

La obra de arte: objeto simbólico y mercancía

JUAN IGNACIO RUIZ LÓPEZ

RESUMEN:

En una sociedad en la que la información sustituye frecuentemente a la realidad, la concepción de obra de arte como un punto central de interés para la sociedad espectacular actual se oculta bajo una serie de tópicos, aprovechados por el sistema artístico de forma dudosa. La reflexión sobre los aspectos estéticos de la obra de arte no deben eliminar otras ópticas, esenciales para la comprensión de la obra de arte en su mas amplia dimensión teórica y material.

Un cierto complejo tiende a eliminar del estudio de la obra de arte su consideración de objeto de cambio en un mercado que ha existido siempre. El eliminar la mirada al aspecto económico de la obra de arte sólo se acota la comprensión real del proceso artístico.

PALABRAS CLAVE: Símbolo, mercancía, sistema del arte, mercado.

ABSTRACT:

In a society in which the information replaces the reality frequently, the art work conception as a central point of interest for the present society is hidden under a series of topics, used by the artistic system of doubtful form. The reflection on the art work does not have to eliminate other optics, essential for the understanding of the work of art in this a umpter theoretical and material dimension.

KEY WORDS: Symbol, Merchandisg, system of art, market.

... separar la obra de arte del oro, liberar esta Andrómeda encadenada de las fauces del monstruo capitalista, el filisteo.

Mario Praz¹

El monstruo, después de todo, era en el fondo un monstruo muy gentil y quien sabe si Andrómeda, como la Andrómeda de Laforgue, no se haya, incluso, enamorado.

M. Arnold²

1 Tomado de **Ricossa, Sergio**, *Introduzione en I mercati dell'arte, aspetti pubblici e privati*, Turin, 1990. Pag. 51.
2 En *Il Tempo*. 22 de Mayo de 1975.

En 1857 Ruskin definía la obra de arte sobre la contraposición entre esta y el objeto industrial³, basándose en la originalidad de la obra y su producción no mecánica. Estas constantes son tenidas en cuenta todavía hoy a la hora de normativizar el arte en el Parlamento Europeo⁴. Sin embargo esta es una óptica desbordada ya en 1927, como quedó probado en el proceso *Brancusi contra los Estados Unidos de América*. El 21 de octubre de 1926 Marcel Duchamp llegaba a Nueva York con veinte esculturas de Constantin Brancusi para una exposición en la galería Blummer. De esta muestra Eduard Steichen compró una, mientras el resto volvía a Europa⁵. El problema surgió cuando la obra fue considerada por las autoridades aduaneras como mercancía no artística, no pudiéndosele aplicar el *Tariff Act* de 1913 por el cual las obras de arte entraban en Estados Unidos en total franquicia⁶. Esta normativa definía la obra de arte sobre tres puntos fundamentales: el primero, debía ser un original, no un múltiple, el segundo, debía estar realizada a mano y el tercero, no debía ser un objeto útil.

Esta escultura, *Pájaro en el espacio* era un bronce perfectamente pulido por procedimientos mecánicos y en ningún caso asemeja a un pájaro desde un punto de vista convencional. Finalmente ya en los tribunales, al objeto se le atribuyeron ciertas cualidades estéticas y se consideró una obra de arte, permitiéndose su ingreso en Estados Unidos sin pago de impuestos.

Diez años después se repitió un proceso similar en Inglaterra. Bajo la coordinación de Marcel Duchamp -siempre él- se organizó una muestra en la Guggenheim Jeune con obras de **Arp**, Gabo, Pevsner y Calder. Esta vez las obras conñictivas fueron de **Arp** y nuevamente de Brancusi⁷. En el caso inglés existía una diferencia fundamental, ya que la decisión no recaía en un juez, sino en James Bolivar Manson, en aquel momento director de la Tate Gallery. Este las rechazó negándoles la categoría de obras de arte, tras lo cual se generó un escándalo en prensa que llevó a su dimisión. En el origen de los dos asuntos encontramos a Marcel Duchamp⁸, precedente de las tendencias desmaterializadoras del arte en el siglo XX. Con estos dos asuntos ponía a los ojos de las sociedades americana y europea la necesidad de renovación de una concepción del arte puramente objetual, dotada de un aura tipificada en un tiempo ya caduco. Desde este momento la consideración de obra de arte pierde su sencillez y unicidad, como se analizará en este apartado, tratando de definir esa especificidad. Este cambio de la concepción de producto artístico se generaliza durante el siglo XX, y así encontramos válidos ejemplos de productos no considerados artísticos, sino artesanales o industriales en el siglo XIX y que desde los primeros años del pasado adquieren la calificación de obra de arte.

La obra de arte, desde un punto de vista kantiano, a diferencia del producto industrial y el artesanal no es reemplazable por otra igual, y su utilidad debe ser nula. A estas consideraciones, que presentan una panorámica compleja ya de por sí, debemos unir la antigüedad del objeto. No es esta una distinción del siglo XX: ya en la antigua Babilonia se tenía un aprecio especial a las

3 **Ruskin**, John, *Scritti*, Turin, 1991

4 Propuesta del Parlamento Europeo y del Consejo de Ministros, 13 de marzo de 1996.

5 **AAW**. *Memoria de un Sueño*. Murcia, 1994.

6 *Brancusi contre Etats Unis, un procès historique*. Extracto en *Giornale dell'arte* 148, octubre de 1996.

7 **Santagata**, Walter, *Simbolo e merce*. Tunn 1998. Pag. 13

8 Como apuntaba recientemente el profesor Castro Florez en comunicación oral, el peso de la teoría sobre la obra de Marcel Duchamp ha hecho que se pase por alto su labor como marchante de arte, así como la de comisario de exposiciones que resultaron ser fundamentales en la difusión de las tendencias europeas en Norteamérica. De estas dos vertientes del francés se nutrieron las grandes colecciones de arte contemporáneo estadounidenses.

obras de arte antiguas; en el Renacimiento, como apunta **Baxandall**⁹, se tenía noción de que un objeto de uso común que había sobrevivido al paso del tiempo era asimilable a la categoría de obra de arte¹⁰. Sin embargo, nos centraremos en el estudio de la obra de arte en los siglos XX y XXI, entendiendo la obra de arte antigua como una problemática distinta, pero que nos servirá para contrastar algunos puntos de vista, especialmente en lo referente al contenido simbólico.

El valor simbólico de la obra de arte es una piedra angular en el pensamiento Panofskiano. Para el padre intelectual de la corriente iconográfica, la clasificación se debe hacer desde dos puntos de partida: el objeto con un uso práctico y las obras de arte, que precisan de una valoración estética". El concepto *intention* distinguiría la obra de arte de aquel objeto útil, en base al interés por la idea. Estas conclusiones nos resultan válidas aún hoy día, pero la complejidad de los movimientos conceptuales en el último tercio del siglo pasado requieren una reflexión pausada: bajo los postulados panofskianos resulta muy complejo clasificar las obras de arte legales, el happening, el environment y otras tantas manifestaciones que en muchos casos están completamente exentas de una forma material y que frecuentemente son efímeras.

Significado y contenido estético, disociados, siempre con el precedente de Duchamp. Esto nos introduce en comentarios lingüísticos: el símbolo es un significante, que pertenece a un sistema. En 1959 **Gillo Dorfles**¹² abordaba la relación entre símbolo, signo y señal: el carácter simbólico adquirirá durante el siglo xx unas connotaciones particulares, considerando ciertas obras como sagradas en una nueva acepción del término, como se verá más adelante.

Durante todo el siglo XX se producen momentos de crisis que fuerzan nuevas miradas al concepto *obra de arte* y reflexionan sobre la disociación entre valores estéticos y simbólicos de la obra de arte y la cuestión económica. En 1959 y en el ámbito de la Internacional Situacionista, Pinot Gallizio, seguidor de Asger Jorn, llevaba a cabo una iniciativa destinada a diferenciar para siempre el valor económico del simbólico en la obra de arte". Esta consistía en la ejecución de pinturas industriales: a través de rollos de tela de aproximadamente 70 metros por 75 centímetros con un precio de 10.000 liras, buscaba crear una inflación en el mercado que hiciera descender el valor de las obras de forma significativa. Estas grandes telas, que se vendían al precio de costo hacían que el valor simbólico de la obra fuera gratuito. Sin embargo el sistema reaccionó con rapidez. Frente a la generosidad propuesta por Gallizio, el mercado buscó ávidamente estas obras de bajo coste, lo que propició una fuerte especulación con productos artísticos asequibles. En 1960 Gallizio era expulsado de la Internacional Situacionista, acusado

9 **Baxandall, Michael.** *Giotto y los oradores. La visión de la pintura en los humanistas italianos y el descubrimiento de la composición pictórica 1350-1450.* Madrid, 1996, pp. 83-103. Sin embargo encontramos esta afirmación ya en los escritos de la época, desde Alberti a **Vasari**, pero especialmente en Cellini, que en su *Me* alude con frecuencia a este tema, ya que él mismo actuó como marchante de obras de otros artistas en casos puntuales.

10 **Baxandall, M.** *Paintings and Experience in Fifteenth Century Italy.* Oxford, 1972.

11 **Panofsky** aborda esta cuestión a lo largo de toda su producción escrita, desde la alta Edad Media hasta la problemática del diseño en el automóvil, pero resulta esencial *La Historia del arte como disciplina humanística en El significado de las artes visuales.* Madrid, 1990.

12 **Dorfles, Gillo,** *Il divenire delle arti,* Turín, 1959, reedición de 1981.

13 Para el estudio de este fenómeno, **Santagata,** op. Cit. Se de la existencia de una tesis sobre el particular, llevada a cabo por **Agnese, M:** *Il contro-mercato di Pinot Gallizio,* Tesis de licenciatura en la facultad de Derecho de la Universidad de Turín, 1998 (inédita).

de haberse *involucrado en contactos y colaboraciones, en Italia, con ambientes ideológicamente inaceptables*¹⁴. La generosidad propuesta por el artista fue interpretada como una oportunidad excepcional para el mercado.

APUNTES SOBRE EL VALOR SIMBÓLICO DE LA OBRA DE ARTE. LA TRASCENDENCIA DE LO MATERIAL. LA OBRA DE ARTE COMO OBJETO AURÁTICO

Dentro de la banalización de las artes plásticas por la cultura de la información, resulta un bocado especialmente apetecible la agresión a las obras de arte. Es frecuente encontrar en los medios de comunicación de masas noticias referentes al ataque de un exaltado a un Malevich en Holanda, la agresión con spray a una obra maestra flamenca y casos similares.

Paradójicamente, recurrimos al arte antiguo para plantear una reflexión que resulta necesaria a la hora de valorar la poliédrica relación del hombre con la obra de arte. Este resulta un paso imprescindible para entender el valor que para una cultura la creación artística puede representar.

Durante el año 2001 la humanidad ha asistido con estupor a la destrucción de las dos estatuas gigantes de Buda por parte de los talibán, fundamentalistas musulmanes que controlaban Afganistán con un régimen dictatorial¹⁵. La destrucción de imágenes es una constante en la historia de las civilizaciones. Las razones son múltiples, y, en el caso de las imágenes religiosas, el estudio es sugerente, quizá más que en la retratística, en cuyo caso la razón fundamental —la ancestral *damnatio memoriae*— responde a impulsos obvios: eliminar, a través de la imagen, el recuerdo¹⁶.

Ya desde las vanguardias históricas, el carácter sagrado de la obra de arte es sustituido por otras cualidades igualmente místicas en algunos aspectos: la obra de arte adquiere una veneración por sí misma, como síntoma cultural y de creación pura. Es por esto que la reacción social ante los Budas destruidos nos resulta útil para comprender la recepción y la extrema importancia de la percepción del producto artístico por parte de uno de los elementos básicos del sistema del arte: el público, en esta ocasión un público fanatizado. En el caso de la imagen religiosa existen otros matices; motivos que van desde el miedo a lo desconocido hasta la celebración de una victoria, pasando por numerosas patologías. Si elevamos el círculo a las obras de arte en general, en el desarrollo de estas agresiones encontramos motivos políticos, reivindicaciones de toda índole o el ataque de la sufragista Mary Richardson a la Venus del espejo de Velázquez— agresiones mafiosas —como el de hace unos años a los Uffizzi de Florencia— o el deseo de un turista loco de mermar la *excesiva belleza* de la Pietá de Miguel Ángel.

En el caso de nuestra Guerra Civil, tras una sosegada revisión de todos aquellos hechos lamentables que acabaron con una buena parte del patrimonio artístico de la Iglesia, encontramos una asociación de ideas por parte del pueblo, que personalizó en las tallas de santos a un clero que hacía tiempo le *había* dado la espalda. La represalia no se limitó a las personas, también se intentó eliminar el símbolo, pese al incomprendido interés artístico.

14 Santágata, op. Cit. Pag. 16.

15 Ruiz López, J. I. «Iconoclasia Talibán» en *Revista de Arte*, www.hispanart.com, 2000.

16 Ruiz López, Juan Ignacio, «La destrucción de dioses ajenos» en CAVECANEM 12, Murcia, 2002.

Al llegar a este punto hemos reconocido la personificación en la imagen de una entidad superior, por lo que esta comparte su naturaleza divina, pero jamás contestaría a un argumento, no se la puede convencer, y por lo tanto debe ser destruida, eliminando así la inquietante presencia (imagen y prototipo, signo y significado inseparablemente unidos) de un elemento que nunca compartirá otra idea que la de su creador. Sobre esta consideración, es imposible plantear cuestiones estéticas, pedir al agresor que frene su ataque por el valor artístico, histórico o incluso económico de la imagen, porque para él no es una obra de arte, es la imagen que encierra el prototipo, o incluso la misma cosa¹⁷. Esta destrucción se lleva a cabo de forma rotunda, frecuentemente con ensañamiento, quizá porque inconscientemente el agresor contempla la posibilidad de que la imagen sobreviva, ante lo cual estaría perdido. La venganza de la divinidad sería terrible.

Aunque parezca sorprendente, podemos trazar un paralelismo entre la destrucción de imágenes en Afganistán y las llevadas a cabo en la España de los años treinta. Josep Renau, responsable de la ímproba tarea de preservación del patrimonio se lamentaba de la imposibilidad de concienciar a un pueblo con una altísima tasa de analfabetismo de que existen otros valores en aquellas obras de arte, quizá porque la iglesia había inculcado la idea desarrollada más arriba de la asociación del prototipo divino a la imagen elaborada por el hombre.

Partiendo de esta premisa, la obra de arte trasciende de lo material durante la mayor parte de la historia por razones religiosas. En la bifurcación cultural que se produce desde la reforma, esta concepción de la obra de arte será distinta en los países de **influencia** protestante, generando una relación con la obra de arte distinta a la planteada en los países meridionales, como todavía hoy se puede apreciar en las colecciones particulares históricas.

La cuestión del aura de la obra de arte ha sido tema central desde Benjamin¹⁸. El objeto artístico posee un aura que lo distingue claramente de su reproducción. Benjamin considera la reproducibilidad de la obra de arte positiva en un sentido pedagógico, pero plantea una cuestión que abre uno de los debates intensos del arte en el siglo XX: el aura del objeto artístico. En el momento en que escribía este ensayo magistral, el sistema no había desarrollado en toda su magnitud el potencial de los medios de comunicación de masas, que de manera arrolladora han condicionado la recepción de la obra de arte. Por otra parte, reflexiona Benjamin sobre la exclusividad de la obra de arte, única e irrepetible, asociada al genio creador. Este es, junto a la valoración estética, el argumento fundamental del sistema del arte en el posicionamiento del objeto artístico en su propia escala.

LA VALORACIÓN ECONÓMICA DE LA OBRA DE ARTE

Este apartado presenta una actividad ensayística notable en los último 30 años. Partiendo del trabajo de Gerald Reitlinger¹⁹, que estudia el periodo 1780-1970, fundamentalmente en Inglaterra, encontramos una revisión profunda de la valoración económica de la obra de arte.

17 Este tema se encuentra profusamente tratado en **Freedberg**, *El poder de las imágenes*. Madrid, 1996.

18 **Benjamin, Walter**, *La obra de arte en la era de su reproducibilidad mecánica*, en *Discursos interrumpidos I*, Madrid, 1992, pag. 17-59.

19 *The Economics of Taste*, vol I, *The Rise and Fall of Picture Prices 1760-1960, 1961*; vol. II, *The Rise and Fall of Objects d'art Prices since 1950, 1963*; vol. III, *The Art Market in the 1960's. 1970*. Londres, 1961-1970.

Estudios que sin embargo arrojan conclusiones frecuentemente contradictorias: la plusvalía es mayor en la obra de menor precio como inversión *arriesgada* y *rentable*²⁰. Esta sena una opción frente a la tesis que plantea lo imposible de acertar en una inversión en obras de arte²¹. Se han planteado incluso cálculos de la rentabilidad anual de una obra de arte desde el siglo XIX hasta hoy, arrojando cantidades cercanas a cualquier fondo de inversión²². Sin embargo, no se suele tener en cuenta que el sistema del arte, desde 1970 aproximadamente, ha variado y ha marcado una clara diferencia entre el arte antiguo y contemporáneo. En este último, la velocidad de los acontecimientos no puede ser comparada a la evolución y distintas fases de reconocimiento de artistas y obras en el arte antiguo. El estudio empírico de esta situación arroja una densa cantidad de datos, pero resulta compleja una uniformidad de pensamiento. Aparte de la problemática particular de la obra *per sé*, el coleccionista es heterogéneo, no siempre se mueve por estímulos económicos, lo cual convierte ya de entrada este factor en inestable, a tenor de diversos criterios.

Andrea Villani²³ propone que la obra de arte, de autores ya consolidados y afirmados en el mercado: aumenta su valor con el tiempo, el periodo de la vida del artista en que la obra ha sido realizada —según el autor, dependiendo del momento *emocional* y *expresivo*—, lógicamente, la *promoción*²⁴, al tamaño de la obra, la vigencia de las comentes estéticas en cada momento —que Villani compara con la moda— el sujeto representado o la composición en obras abstractas y la calidad técnica. Más adelante, Villani habla de las oscilaciones de precios en periodos cortos de tiempo, de la particular demanda del objeto artístico, la situación fiscal de cada país, que dificultaría la transacción con medidas como impuestos sobre la transmisión del patrimonio y la autenticidad demostrada. Por otra parte está el lugar de origen del artista. En este punto, el autor habla de nacionalidades, y en particular de la sobrevaloración de artistas en los mercados locales. Lógicamente, esta baremación atañe a artistas que aparecen con frecuencia en los circuitos, lo que descarta la obra de creadores por reivindicar por una parte y a artistas jóvenes por otra. Pero ¿Qué ocurre cuando el sistema ultra-capitalista norteamericano genera fenómenos como Jasper Johns o Julian Schnabel? En cualquier caso, queda demostrada una primera conclusión: el valor económico no sólo depende de la calidad intrínseca de la obra de arte —considerando como calidad la unión de los factores importancia en el contexto histórico, interés de lo expresado, resolución técnica y valoración estética— sino de la unión de múltiples elementos, factores dentro de un sistema. Ya antes del mito del genio artístico por antonomasia, Miguel Angel, encontramos en Plinio referencias escritas a la valoración económica de las obras de Apeles y Lisipo, basadas no sólo en la calidad a la que aludíamos de una obra concreta: en el caso de los dos últimos, el prestigio de pertenecer a la corte de Alejandro Magno representó un altavoz para sus méritos artísticos. Si seguimos esta línea, pasaremos por la inevitable figura de Giotto hasta Picasso.

20 Anderson, R.C. *Paintings as an investmente* en *Economic Inquiry*, 3, 1974. pp. 13-26.

21 Santagata, op. Cit.

22 Frey, B.S. y Eichenberger, R. . *On the rate of return in the art market: Survey and evaluation*, en *European Economic Review* 39, 1995. pp. 528-537.

23 Villanni, Andrea, *L'economia dell'arte*. Milán, 1978.

24 En este sentido Villani habla de *interventi promozionali e di advertising, cioè pubblicitari in senso lato, svolti attraverso mostre pubbliche o private nazionali o locali. Televisione, radio, stampa, pubblicazioni specifiche sul singolo autore o su gruppi di autori (considerato effetto lievitazione)*.

La situación de la obra de arte como producto financiero sufre un cambio radical con la normativización del sistema del arte. Entre marzo de 1987 y junio de 1990 se asistió a un proceso sin precedentes conocidos de mercantilización de la obra de arte. Se dio un fuerte aumento del volumen económico total y de las cotizaciones de las obras maestras. En 1990 se vendieron, fundamentalmente en Nueva York, 192 pinturas por más de 200 millones de pesetas, destacando en esta lista Picasso, del que se subastaron seis piezas por encima de los 2.800 millones. Las ofertas alcanzaron un grado de calidad importante, con unas plusvalías que llegan, en el caso de los impresionistas al 490% en cinco años. En comparación, las plusvalías de las acciones de esos años (24'5%) aparecen como una *anécdota*²⁵.

En 1988 se estableció una nueva constante en el funcionamiento del sistema del arte internacional: el arte contemporáneo sobre el clásico en las subastas. El dato de referencia inevitable es la venta en 1988 de obras de Jasper Johns por encima de los 17 millones de dólares²⁶.

Las subastas acapararon el flujo de obras maestras. A la galería le quedaba la opción de presentar la obra nueva de grandes maestros, o piezas que ocasionalmente ponían en el circuito sus clientes, por lo que la opción de mercado secundario perdía peso, a diferencia de la década anterior, en que estas piezas importantes solían pasar (por segunda vez en muchos casos) por manos de Leo Castelli, Betty Parsons o Sidney Janis²⁷.

En este nuevo panorama de subastas, en que lideran todavía hoy el sector Sotheby's y Christie's, el mercado japonés se convirtió en el destino de una parte importante del arte del siglo XX, y así en 1989, por ejemplo, Japón importó arte por valor de 225.000 millones. En medio de esta nueva situación, Sotheby's compró en 1990 por 142'8 millones de dólares los fondos de la galería Pierre Matisse.

En 1990 comenzó la debacle, que duró hasta 1997, aunque desde 1995 se notaron claros síntomas de recuperación. En esta crisis existen unos factores determinantes: subida de tipos de interés, reducción de créditos, liberación masiva de obra y retirada (en el mercado de subastas internacional) de los japoneses, que representaban el 40% de las *ventas*²⁸. Este nuevo mercado, necesariamente más conservador, volvió a la pintura antigua.

UNICIDAD-MULTIPLICIDAD: LA FOTOGRAFÍA COMO OBJETO ARTÍSTICO

Desde la Baja Edad Media, la difusión de la obra de arte, del prototipo, se produce gracias a la multiplicidad de la estampa —como ejemplo las xilografías alemanas— y mediante la copia, es fundamental la difusión de los *taccuini* o prontuarios medievales. Este proceso sigue su curso con la irrupción de la imprenta, consecuentemente el grabado y posteriormente el desarrollo de las técnicas litográficas hasta llegar a la fotografía. Ya en el siglo XVII el grabado llega a ser un bien preciado, como los casos recurrentes de Rembrandt y los estampadores holandeses, y en el XVIII son objetos codiciados y adquiridos en serie, como en el caso de Goya.

25 Art Index. 1991, 92 y 93.

26 Este fenómeno ha sido estudiado desde puntos de vista económicos, artísticos y periodísticos. Entre la bibliografía norteamericana destaca Hiden Guest, *Al Natural*. Madrid, 1999.

27 Hiden Guest, Op. Cit.

28 Sanchez Silva, C., «El arte sigue abaratándose y los ingresos de las casas de subasta caen en un 50%», en *El País Negocios*, 27-11-91.

En un determinado momento, a mediados del XIX francés, estos grabados se convierten en objeto de coleccionismo, buscados con ahínco por particulares que no pueden acceder a pintura y escultura. La obra gráfica original se presenta como una buena fórmula de poseer una colección mas o menos enciclopédica de grandes artistas al tiempo que se perfecciona la técnica con la aparición de la serigrafía. Lo que en un origen era un elemento de difusión, se convierte en una obra de arte. Paradójicamente, esto contradice las teorías de Ruskin sobre la unicidad de la obra de arte y nos hacen cuestionar la validez de la concepción tradicional de la obra, rodeada de ese aura benjaminiana.

Benjamin nos sirve de introducción para la fotografía en su consideración de obra de arte. Partiendo de que, al igual que el grabado, surge de una matriz común, que su edición es normalmente múltiple²⁹ y se lleva a cabo mediante procedimientos mecánicos, podemos llegar a dos conclusiones: la primera, la fotografía no es una obra de arte o bien, los planteamientos que acotan y definen el concepto de obra de arte están caducos. Para mediar en esta compleja cuestión se puede recurrir al sentido común, tras la observación de una fotografía de Cartier Bresson, Josep Renau, Jeff Wall o Philip Lorca Dicorcia comprendemos que el intento de clasificación y encapsulamiento de la obra de arte desde la Revolución Francesa ha topado con un elemento que rompe moldes en pro de la libertad expresiva, por encima del medio.

PROPIEDAD INTELECTUAL DE LA OBRA DE ARTE. APROXIMACIÓN A UNA PROBLEMÁTICA COMPLEJA

Si partimos de la premisa de que el artista es el propietario del contenido simbólico de la obra, podemos considerar este complejo apartado desde una analogía con los directores de cine o los compositores musicales. Desde una simplificación tal, podríamos decir que existen de forma general dos procedimientos de venta de una obra por parte de un artista: la venta de la obra y su derecho de reproducción; o bien la venta de la obra, separando de esta operación los derechos de reproducción. Paradójicamente, la situación más común es la venta de todo como **unidad**³⁰.

La obra de arte, símbolo y mercancía a la vez, tiene una circulación, regulada por una serie de instituciones que a la vez la legitiman. Esta circulación se encuentra regulada por el derecho civil y el comercial: se encuentran protegidas y en cierta forma controladas. En este sentido, es imprescindible revisar la compleja cuestión de los derechos del creador sobre su obra. Partiendo de la generalidad, sobre la que existe un relativo consenso internacional, el artista tiene dos opciones: 1) la venta de los derechos sobre la obra, y 2, la venta de los derechos sobre la obra pero conservando los derechos de reproducción de esta.

Hasta hace poco, la primera opción ha sido casi única, pero en la actualidad el artista mantiene una lucha abierta por el reconocimiento de los derechos de reproducción de sus obras.

Otro caballo de batalla para el artista es el derecho a un porcentaje sobre la plusvalía en sucesivas ventas de la obras que hace tiempo salieron de sus manos. En Francia este hecho se

²⁹ En la actualidad, tres son original, a partir de ahí baja su cotización y se consideran ediciones seriadas

³⁰ En España existen varias asociaciones que trabajan en este campo. Las más importantes son VEGAP y SGAE.

encuentra legislado, teniendo participación en posteriores ventas el artista, si bien la dificultad del mercado privado por su sentido particular de la discreción, lo deja casi al margen. Donde sí se aplica esta tasa (3%) es en las subastas, pudiendo ostentar este derecho tanto el artista como sus herederos. Este es un ejemplo de interés por los derechos de venta de la obra, estipulado desde tiempos de Luis XVII³¹.

Este *Derecho de seguimiento* se aplica de forma diferente en Italia, Francia, Alemania, Bélgica, Luxemburgo, España, Portugal y Dinamarca. No existe en Gran Bretaña, Suiza, Japón y Canadá. En Estados Unidos se aplica en el estado de California. Esta cuestión se debatió en el Consejo de Comisarios de la Unión Europea el 13 de marzo de 1996, decidiéndose por dieciocho votos contra uno una propuesta de directiva del Parlamento Europeo y del Consejo de Ministros relativa al *Droit de suite*, a favor del autor, sobre obra original³². En ese momento se establecía el 4% para obras de un valor entre 1.000 euros y 50.000, el 3% entre 50.000 y 250.000 euros y el 2% para obras que excedan los 250.000 euros. Estas cantidades deben ser abonadas por el vendedor, lo que representa un problema para marchantes y galeristas, poco favorables a esta opción. En la votación, el laborista Neil Kinnock votó a favor, lo que hacía pensar en un cambio de orientación de las tesis británicas³³.

En España se ha planteado en repetidas ocasiones la necesidad de un derecho de exposición. En 1994, un grupo de artistas españoles, entre ellos Tápies, firmaba un manifiesto en Zaragoza reclamando este derecho. En Inglaterra se encuentra regulado: el *Exhibition Payment Right*, acuerdo voluntario ente el *Art Council*, *Regional art* Boards y galerías subvencionadas con fondos públicos³⁴. La claridad de estas operaciones se ve dificultada por el carácter oral de la mayoría de acuerdos de venta de obras.

31 Santagata, op.cit. pag. 81.

32 Ibidem. Pag. 86.

33 Ibidem. Pag. 87.

34 Towse, R. *Protection of artists' Property Rights: Cause or Effect of Market Distorsion?* Artículo presentado en el 8th. *International Congress on Cultural Economics*, Witten/Herdecke. 1994.