

Índice

Brindis al sol	12
Dedicatorias	13
Prólogo	15
I. INTRODUCCIÓN AL MERCADO DEL ARTE	19
1. El concepto de arte que nos interesa	19
2. Bellas artes <i>versus</i> artes decorativas	20
Las bellas artes	20
Las artes decorativas.	22
Otros bienes artísticos	22
3. Apuntes sobre el inicio del mercado y su evolución histórica	22
II. LOS CICLOS DEL ARTE	25
1. El ciclo de la obra de arte	25
2. El ciclo del mercado del arte.	26
a. Los circuitos o canales de compra. Experiencias comerciales de Mun	28
a.1. El arte como inversión alternativa	28
a.2. Los particulares.	30
a.3. Colectivos de inversión	31
a.4. Colecciones de empresas	35
a.5. Institucional	39
a.6. Comerciantes.	44
b. Los circuitos o canales de venta	48
b.1. Comerciantes de arte y otros marchantes privados	48

b.2. Ferias de arte y antigüedades.	49
b.3. Los subastadores.	49
b.4. Artistas	51
b.5. Particulares	51
c. Los circuitos o canales de intermediación.	52
III. FUNDAMENTOS ECONÓMICOS DEL MERCADO DEL ARTE	55
1. La identidad económica de la obra de arte	55
a. Como mercancía o bien económico	55
b. Como mercancía de lujo.	56
c. Como bien cultural	56
2. El valor de la obra de arte.	57
a. Conceptos generales.	57
b. Valor relativo	58
c. Valor subjetivo.	59
3. El precio de la obra de arte.	60
a. La formación del precio. Fase estable e inestable del ciclo económico	60
b. La cotización del artista y de la obra de arte	65
c. Precios, cotizaciones y estilos artísticos	69
d. Componentes del precio. Costes, gastos y beneficio	71
4. Crisis económica y crisis del mercado del arte	72
a. Conceptos generales. Situación actual	72
b. Consecuencias para el mercado. Los cambios estructurales	74
c. La exclusividad y la excelencia: ¿factores anticrisis?.	75
5. El inventario o <i>stock</i> de obras de arte.	76
a. Conceptos generales sobre la capitalización en el arte	76
b. Acumulación de capital en el arte.	78
c. Situación del mercado nacional e internacional	79
IV. PROYECCIÓN EMPRESARIAL DEL COMERCIANTE DE ARTE	83
1. Los comerciantes o empresarios	83
a. Conceptos generales.	83
b. Propuesta de clasificación.	84
2. Situación actual de los comerciantes. Experiencias comerciales de Mun	86
a. Comerciantes privados (anticuarios y galerías).	86
b. Comerciantes públicos (subastadores)	87
c. Ferias de arte y antigüedades. Crisis interna del mercado.	88
d. Internet	97
e. Conclusiones	97
3. Propuestas de futuro para los comerciantes	99

a. La racionalización necesaria.	99
a.1. Capitales requeridos	100
a.2. Capitales propios versus capitales ajenos.	101
a.3. Ferias de arte y antigüedades.	102
a.4. <i>Marketing</i> y publicidad	103
a.5. Internet	103
a.6. Transparencia, comunicación e información	104
b. Las asociaciones profesionales	104
V. GLOBALIZACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN DEL MERCADO DEL ARTE.	107
1. Conceptos generales	107
2. Sociedades internacionales y <i>off-shore</i>	108
3. Puertos francos de Suiza	109
4. Minusvalías de una obra por limitaciones a su movilidad.	112
VI. LA INFORMACIÓN EN EL ARTE	117
1. Conceptos generales	117
2. Canales de información	117
3. La información como base de decisión en el mercado del arte	118
4. La irrupción de Internet en el arte.	120
VII. LA IDENTIDAD NACIONAL, LA POLÍTICA Y LO REGIONAL EN EL MERCADO DEL ARTE	123
1. El factor nacional	123
a. Introducción	123
b. Interacción nacional-internacional	125
c. El mercado norteamericano	127
d. El mercado español	127
2. El factor político y el regional.	130
a. El factor político	130
b. El factor regional	131
VIII. LOS RIESGOS DEL MERCADO DEL ARTE.	135
1. En el acto de la compra y la venta	135
a. Derivados de la identificación de la obra	135
b. Relativos a la documentación sobre la obra	135
c. Que conciernen al precio de la compraventa	136
d. Derivados de una venta futura	137
e. Sobre la exportabilidad de la obra	138
2. Documentación y catalogación.	138

a. Documentación y catalogación.	138
b. Especialistas, expertos y autenticaciones	139
c. Catálogos de firmas de los artistas	141
d. Experiencias comerciales de Mun.	142
3. El fraude y la falsificación.	146
a. Hacer una nueva obra	147
b. Utilizar una obra preexistente	147
c. Ampliar el número de copias autorizadas.	148
d. Falsificar la documentación sobre las obras	149
e. Artistas que se copiaron a sí mismos. Talleres de artistas	149
f. Lucha contra el fraude	150
4. Los robos y los seguros de arte	151
a. Introducción	151
b. Experiencias comerciales de Mun.	155
5. Apropiaciones y malas prácticas comerciales. Experiencias de Mun	158
 IX. LA PROMOCIÓN DEL ARTE ESPAÑOL MODERNO Y CONTEMPORANEO	 163
1. La perspectiva histórica	163
a. Introducción	163
b. Escuela de Roma	164
c. La modernidad y París	165
d. Primeras galerías y marchantes.	166
e. La escuela de París y el mercado interior	167
f. Las generaciones de la posguerra civil	168
g. Años 1960 y posteriores.	169
2. Casos singulares de artistas.	172
a. Joaquín Sorolla	172
b. Pablo Picasso	173
c. Salvador Dalí	178
d. Artistas españoles de la galería Maeght	179
4. Las técnicas de promoción	181
5. El caso de los pintores españoles, en los fondos de arte de Martha Jackson y Pierre Matisse	185
6. Experiencias comerciales de Mun	186
a. Introducción	186
b. Los pintores de Vargas y León Zack. El escultor Alberdi	187
c. El pintor Pedro Sobrado.	190
d. Los artistas: Martín Ballesteros, Xisco Garrido, José Leal, Xavier Llull, Tomeu Simonet, Pilar Urriaga y Veronique Sobrado.	192
e. La galería Buades	193

X. EXPERIENCIAS COMERCIALES VARIAS DE MUN	195
1. Introducción	195
2. Sobre impresionismo y obra internacional	196
a. Introducción	196
b. La exposición de Eugene Boudin y las exposiciones de maestros del impresionismo	198
c. El galerista Oscar Ghez. La exposición de Eugène Tarkhoff y las pinturas de Maria Blanchard	200
d. Los clubes de arte Mun y los fondos internacionales de arte	203
e. El galerista Pierre Huber	204
3. Sobre obra gráfica internacional	206
a. La gráfica internacional en nuestra galería	206
b. El <i>casus belli</i> de la gráfica original versus la gráfica de interpretación.	208
c. Joan Miró. <i>Pochoirs</i> de las <i>Constelaciones</i>	210
4. Sobre tasaciones y valoraciones	211
a. Introducción	211
b. El caso de la colección Cemex	212
c. El caso de la colección BBK	212
d. El caso de Banesto y la Audiencia Nacional	213
5. Las pinturas de José Gutiérrez Solana.	216
Epílogo	219