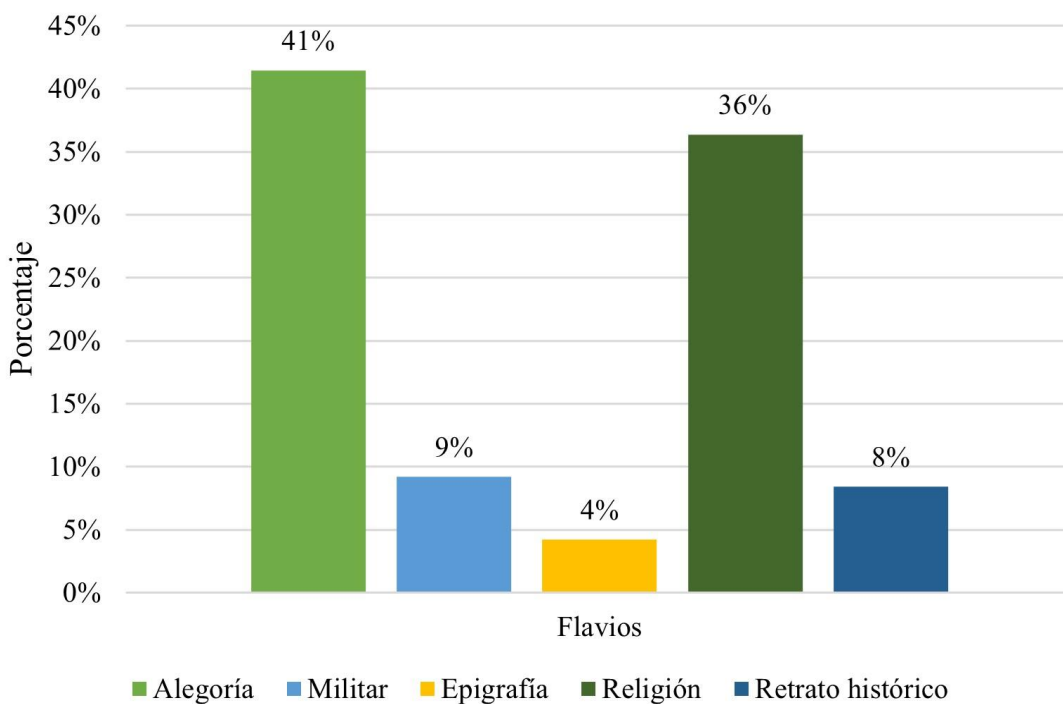


Fig. 11. Acuñaciones flavias subastadas entre 2015-2020 en función de su representación iconográfica. Fuente: Datos y elaboración propios.

Sin embargo, dentro de las acuñaciones flavias hay un tipo, concretamente un retrato, que es siempre de gran interés entre numismáticos profesionales, así como entre coleccionistas y compradores: las emisiones de Tito y Domiciano en cuyo anverso fue grabado el recién inaugurado anfiteatro de Roma. La singular belleza e interés histórico

de estos sestercios ha hecho que se encuentren entre las monedas romanas más codiciadas por los coleccionistas.

Nos encontramos ante un tipo emitido de forma muy puntual (después de época Flavia solo podemos verlo en emisiones bajoimperiales de Alejandro Severo o de Gordiano III, por ejemplo) del que, además, han llegado a nosotros pocos ejemplares ya que quedan muy pocos circulando de forma puntual en las ventas por subasta, lo que hace que habitualmente estas piezas alcancen remates astronómicos, aunque estos dependen también de la conservación de las acuñaciones, entre otros factores (fig. 12).

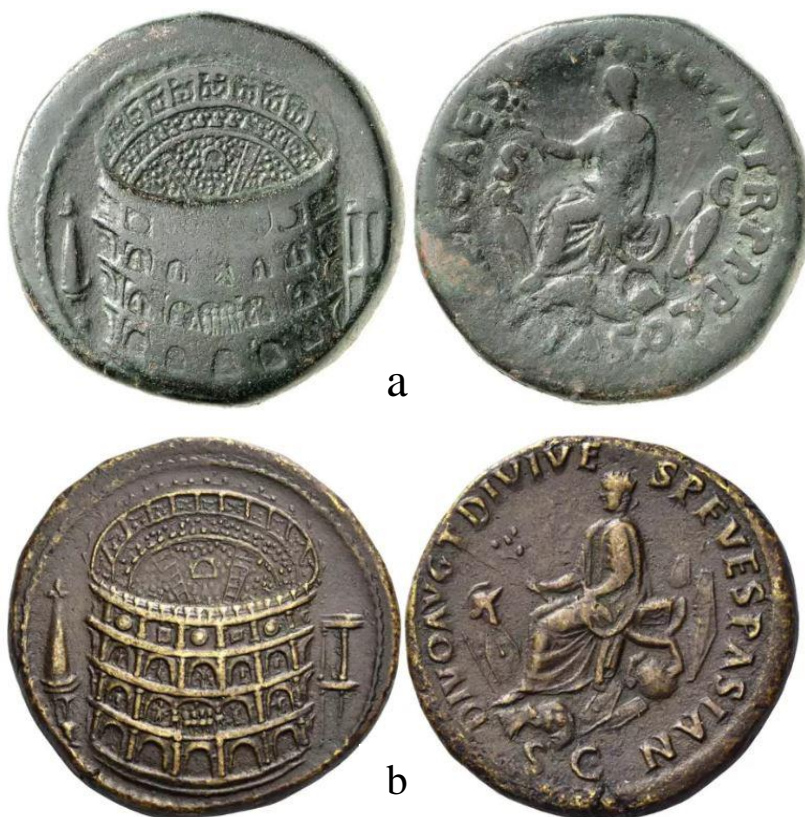


Fig. 12. a) Sestercio de Tito acuñado en Roma, *ca.* 80-81 d.C., RIC 184. Gorny & Mosch, subasta 240, lote 469. **b)** Sestercio de Domiciano acuñado en Roma, *ca.* 81-82 d.C., RIC 131. Numismatica Ars Classica, subasta 120, lote 735.

Imágenes tomadas de Sixbid.

Como se puede observar en el gráfico (fig. 13), en el caso de los flavios se repite la situación que ya veíamos con la moneda julio-claudia: en el mercado nacional es mucho más habitual ver piezas MBC (73,5%) que en el internacional (31,52%), mientras que con los lotes catalogados como EBC la situación se invierte, arrojándonos cifras de 20,9% y el 59,28% respectivamente.

Con respecto a las piezas de buena calidad (BC), éstas apenas suponen el 5% del mercado nacional de estos años y menos de 0,5% del europeo. En el otro extremo, la clasificación más alta, FdC, representa menos del 1% del mercado español, mientras que es una parte importante del mercado internacional, suponiendo más del 6% de los lotes que aquí se subastan, especialmente en Zúrich.

Por otro lado, no hemos encontrado en este estudio ninguna emisión flavia catalogada como de baja o mala calidad, RC y MC. Finalmente, en el mercado internacional hay casi un 2,6% de piezas que no llevan ningún estado de conservación

dentro de su catalogación y que se debe en una parte importante de los casos a lotes ofertados en la múniquesa Gorny & Mosch.

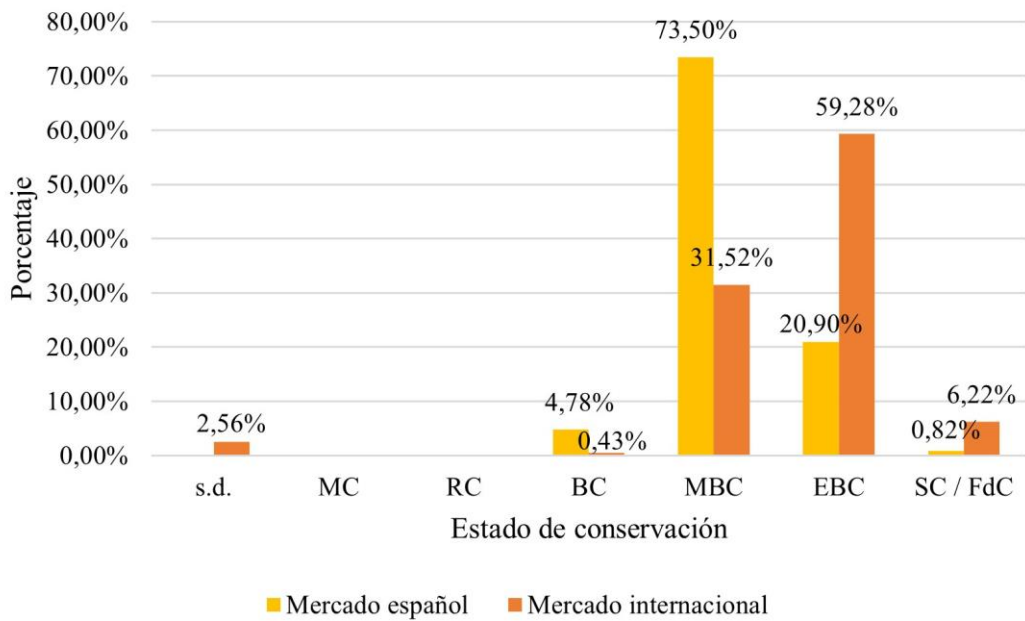


Fig. 13. Estados de conservación de emisiones de la dinastía Flavia subastadas entre 2015-2020. Fuente: Datos y elaboración propios.

Al igual que en el caso de los julio-claudios, la mayoría de las monedas son comunes, como se puede apreciar en la imagen (fig. 14), representando el 85,38% del mercado español y el 75,81% del mercado internacional. A continuación, están situadas las piezas consideradas raras, que en España suponen poco más del 5% del mercado, mientras que en términos internacionales esta cifra se eleva a casi el 11%. Las piezas con mayores grados de rareza (RR, RRR y RRRR) se ven mayormente en el mercado europeo, aunque tampoco en grandes cantidades.

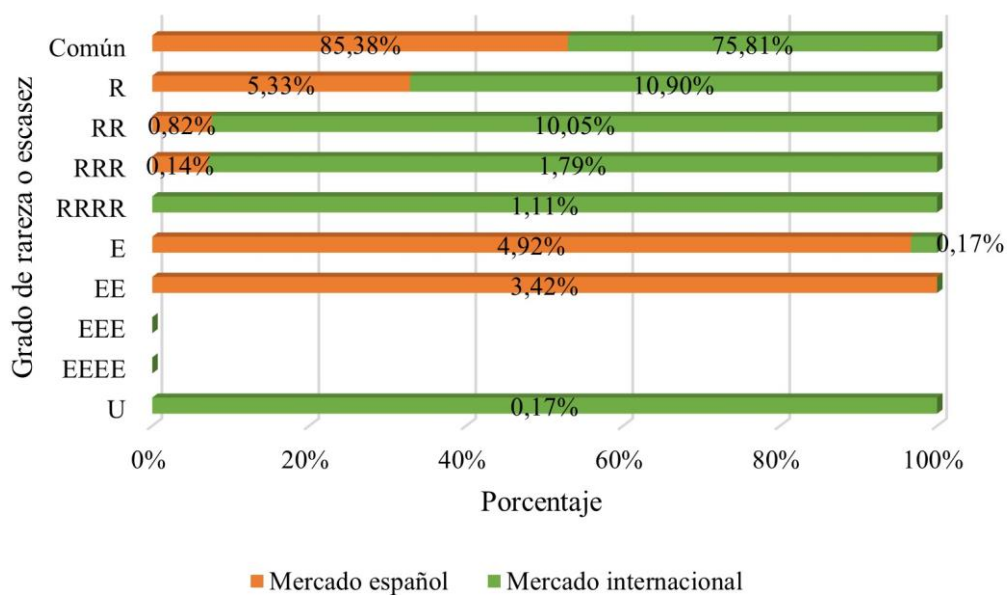


Fig. 14. Emisiones de la dinastía Flavia subastadas entre 2015-2020 en función de su grado de rareza. Fuente: Datos y elaboración propios.

Del mismo modo, y como se ha estudiado anteriormente, las monedas escasas y muy escasas (E y EE) son más comunes en el mercado español que en el internacional (4,92% y 3,42% respectivamente). A diferencia de la dinastía anterior, en el periodo flavio ya no existen cecas romano-ibéricas, por lo que esta variable requeriría un mayor nivel de estudio. Por último, las piezas únicas o no catalogadas anteriormente son una parte muy pequeña del mercado, no superando nunca el 0,2% del mismo.

6. Comparativa entre ambas dinastías y conclusiones

Siguiendo los datos anteriores, los autores encontraron un resultado eficaz en el análisis de datos para una venta eficiente. Localizando las características que determinan las preferencias de compra de los coleccionistas y las razones para ofertar unas piezas en lugar de otras en los diferentes mercados, tanto en España como en el internacional.

Este gráfico (fig. 15) muestra una comparación directa entre las dos dinastías estudiadas, mostrando las monedas subastadas en los mercados español y europeo según el metal del que fueron acuñadas. Para ambas dinastías se observa claramente que el oro es el metal con menor número de monedas acuñadas, con un 5,77% de las ventas en el mercado español y un 13,41% en el europeo en el caso de los Julio-Claudios y aproximadamente un 9% en el mercado español, que sube hasta el 15% en el internacional.

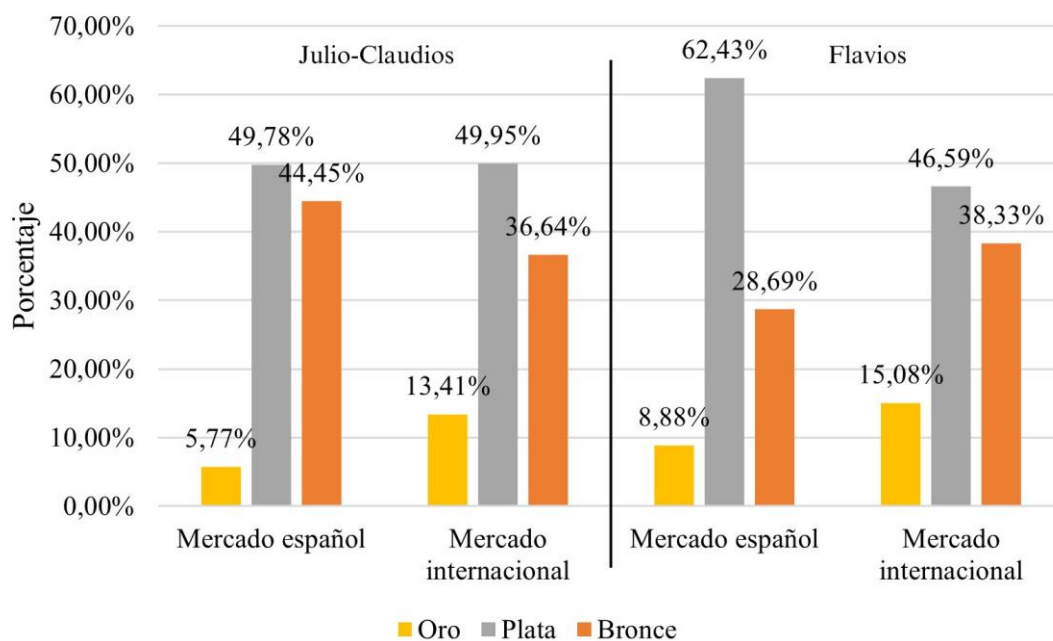


Fig. 15. Piezas por metal y dinastía subastadas entre 2015-2020.

Fuente: Datos y elaboración propios.

Las monedas de plata suponen alrededor del 50% de las ventas de las monedas julio-claudias en ambos mercados, mientras que para la dinastía Flavia se encuentran niveles ligeramente superiores en el mercado español, con un 62,43%, y un 46,59% del internacional. Por último, las monedas de bronce son más abundantes en el caso julio-claudio, con cifras cercanas al 45% y al 37% del mercado, mientras que las monedas flavias suponen entre el 28,69% y el 38,33% sobre el total.

El análisis histórico de las ventas muestra que las piezas más demandadas y que obtienen mejores resultados de venta en las subastas son las monedas de plata y bronce de mayor calidad, mostrando una clara preferencia en ambos mercados por las emisiones julio-claudias frente a las de los flavios, en las que incide el elevado volumen de la oferta, asignada en parámetros de precio más bajos.

En este último gráfico (fig. 16) los autores comparan las diferentes tipologías iconográficas comentadas anteriormente por metal y por dinastía. Empezando por el oro de la dinastía Julio-Claudia, la tipología más abundante es la del retrato histórico, con un 46% de las piezas. Le seguiría la iconografía religiosa, con un 28%, la alegoría, con un 12%, la epigrafía, con un 9% y la más escasa sería la iconografía militar, con un 6%. Para los Flavios, la alegoría es la representación más relevante, también con un 43% del total. Le siguen las imágenes religiosas, con un 37%, los retratos históricos, con un 13%, las imágenes militares, con un 7% y, por último, la epigrafía, que supone apenas un 1% del total.

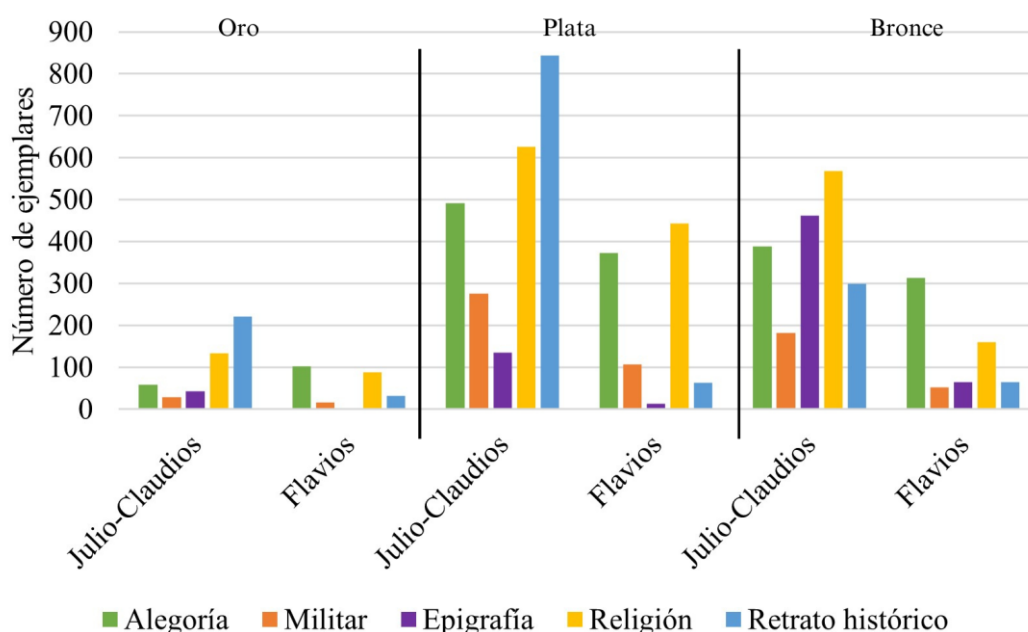


Fig. 16. Piezas por metal y dinastía subastadas entre 2015-2020.

Fuente: Datos y elaboración propios.

En el caso de la plata del periodo julio-claudio, se observa que el mayor número de imágenes corresponde a retratos (36% del total), seguido de escenas religiosas (26%), alegorías (21%), iconografía militar (12%) y epigrafía (6%). La iconografía más importante en las monedas de plata flavias es la religiosa, que representa el 44% del total. Le sigue la alegoría con un 37%, las imágenes militares con un 11%, los retratos con un 6% y la epigrafía con sólo un 1%.

Por último, haremos referencia a las monedas de bronce. Los Julio-Claudios lo utilizaron principalmente para representar imágenes religiosas (30%), seguido de cerca por la epigrafía (24%), la alegoría (20%) y los retratos de carácter histórico (16%); la iconografía más escasa en bronce es la militar, con un 10%. En cambio, para los Flavios, éste era el metal por excelencia para representar imágenes alegóricas (48%) y religiosas (25%). El resto de los tipos iconográficos se sitúan en una pequeña franja entre el 8% y el 10%.

En cuanto a la demanda coleccionista que existe en estos años para piezas julio-claudias y flavias, un análisis de los datos nos ha mostrado de forma evidente que hay

un interés particular por la amonedación augustea, incluyendo también las emisiones acuñadas en su época como triunviro. Podemos incluso afinar la demanda en este sentido, acercándola más a aquellas piezas de Augusto que muestran retratos o elementos religiosos.



Fig. 17. Sestercio de Calígula acuñado en Roma, *ca.* 37-38 d.C., RIC 33. Numismática Ars Classica, subasta 114 parte I, lote 604. Imagen tomada de Sixbid

Aparte del primer emperador, también hay demandas muy altas por piezas de aquellos emperadores que son especialmente conocidos por el público o que fueron más carismáticos, como sucede con Calígula, quien nos ofrece ejemplos muy claros como el primer áureo que referenciábamos en estas páginas y que muestra a su abuelo Augusto divinizado (fig. 1) o el sestercio que muestra a sus hermanas personificadas como divinidades protectoras y garantes de la prosperidad y la del Imperio (fig. 17). En general, este interés coleccionista es extensible a todos los emperadores de esta dinastía a excepción de Tiberio. Si bien tiene algunos tipos carismáticos, como el de Livia entronizada, su amonedación es más simple que la del resto de emperadores de esta dinastía.



Fig. 18. Áureo de Augusto acuñado en una ceca oriental, *ca.* 27 a.C., RIC 544. Numismática Ars Classica, subasta 86, lote 46. Imagen tomada de Sixbid

Por otro lado, el interés por las piezas flavias también parece ser menor en comparación con las primeras a pesar de que emisiones como la del Coliseo son tan excepcionales que marcan un punto de inflexión en el mercado, incluso por encima de algunas acuñaciones augusteas como la del cocodrilo en conmemoración de la anexión de Egipto (fig. 18). Este interés también podemos hacerlo extensible a las emisiones flavias que conmemoran la conquista de Judea, aunque al tratarse de una serie tan amplia, no hemos visto ningún tipo que resalte sobre el resto.

7. Bibliografía

Agnello, R. J., & Pierce, R. K. (1996). Financial returns, price determinants and genre effects in American art investment. *Journal of Cultural Economics* 20, 359-383.

- Ballestero, E., & Caballer, V. (1982). Il metodo delle due béta. *Genio Rurale XLV(16)*, 33-36.
- Baumol, W. J. (1986). Unnatural value or art investment as a floating crap game. *American Economic Review* 76(2), 10-14.
- Berman, N. S., & Schulman, H. M. (1983). *The investor's guide to United States coins*. Nueva York: Coin & Currency Institute.
- Bryan, M. F. (1985). Beauty and the bulls: the investment characteristics of paintings. *Economic Review of the Federal Bank of Cleveland*, 2-10.
- Caballer, V., & Poza, E. d. (2010). La Numismática como objeto de inversión y valoración. *Estudios de Economía Aplicada* 28(2), 1-21.
- Coffman, R. B. (1991). Art investment and asymmetrical information. *Journal of Cultural Economics* 15, 83-94.
- Fernández Sánchez, J. C. (2008). *Criterios básicos para la tasación y valoración de obras de arte*. Madrid: IART D-23.
- Frey, B., & Pommerehne, W. (1989). Art investments: an empirical inquiry. *Southern Economic Journal* 56(2), 396-409.
- Ganz, D. L. (1980). *The world of coins and coin collecting*. Nueva York: Scribner.
- Ginsburgh, V., & Penders, A.-F. (1997). Land artists and art markets. *Journal of Cultural Economics* 21, 219-228.
- Grampp, W. (1991). *Arte, inversión y mecenazgo*. Barcelona: Ariel.
- Labrador Ballestero, P. (2020). Una aproximación al mercado de las monedas del emperador Vespasiano y sus variables. *La Albolafia: Revista de Humanidades y Cultura* 20, 75-96.
- Labrador Ballestero, P. (2023). *Análisis e interpretación iconográfica de la moneda Julio-Claudia y Flavia vinculada a la demanda coleccionista entre 2015-2020*. Madrid: Universidad Rey Juan Carlos.
- Labrador Ballestero, P., & Vico Belmonte, A. (2019). Una aproximación al mercado de la moneda augustea y sus variables. *Revista Numismática Hécate* 6, 77-88.
- Lozano, J. (1997). Tasación comparativa de arte: el método beta. En C. Misseri, & Salvatore, *Economía y estética de la obra de arte*. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia.
- Stein, J. P. (1977). The monetary appreciation of paintings. *Journal of Political Economy* 85(5), 1021-1035.
- Throsby, D. (1994). The production and consumption of the arts: a view of cultural economics. *Journal of Economic Literature* 32(1), 1-29.
- Throsby, D. (2003). Determining the value of cultural goods: how much (or how little) does contingent valuation tell us? *Journal of Cultural Economics* 27, 279-281.
- Veblen, T. (1899). *The theory of the leisure class: an economic study of institutions*. Nueva York: Macmillan Company.
- Vico Belmonte, A. (2010). *La rentabilidad de las obras de arte: estudio de los entornos y métodos propicios para la venta de bienes artísticos y de colección*. Madrid: Universidad Rey Juan Carlos.
- Vico Belmonte, A. (2015). *El coleccionismo de antigüedades arqueológicas y numismáticas en España del prestigio a la inversión*. Madrid: Universidad Rey Juan Carlos.
- Vico Belmonte, A. (2021). La tasación de antigüedades arqueológicas. En A. Yáñez Vega, & I. Rodríguez Temiño, *¿Cuánto valen los platos rotos?: Teoría y práctica de la valoración de bienes arqueológicos* (pp. 33-52). Madrid: JAS Arqueología.

Vico Belmonte, A., Palomo Martínez, J., & Laguna Sánchez, P. (2015). *La rentabilidad de las obras de arte: estudio de los enormes propicios para la venta de bienes artísticos y de colección*. Madrid: Dykinson.

Vico Belmonte, A., Vico Monteoliva, J., & Francisco Olmos, J. M. (2021). Propuestas de métodos objetivos de tasación para piezas numismáticas. *Revista Numismática Hécate* 8, 276-294.