

**ESTUDIOS
ECONÓMICOS**

Estudios Económicos

ISSN: 0188-6916

jsemp@colmex.mx

El Colegio de México, A.C.

México

Ponzio de León, Carlos Alejandro
TRATANTES DE ARTE Y LOS GRANDES MAESTROS DE LA PINTURA
Estudios Económicos, vol. 30, núm. 2, julio-diciembre, 2015, pp. 245-268
El Colegio de México, A.C.
Distrito Federal, México

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=59744856003>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org



Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

TRATANTES DE ARTE Y LOS GRANDES MAESTROS DE LA PINTURA*

Carlos Alejandro Ponzio de León

Universidad Anahuac

Resumen: Se presenta un modelo sobre los contratos surgidos durante el Renacimiento entre pintores y los primeros tratantes de arte, así como las condiciones bajo las cuales el convenio de trabajo era ventajoso para ambos. El modelo explica por qué la relación funcionó adecuadamente para pintores menores y por qué los grandes maestros se mantuvieron al margen de dicha conexión. El modelo finalmente estudia la relación entre el número de pintores al servicio de un comerciante y los costos de mercadeo y promoción de la obra de arte.

Abstract: This paper presents a model on the relationship born during the Renaissance, between artists and dealers. It establishes the conditions that made possible such an arrangement. The model explains why this contract functioned properly among minor painters, and why the Great Masters did not get involved on it. Finally, the model studies the relationship between the number of artists signed under one single dealer and the marketing and promotional cost of the works of art.

Clasificación JEL/JEL Classification: D46, N84, Z11

Palabras clave/keywords: contratos, mercados de arte, grandes maestros de la pintura, contracts, art markets, great masters of painting

Fecha de recepción: 10 VI 2014

Fecha de aceptación: 24 II 2015

* Agradezco los comentarios de dos dictaminadores anónimos, de José Miguel Torres, Paula Carrasco y de los participantes del seminario de economía y negocios de la Universidad Anáhuac México-Norte. carlosaponzio@yahoo.com

1. Introducción

La Europa del Renacimiento vivió una serie de acontecimientos extraordinarios que sirvieron de base para el establecimiento del mundo moderno: el surgimiento de naciones independientes, la Reforma protestante y la Contrarreforma, la aparición de monarquías autoritarias que se combatirían durante el siglo XIX, el descubrimiento de América, así como una reactivación económica y poblacional que creó ciudades y las enlazó a través del comercio, que inició el tránsito del taller artesanal hacia lo que más adelante sería la industria manufacturera. Al mismo tiempo, el *estatus* del artista visual entró en una trayectoria de esplendor hasta entonces desconocida: nació el concepto de los grandes maestros de la pintura.

Los economistas han reconocido la importancia del mercado, de la acumulación de riqueza, del establecimiento de naciones-Estado y, sobre todo, de la aparición de tratantes, para explicar la difusión masiva del arte. Sin embargo, hay un hecho sobresaliente relacionado con el nacimiento de las que actualmente conocemos como las grandes obras maestras: casi ninguno de los grandes maestros de la pintura estuvo asociado con alguno de los mercaderes, no obstante, estos últimos fueron fundamentales en un proceso relevante seguido por algunos artistas que trabajaron bajo sus órdenes: ganar su propia independencia y establecer un taller.

La producción de pinturas en gran volumen se había convertido en un fenómeno normal en Amberes (antiguamente Antuerpia) y Maastricht durante el siglo XVI y en los Países Bajos y Roma en el XVII. Para entonces, Amberes había superado a Brujas como centro económico al alcanzar el desarrollo de un mercado superior, con rutas comerciales que llevaban cuadros a París, a la Península Ibérica y al continente americano.

Un papel central en este comercio lo jugó el tratante de arte: un mercader que contrataba pintores para que le proveyeran de un flujo constante de obras para su venta en toda Europa y más allá. Pocos de aquellos artistas llegaron a trascender, pero algunos pudieron finalmente independizarse y establecer su propio taller. Se trata de pintores que lograron cierta trascendencia. Sin embargo, aquellos quienes pudieron convertirse en lo que ahora conocemos como los grandes maestros de la pintura del Renacimiento, siempre mantuvieron una relación independiente frente a los tratantes de arte. ¿Por qué? Este trabajo intentará ofrecer una explicación teórica.

Con el periodo renacentista coincide el surgimiento de naciones como entidades independientes, las cuales llegaron a ser cerca de mil pequeños territorios a lo largo de Europa, algunos fortalecidos por

medio de alianzas y matrimonios, y casi en su totalidad con un tipo de gobierno absoluto. Todos estos estados demandaban arte y fungían como mecenas potenciales para los artistas.

El principal objetivo del presente artículo será modelar el comportamiento de pintores y mercaderes en un ambiente donde el tratante puede ayudar al artista a sobresalir e independizarse en su propio taller mediante la fama conseguida después de la venta de cuadros, y la consecuente ayuda de un mecenas. Es decir, para nuestro propósito la clave para la trascendencia artística podría haberse encontrado en el mercado y en un contrato temporal entre mercader y artista, que podía servirle a este último como trampolín para alcanzar un lugar en la fabricación cultural y social de lo que ahora se conoce como grandes maestros. El modelo explicará por qué, quienes efectivamente se convirtieron en los grandes maestros, en realidad se mantuvieron aparte de dicho contrato y cómo es que sólo pintores menores aceptaron las condiciones de los mercaderes.

El trabajo se organiza de la siguiente manera. La sección dos resume el desarrollo de los mercados de arte del siglo XI al XVII, periodo para el cual ya están establecidos nuestros antiguos “galeristas” o tratantes de arte. Algunos de los hechos históricos que se revisan sirven para construir el modelo en la tercera sección. En la cuarta se ofrecen los resultados, principalmente en relación con el efecto del costo de mercadeo y de la fracción del valor de la obra que va a parar al artista y sobre el número de artistas contratados por un tratante. También se muestra cómo es que, cuando el valor de las obras de un artista sube de manera permanente, su independencia del mercader es ventajosa para ambos. La sección cinco concluye con la estructura política del Renacimiento y la influencia del mercado y los tratantes, en relación con lo que en realidad permitió el surgimiento de los grandes genios de la pintura.

2. Mercados de arte: de la Edad Media al surgimiento de tratantes¹

En las sociedades antiguas, donde la producción de obras de arte se encargaba principalmente a través de comisiones, los factores más importantes que determinaban el valor de intercambio eran la exhibición de poder, de decoro y de honor (véase Welch, 2003; De Marchi y Van

¹ Esta sección se ha beneficiado considerablemente de la gran labor realizada por De Marchi y Van Miegroet (2006) y Coffin *et al.* (2011).

Miegroet, 2006). Es decir, los elementos fundamentales que determinaban el precio de la obra eran tanto su valor artístico como su valor funcional, además de la reputación del comprador y del vendedor. En los mercados medievales se encomendaban primordialmente imágenes religiosas, así es que el encargo de cuadros, paneles, altares y otros objetos artísticos, incluso construcciones, estaba directamente relacionado con la utilidad de la obra para ejercer una influencia sobre la opinión del pueblo, ya fuera a través de propaganda o de educación. Por tanto, y desde entonces, el comercio artístico estaba íntimamente ligado con el poder político.

Los mercados evolucionaron entre los siglos XIII y XV y las pinturas comenzaron a comerciarse en mercados de segunda mano junto con muebles, dentro de la venta de propiedades, por ejemplo, cuando fallecía el dueño de una de las propiedades. Durante la segunda mitad del siglo XV aparece inicialmente Florencia como una ciudad importadora de pinturas, un mercado primario. Después, a inicios del siglo XVI, surge un mercado secundario más concentrado. En Florencia fue donde nacieron las ideas que dieron vida al Renacimiento en las artes visuales. Una gran parte de los cuadros de esa época, que han sobrevivido y son admirados hasta el día de hoy, fueron resultado de comisiones por parte de la iglesia: capillas, órdenes religiosas y hospitales de caridad, así como de otros encargos: corporaciones, edificios y casas privadas distinguidas.

Cuando se trataba de una comisión pública se seguían algunos mecanismos de competencia, en ellos se seleccionaban algunos modelos sometidos a consideración y eran pintados de acuerdo con guías publicadas. Aunque en la Florencia del siglo XVI se contaba con varias organizaciones que comisionaban pinturas, no puede decirse que existiera una autoridad que las regulara. Pero fue a mediados de ese siglo cuando la ciudad abrió una casa en su centro para almacenar todo tipo de bienes, donde estos serían valuados y comprados, incluso las pinturas.

También existía un mercado al menudeo de piezas de altar, ya fabricadas o producidas a la orden, así como de pinturas sobre tabernáculos, de pinturas sobre madera o formas en yeso y de relieves de *terra cota*. El precio promedio de tales derivados estaba por debajo de los trabajos comisionados.

Los primeros mercados modernos donde se comerciaron obras de arte al público en general fueron los mercados primarios de pinturas que surgieron en Florencia y Brujas durante la segunda mitad del siglo XV. Los mercados secundarios surgieron lentamente. Al inicio se trataba de comercios donde las pinturas eran un producto secundario,

en negocios concentrados en la banca, la joyería, las piedras preciosas y otros objetos de alto valor. La especialización en la compra y venta de pinturas ocurriría en estos mercados secundarios.

Brujas era la ciudad comercial más importante de la Europa occidental del siglo XIV, con una población de 46 000 habitantes, la segunda más grande después de Gante, y estaba situada al norte de París. Brujas era exportadora neta de pinturas y su comercialización era bajo las mismas regulaciones que tenía la venta de cualquier otro objeto. Hacia finales del siglo XVI la ciudad ya había decaído, pero no así el número de pintores y la producción pictórica. Hubo inmigración de artistas, al mismo tiempo que en Florencia se reducía su número.

Era precisamente en Brujas en donde los mercaderes extranjeros solían realizar la compra de obras. Las ferias internacionales de comercio y la infraestructura de la ciudad permitieron sobrevivir a los artistas. Fue tal el esfuerzo de las autoridades por mantener a la ciudad como un centro comercial importante, que se calcula que alrededor de mil mercaderes atendían la Feria de Mayo.

El poder económico de Brujas era considerable, con datos locales se ha estimado que la elasticidad riqueza de la demanda de obras de arte era mayor que uno en la Holanda del siglo XVII, en donde la mayor parte de las compras eran realizadas por mercaderes, en su mayoría extranjeros. Ya para entonces Florencia era una ciudad importadora de obras de arte.

En Brujas la competencia entre tres tipos de pintores llevó al desarrollo de nuevos productos, gracias, principalmente, a la imitación de obras que practicaban entre ellos. Las tres clases estaban conformadas por: pintores al óleo sobre tabla, pintores de pigmento y pegamento sobre lino (acuarela) e ilustradores y miniaturistas, los cuales pertenecían más bien al gremio de libreros, ya que ilustraban libros. Como es bien sabido, este último no era un oficio menor, cabe recordar que Jan Van Eyck se entrenó como ilustrador.

Los tres tipos de productos resultantes coexistieron, cada uno con su parte del mercado. El óleo sobre tabla era la técnica preferida para los altares, los retratos y las imágenes devocionales, todas ellas con pretensiones artísticas superiores. Su realización requería de un trabajo tedioso que consumía tiempo en el secado: el costo en trabajo era alto.

Por supuesto que en términos de contraste, profundidad, sombras, tonalidades e intensidad, los resultados eran superiores a lo que se lograba en otros medios, eso les permitía una rica impresión que merecía el mayor precio pagado por el comprador.

En la segunda mitad del siglo XV hubo dos cambios importantes:

primero, la mayoría de los nuevos aprendices eran de pintura sobre tela y segundo, los ilustradores comenzaron a producir y vender miniaturas de una sola hoja. Los pintores al óleo protestaron al enterarse de los nuevos productos, los cuales recibían el favor por parte de los compradores, pero los magistrados apoyaron la novedad, quizás en interés de la ciudad. Las diferencias en precio entre tabla y lino eran enormes: por lo menos quince veces más caro resultaba el óleo sobre panel de madera.

Como respuesta a la competencia de miniaturas, los óleos sobre tabla miniaturizaron sus propios retratos, pero ahora sobre panel, e imitaron los elementos naturalistas de las escenas iluminadas en las miniaturas. Los pintores de acuarela crearon paneles sustitutos al pegar tela sobre tablas baratas. Incluso Van Eyck experimentó con métodos de secado que recortaban el tiempo requerido para ello. Otros emplearon menos pintura, un número reducido de capas y otras combinaciones que llevaron a resaltar los claros, creando nuevos efectos. Los pintores de tela lograron simplificar el proceso de transferir patrones al textil.

En conjunto estas innovaciones y adaptaciones generaron imágenes novedosas y disponibles para aquellos grupos de ingreso bajo, lo que originó un nuevo mercado muy distinto al de comisiones, donde los precios no eran reducidos mientras los productos no fueran simplemente derivados o copias. Dichos desarrollos marcaron el comienzo de un nuevo hábito: poseer y mostrar imágenes relativamente de bajo valor en un número cada vez mayor de hogares. La práctica comenzó en los Países Bajos hasta extenderse por toda Europa. Los Medici continuaron comprando ambos tipos de obras, tablas y lienzos de tela; pero los desarrollos pictóricos requirieron de nuevas instituciones y mercados.

El número de cuadros por hogar en Amberes era de 5.75 hacia 1530 o 1540, y pasó a 6.8 en hogares con menos de doce cuartos y a 22.2 en casas con más habitaciones, durante la década de 1570 o 1580. En París el número de cuadros promedio colgados en las paredes de los hogares era de 8.7 en 1630 o 1640. ¿Qué provocó esta masificación de la pintura? Existe cierto acuerdo entre los investigadores de que se debió a un aumento en la riqueza de la población y a una caída en el precio de los cuadros, hipótesis que ha sido confirmada, al menos en comparaciones entre Ámsterdam y Florencia (véase De Marchi y Van Miegroet, 2006).

Los gremios y corporaciones de Amberes abarcaban hasta 48 tipos de artesanías, entre ellas se incluía la pintura. El gremio no prohibía la cooperación entre los distintos maestros de arte, elimina-

ban, efectivamente, las barreras o límites impuestos por las distintas técnicas sin combinar.

Las autoridades de Amberes tomaron parte activa en la promoción del arte al fomentar nuevas vías para la venta, conocidas como *panden* (locales), y que funcionaban durante todo el año. En estos edificios se combinaba la venta de joyas con la de pinturas, una estructura que permanecería durante más de un siglo. Además, se establecieron ferias durante mayo y agosto, las cuales duraban, cada una, hasta seis semanas. Después se abrirían nuevos *panden*, entre ellos, la *Exchange* de 1540, donde el mismo Jan Van Kessel, como tratante, habría de exhibir una gran cantidad de cuadros. Un *panden* donde De Marchi y Van Miegroet (2006) estiman que se vendían hasta 17 000 cuadros al año, ya fuera en *canvas* o tela. Se trataba seguramente, en la mayoría de los casos, de cuadros estándar y alguna que otra obra maestra.

En 1585, ante la caída de la ciudad frente a fuerzas españolas, emigró de Amberes cerca de la mitad de la población y cientos de mercaderes, lo que obligó a los artistas a buscar mercados externos. Fue así que los tratantes buscaron incursionar en el mercado de París y en ciudades holandesas. Aunque su comercio declinó notablemente, Amberes continuó siendo una ciudad productora de pinturas. La incursión en París provocó respuestas por parte de las corporaciones francesas, que solicitaron a las autoridades que los extranjeros fueran excluidos del comercio, excepto durante la feria de la ciudad. De cualquier manera, la exhibición de cuadros extranjeros debía pasar por el jurado de *La Maitrise*. De acuerdo con Szanto (2001), algunos pintores del área de Flandes buscaron naturalizarse para poderse establecer legítimamente en París: Pero finalmente serían los mismos mercaderes franceses, que viajaban regularmente para comprar en subastas cuadros holandeses para su reventa en París, quienes tendrían éxito en dicho tráfico.

Es importante señalar que, de acuerdo con Gelderblom (2000), algunos artistas en Amberes intentaron realizar ventas directas sin la intermediación de mercaderes, pero no tuvieron éxito: el volumen y el valor agregado del tratante debió ser importante. Van der Woude (1991) y Montias (1990) han estimado la producción de pinturas en la República Holandesa durante el periodo 1580-1680 entre 4.7 y 5.3 millones de cuadros en total. Otros estudios de Montias han mostrado que 65% de los originales que pueden ser atribuidos y que fueron vendidos en Amsterdam en el siglo XVII provenían de artistas de otras ciudades. Dicha red no estuvo relacionada con el sistema de canales existentes en la época: en realidad los cuadros sin marco tenían poco

volumen y al ser artículos de alto valor, el costo de transporte no era determinante en la formación de patrones geográficos de producción. Más bien, esta red reunió a muchas ciudades pequeñas, demasiado pequeñas para ser eficientes por si mismas al satisfacer solamente el mercado local; pero que, al concentrar su producción para la venta en Amsterdam, permitió a la red una gran diversidad de cuadros de excelencia en esa ciudad.

Desde la segunda mitad del siglo XVI apareció el tráfico Amberes–Nueva España a través del puerto de Sevilla, hasta alcanzar un pico alrededor de 1600 y coincidir con el pico de comercio total entre puertos (Lynch, 1969). Para tener una idea del volumen, puede decirse que durante las dos últimas décadas del siglo XVI se exportaban desde Sevilla un promedio de 144 pinturas al año, con excepciones interesantes como la de 1583 con 637 cuadros. Medio siglo más tarde, hacia la segunda mitad del XVII, el comercio anual era de entre 150 y 900 cuadros. Una cifra pequeña, sin embargo, para la estimación de 30 000 cuadros producidos en Amberes y Malinas al año (véanse Echeverría, 2000; Falomir, 2006; Palomero, 1999; De Marchi y Van Miegroet, 2000b).

En la Florencia del siglo XV los pintores eran tratados como artesanos calificados y su paga la correspondiente, incluso el pintor más rico en la Florencia de 1480, Neri di Bicci, ganaba tanto como cualquier tendero. El salario que se pagaba a un capataz en la construcción de la catedral de Brunelleschi oscilaba entre 1.5 y 1.7 veces el de un artesano (Goldthwaite, 2003). En Brujas y Flandes la situación era similar: dentro de la categoría de impuestos los pintores se encontraban en el primero o segundo escalón más bajo.

Hacia 1450 el pintor de mayores ingresos en Florencia no trabajaba dentro del circuito de comisiones que producía las piezas más admiradas de la época, sino que laboraba en el mercado de pinturas derivadas, donde barberos y miembros de familias de diversos niveles económicos demandaban variantes menos costosas de obras conocidas, éstas se vendían a un precio menor que en el circuito de comisiones. Se estima que un pintor importante como Sandro Boticelli tenía un margen de ganancia de 35 a 45%, mientras que di Bicci, el pintor económicamente exitoso de derivados tenía una ganancia de entre 10 y 15 por ciento.

En Amberes la reproducción de obras era una actividad empleada durante el siglo XVII por los artistas para complementar sus ingresos. Una copia realizada por el mismo autor podía valer la mitad que el original y venderse varias copias derivadas del original. No es de sorprender que algunos mercaderesvieran los cuadros originales como

inversiones. Sin embargo, en Brujas en el siglo XV esto era imposible: los pintores vendían directamente al público en sus talleres y no conservaban sino algunos motivos y dibujos de manos y cabezas. En el mundo flamenco y holandés un cuadro de buena calidad recibía el nombre de “principal”.

A partir del siglo XVII, los tratantes de Roma conservaron originales, los cuales utilizaban para crear copias para su venta. Se cree que el salario de un maestro pintor en esa época floreciente de copias ya era entre 2 y 4 veces el de un artesano calificado, tanto en Amberes como en Holanda.

Muy importante es destacar que durante el Renacimiento, pero ya hacia finales del siglo XVI, surge en Venecia el tratante o *rigattiero*, quien almacenaba pinturas y lograba acuerdos especiales con los pintores; acuerdos que eran ilegales ya que sólo los mismos pintores estaban autorizados a vender cuadros en el mercado doméstico, a los mercaderes únicamente se les permitía la reventa si ésta era en el extranjero.

La restricción de que las pinturas en Venecia pudieran ser enajenadas sólo por los maestros o por otros pintores registrados en el gremio tenía como finalidad proteger el mercado y restringir la competencia; el argumento era: controlar la calidad de las pinturas. Lo que esta restricción no estaba contemplando era la expansión de la economía, lo cual requeriría de los nuevos intermediarios: los tratantes de arte.

Durante el siglo XV se concedió a extranjeros el vender cuadros en Venecia en ciertos mercados y durante determinados días, esto debido, probablemente, a la creciente demanda de pinturas venecianas; sin embargo, la restricción que lo prohibía reapareció en 1513 (Cechini, 2000) y de cualquier manera surgieron marchantes.

Para el siglo XVII las paredes de los hogares venecianos eran adornadas con pinturas locales. Hacia finales del siglo XVII y durante el XVIII la demanda de cuadros locales era principalmente extranjera, lo que ponía en desventaja a los artistas de Venecia, ya que no podían dividir su tiempo de manera eficiente entre la venta y la producción de cuadros, ni competir con los mercaderes que se los compraban para la reventa.

Los artistas terminaron trabajando para los mercaderes de exportación (De Marchi y Van Miegroet, 2006). En 1720 ya era claro que los tratantes eran mucho más ricos que los artistas mismos, hacia mediados del siglo XVIII se producían cuadros en serie para los tratantes, por 5 o 6 ducados, equivalentes a 5 o 6 florines. Las piezas eran revendidas a precios considerablemente más altos. En Amberes,

sin embargo, las cosas fueron distintas, no hubo ningún tipo de restricciones sobre la venta.

En Roma, el mercado estaba menos regulado que en Venecia o bien no podía ser controlado tan fácilmente, por lo que las prohibiciones no eran en realidad efectivas y surgieron rápidamente tratantes, los cuales, además, evadían impuestos (De Marchi y Van Miegroet, 2006). Al entrar al siglo XVII la comercialización de pinturas cambiaría drásticamente y los talleres estarían asociados con tratantes internacionales que compraban cientos de cuadros para su reventa.

De acuerdo con Haskell (1980) pocos pintores importantes en ese siglo trabajaron directamente para tratantes, quienes más bien se concentraban en las obras de pintores relativamente desconocidos. Cuando uno de estos pintores alcanzaba la fama requerida se independizaba del mercader. Muchos tratantes vendían a precios bajos o se especializaban en la venta directa a la clase alta. Gracias al trabajo de Lorizzo (2003, 2006) se conoce que durante el periodo Barroco, en el siglo XVII, aparece el primer tratante que *vivió solamente* de esa actividad, de la venta de cuadros, su nombre era Pellegrino Peri (1624-1699), quien, aunque vendía a precios bajos, tenía entre sus clientes a coleccionistas muy importantes, y estos le compraban o rentaban conjuntos de imágenes. Algunos de los pintores que trabajaron para él, bajo contrato, finalmente se independizaron. La relación o contacto entre tratante y clase alta permitía el salto a la fama de algunos de los pintores que trabajaban para el mercader. Sin embargo, casi ninguno alcanzó la trascendencia lograda por los grandes maestros de la pintura que actualmente admiramos.²

La evidencia presentada por Gozzano (2003, 2004), no obstante, muestra que algunas colecciones importantes se formaron a través de la compra de cuadros en la calle o que fueron adquiridas poco a poco en las galerías de los tratantes, no únicamente mediante trabajos realizados por comisiones. Esto quiere decir que en Roma se desarrolló un importante mercado de arte al menudeo³ y que las obras de algunas colecciones muy importantes comenzaron a ser acumuladas a través de marchantes. De Marchi y Van Miegroet (2006) han calculado que para el siglo XVII existían siete pintores por tratante, tanto en Roma como en Venecia.

² Una excepción importante es la de Caravaggio, el cual conoció a quien se convertiría en su mecenas a través de un tratante de arte para quien trabajó inicialmente.

³ Muchas de las imágenes nuevas y baratas que se demandaban eran de carácter religioso.

3. El modelo

El mercado de un producto puede definirse geográficamente como el área en la cual el precio del bien en cuestión tiende a ser uniforme y sólo permite discrepancias por costos de transporte. Debido a que la tela pintada, sin bastidor, es muy sencilla de transportar el mercado de pinturas ocupaba un área muy extensa, incluso más allá de Europa: durante el siglo XVI colonias españolas en América compraban arte producido en Flandes (Quintana, 2000; Torre, 1948).

Un mercado competitivo suele definirse como un mercado en el que ningún comprador ni vendedor puede afectar al precio de equilibrio a través de sus compras o de sus ventas. Es decir, las elasticidades de oferta y demanda que enfrentan cada uno de los consumidores y productores son infinitas, por tanto dichas curvas pueden ser representadas por líneas horizontales.

Los mercados de arte que nos ocupan en este trabajo pueden ser considerados como competitivos. En las ciudades más importantes de producción pictórica, los pintores se concentraban geográficamente en plazas a donde los compradores acudían para realizar sus transacciones. Puede decirse que había casi un perfecto conocimiento sobre los distintos precios de los cuadros. También existía un número grande de compradores y vendedores: alrededor de 1.5 artistas por cada mil habitantes en la Roma de 1630 y aproximadamente 1.1 artistas por cada mil habitantes en Venecia en 1640 (véase De Marchi y Van Miegroet, 2006). Además, al estar los mercados de arte dominados no por los grandes maestros sino por un gran número de artistas desconocidos, se puede decir que el producto comerciado era relativamente homogéneo: existía un alto grado de sustituibilidad entre las pinturas.

Con respecto al comportamiento de los artistas, los economistas han reconocido que éste no puede ser representado fácilmente por un objetivo que incluya sólo factores monetarios. En el mundo del arte, para los pintores, el valor cultural de la obra puede ser muy importante. Con base en Bryant y Throsby (2006) supóngase que los artistas maximizan una combinación lineal de dos sub-funciones de utilidad: la primera relacionada con el valor de mercado de la obra, y , y la segunda con su valor cultural, entonces, la utilidad total para el artista será:

$$U = \lambda \cdot v_m(y(r)) + (1 - \lambda) \cdot v_c(r) \quad (1)$$

donde λ indica la importancia de los factores económicos para el artista y, además, el ingreso cuando el pintor vende directamente al

público sin intermediario viene determinado por $y = p \cdot N$, en donde p representa el precio promedio de una obra del artista y N es el número de obras que coloca exitosamente en el mercado. La variable r mide la creatividad aplicada por el pintor a su obra. Se ha discutido mucho en la literatura respecto al efecto de esta creatividad, r , sobre los valores tanto de mercado como cultural de la obra de arte (véase Bryant y Throsby, 2006).

En este artículo es suficiente con mencionar que la creatividad del artista impacta a los dos: al valor comercial de la obra de arte y a su valor cultural, no es necesario profundizar más en el tema excepto por lo siguiente: Primero, supóngase que la primera de estas variables, el valor comercial de una obra, y , alcanza un máximo antes de que la creatividad impregnada por el artista a la obra alcance su propio máximo. Segundo, supóngase que el valor cultural será una función estrictamente creciente de la creatividad. Cabe señalar que aquí no será modelada la creatividad ya que su inclusión no es necesaria para derivar los resultados más importantes de la investigación.

El tratante, por su parte, contacta al artista e intenta llegar a un acuerdo en el que realizará un esfuerzo por vender sus obras, lo que se espera que incremente tanto el número de piezas vendidas como el valor promedio de mercado de éstas. Es decir, si se define a la letra ψ como la fracción del valor de mercado que es efectivamente pagado al artista, y que $(1 - \psi)$ es la fracción del valor de mercado de las obras que va a parar a manos del tratante, entonces el mercader tendrá un beneficio igual a:

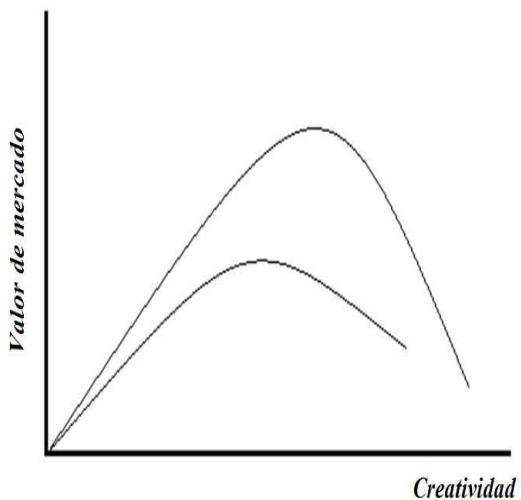
$$\begin{aligned}\pi &= (1 - \psi) \cdot p(e) \cdot N(e) - e \cdot C & (2) \\ &= (1 - \psi) \cdot y(e) - e \cdot C\end{aligned}$$

donde e puede tomar el valor cero (si no contrata al artista) o el valor de uno (si contrata al artista). Por supuesto, $\psi(e = 0) = 0$; es decir, el artista no comparte con el mercader sus ingresos si no existe contrato. Además, C es el costo en el que incurre el tratante al intentar vender obras de arte.

Un supuesto importante que se mantendrá en el análisis es el siguiente: el valor de mercado de la obra creada por el artista i , y promovida por el mercader, no se verá afectada por la decisión que el tratante tome de impulsar o no las piezas de cualquier otro artista j . Esta es, probablemente, una gran presunción, pero necesaria para simplificar la determinación del equilibrio y las condiciones bajo las

cuales un contrato entre marchante y artista es mutuamente beneficioso. Para esto último, también deberá establecerse el efecto de los esfuerzos comerciales del mercader sobre el plano de valor de mercado de la obra y creatividad del artista, (y, r). Cabe destacar que podría suceder que la mercadotecnia del tratante, en algunos casos, sea factible que incline más la relación entre valor comercial y creatividad, es decir, si se educa al público, este puede comprender mejor la obra y valorar un mayor número de elementos creativos en ella. Lo que, a su vez, provocaría un desplazamiento de la relación entre valor de mercado y creatividad, como se muestra en la gráfica 1.

Gráfica 1



Vale la pena detenerse aquí para aclarar que el papel del tratante como educador no aplica durante el periodo de estudio en este trabajo. De hecho, fue una de las principales diferencias del mercader de los siglos XVI y XVII con respecto al galerista que surgiría durante los siglos XVIII y XIX, mucho tiempo después. Otra diferencia importante entre ambos agentes es que el galerista moderno no enfrenta un mercado tan competitivo como el del tratante, donde las obras pictóricas son fácilmente sustituibles. Además, su método de asignación entre compradores potenciales utiliza el principio de subastas.

Por tanto, en el presente estudio se tendrá por supuesto que si la labor comercial del mercader alteraba el valor de mercado en cada nivel de creatividad, lo hacía desplazando la función v_M de manera paralela sin afectar primeras ni segundas derivadas con respecto a r . Lo que implica que el valor cultural de la obra no se verá afectado por la existencia o no del contrato, sino que únicamente será el componente monetario el que responda de alguna forma a ello.

3.1. *Equilibrio*

Bajo todas estas condiciones, el artista entrará en acuerdo con el mercader, mientras el tratante puede asegurarle un valor de mercado mayor al que obtiene por su propia cuenta. Es decir, debe cumplirse la desigualdad:

$$\psi \geq \frac{p(0) \cdot N(0)}{p(1) \cdot N(1)} = \frac{y(0)}{y(1)}$$

Puesto en palabras, al artista le convendrá el contrato en la medida en que la fracción del valor de la obra de arte que le toca no sea menor que la razón de valor de mercado sin tratante a valor de mercado con tratante.

Por su parte, al marchante le resultará conveniente ofrecer el acuerdo en tanto que el ingreso neto que obtiene por la venta, una vez deducido el pago que acredita al artista, cubra el costo de mercadeo. Para ello debe cumplirse la siguiente desigualdad:

$$\psi \leq 1 - \frac{C}{p(1) \cdot N(1)} = 1 - \frac{C}{y(1)}$$

lo que significa que el ingreso del tratante, como proporción del valor de mercado de las obras de arte, debe ser mayor o igual que la fracción del costo a valor de mercado de la obra de arte.

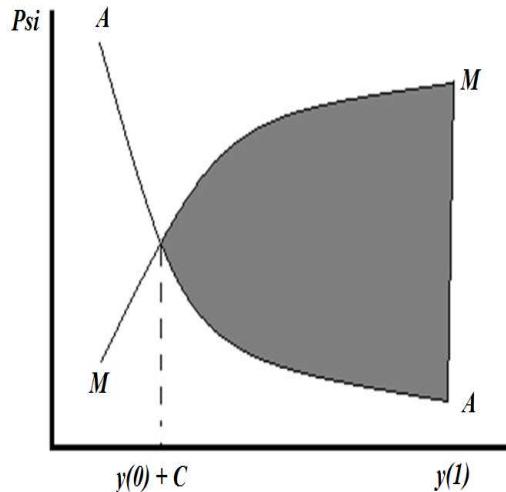
De las últimas dos desigualdades es posible determinar la condición bajo la cual existirá un contrato o acuerdo entre mercader y artista. El requisito será que el valor de mercado al que el tratante pueda colocar la obra del artista sea superior a la suma del valor de

mercado de la composición pictórica sin tratante y el costo de mercadeo. En símbolos, debe satisfacerse la desigualdad:

$$y(1) > y(0) + C \quad (3)$$

La gráfica 2 muestra esta condición. En el eje de las ordenadas aparece el valor de la fracción del valor de la obra que se paga al artista, ψ , y en el de las abscisas el valor de mercado al que logra vender la obra el tratante, $y(1)$. El área por encima de la curva AA establece los valores de ψ para los que el artista está dispuesto a firmar el contrato. El área bajo la curva MM señala los valores de ψ para los cuales el mercader está dispuesto a ofrecer un contrato. Por tanto, el área sombreada que se forma entre ambas curvas indica los valores de ψ para los que existirá un arreglo o contrato beneficioso, tanto para el creador como para el comerciante.

Gráfica 2



¿Qué condiciones deben satisfacerse para que un arreglo típico, similar al de una galería moderna con $\psi = 1/2$, sea posible? Primero, es necesario que el valor de mercado de la obra vendida por el tratante

sea mayor que dos veces el costo de mercadeo, es decir, que $y(1) > 2C$. Segundo, también se requiere que el valor de mercado con el esfuerzo del vendedor especializado sea mayor que dos veces el valor de la obra sin su actuación, esto es, que $y(1) > 2y(0)$. Debido a que naturalmente es posible suponer que el costo de mercadeo nunca es mayor que el valor de la obra al que el artista vende por su cuenta, sino que $y(0) > C$, entonces la regla que establece una división de mitad y mitad entre artista y tratante es factible mientras el valor al que el comerciante coloca la obra sea, al menos, el doble del valor al que vende el autor por sí mismo. Dicho de otra manera, mientras $y(1) > 2y(0)$ el especulador podrá ofrecer al artista un contrato con $\psi = 1/2$.

Sin embargo, determinar las condiciones de negociación bajo las cuales se llega a dicho arreglo se encuentra fuera del alcance de la presente investigación y, probablemente, requeriría de otro tipo de herramientas analíticas, como teoría de juegos, por ejemplo. Por lo pronto se dejará para la siguiente sección un comentario al respecto más a fondo.

3.2. *Markup y número de artistas bajo contrato*

El siguiente paso es estudiar la decisión sobre el número de artistas que un traficante representará. Para ello es posible relajar el supuesto de independencia entre los valores de mercado de varios artistas o bien seguirlo manteniendo. En cualquiera de los dos casos, se supondrá que el valor de mercado promedio de las obras comerciadas por el tratante es una función estrictamente decreciente del número de artistas que representa, es decir, que la función $\bar{y}(n)$ es estrictamente decreciente en el número de artistas, n . Esto puede ser resultado de un ordenamiento especial de la función de ingreso promedio: el mercader primero contrata al creador con mayor valor de mercado, luego al siguiente y así sucesivamente.

Se simplificará el análisis al suponer que el tratante llega al mismo acuerdo con cada uno de los pintores, de manera que existe un valor de ψ que es igual para todos y cada uno de ellos. Con respecto a la función de costos del mercadeo se seguirá asumiendo que es lineal, y también idéntica para cada artista, de manera que el costo total en el que incurre el tratante al promover las obras en el mercado es $n \cdot C$.

El beneficio total para el comerciante viene determinado por:

$$\pi = n \cdot [(1 - \psi) \cdot \bar{y}(n) - C]$$

cuya maximización lleva a la condición de primer orden en la que el ingreso marginal por artista debe ser igual a su costo marginal:

$$(1 - \psi) \cdot \bar{y}(n) + n(1 - \psi) \cdot \bar{y}'(n) - C = 0$$

ecuación que puede ser reordenada de la siguiente manera:

$$\bar{y}(n^*) = C / [(1 - \theta) \cdot (1 - \psi)] \quad (4)$$

donde θ es el valor absoluto de la elasticidad del valor promedio de mercado de las obras con respecto al número de creadores, parámetro que en equilibrio deberá encontrarse entre los valores de cero y uno. Claramente, el denominador del lado derecho de la ecuación (4) será un número menor que uno. Por tanto, dicha ecuación establece que el valor promedio de mercado de los artistas representados por el tratante tendrá un margen de ganancia sobre el costo o que será proporcionalmente mayor que uno en comparación con el costo de mercadeo, ya que $(1 - \theta)(1 - \psi) < 1$.

La condición suficiente o de segundo orden para que el número de artistas elegido de acuerdo con la ecuación (4) sea en realidad el óptimo o punto de maximización de los beneficios del mercader requiere el cumplimiento de la siguiente desigualdad:

$$2(1 - \psi) \cdot \bar{y}'(n^*) + n^*(1 - \psi) \cdot \bar{y}''(n^*) \leq 0$$

Como caso especial, considérese la siguiente función de valor de mercado promedio de las obras de los artistas, con elasticidad constante e igual a θ del valor medio de mercado de las obras, con respecto al número de creadores:

$$\bar{y}(n) = Yn^{-\theta}$$

donde Y representa el valor de las obras del pintor mejor valuado en el mercado. En equilibrio, el número de artistas contratados por el marchante será igual a:

$$n^* = [(Y/C)(1 - \psi)(1 - \theta)]^{1/\theta}$$

4. Resultados

Al diferenciar la condición de primer orden, ecuación (4), se obtiene que el efecto de un aumento en el costo por mercadeo, C , sobre el número de artistas representados por el mercader, es negativo:

$$\frac{\partial n}{\partial C} = \frac{1}{2(1-\psi) \cdot \bar{y}'(n^*) + n^*(1-\psi) \cdot \bar{y}''(n^*)} < 0,$$

de igual signo es el efecto de una mayor fracción ψ del valor que va al artista, sobre el número de pintores con los que se celebra contrato.

$$\frac{\partial n}{\partial \psi} = \frac{\psi \cdot \bar{y}(n) \cdot (1-\theta)}{2(1-\psi) \cdot \bar{y}'(n^*) + n^*(1-\psi) \cdot \bar{y}''(n^*)} < 0$$

La primera de estas relaciones ayuda a explicar por qué el comercio de pinturas a larga distancia, por ejemplo entre Europa y América, era llevado a cabo por comerciantes que en realidad eran ellos mismos los autores de las pinturas. Es decir, se trataba de tratantes sin mayor número de creadores que ellos mismos o bien que trabajaban con un número muy reducido de estos. La explicación sugerida está en el mayor costo de mercadeo de las piezas.

Por otra parte, un mayor valor de ψ implica un menor número de artistas contratados. Un resultado intuitivo, pues el efecto de dicho parámetro es reducir el ingreso marginal del número de artistas contratados. Este resultado explica por qué los mercaderes con un número grande de artistas representados suelen pagar un valor más pequeño a sus contratados que los marchantes con un número pequeño de artistas.

El modelo de la sección tres también puede ayudarnos a entender algunos aspectos involucrados en el proceso mediante el cual un artista pasa de ser desconocido a tener un mecenas y trascender en la historia del arte. Concentrémonos en las condiciones bajo las cuales un artista y el mercader acuerdan trabajar juntos:

$$\psi \geq \frac{p(0) \cdot N(0)}{p(1) \cdot N(1)} = \frac{y(0)}{y(1)}$$

junto con la desigualdad:

$$\psi \leq 1 - \frac{C}{p(1) \cdot N(1)} = 1 - \frac{C}{y(1)}$$

Si se remplazan las desigualdades por igualdades se puede resolver el par de ecuaciones resultante, para el valor de $y(1)$ mínimo necesario para que exista un acuerdo, y al sustituir dicho resultado en cualquiera de las dos ecuaciones iniciales obtenemos un valor de φ al que se puede interpretar como el valor que maximiza la probabilidad de que tratante y artista lleguen a un acuerdo mutuamente beneficioso antes de conocerse el valor realizado de $y(1)$, en caso de que esta última variable fuera aleatoria, como probablemente lo era en realidad.

Dicho valor de φ , que maximiza la probabilidad de un acuerdo favorable para ambos previo a la realización del valor de mercado de la obra, es:

$$\varphi = \frac{y(0)}{y(0) + C}$$

Es decir, en la gráfica 2, este valor de φ maximiza el área sombreada bajo las curvas AA y MM . Intuitivamente, si el marchante y el artista desean acordar un valor para dicho parámetro, que maximice la probabilidad de un convenio favorable antes de que se observe el valor de mercado de la obra de arte $y(1)$ (esto es, deben consentir un acuerdo antes de que el comerciante intente colocarla en el mercado), entonces el valor de φ con el que quedarán conformes, *a priori*, será el determinado por la última ecuación.

Ahora es conveniente imaginar el siguiente acuerdo hipotético. El comerciante compra la obra al artista en un valor de $y(0)$ e intenta venderla por su cuenta a un mayor valor. Esto es claramente ventajoso para el artista, pero para el mercader, ¿cuál es el máximo costo de mercadeo, C , al que está dispuesto a incurrir por vender la obra? Probablemente no gastará más de $y(0)$, ya que es el valor al que puede venderla inmediatamente. Por tanto, si históricamente este era el tipo de acuerdo previo a la existencia de contratos entre mercader y artista y el comerciante nunca haría un esfuerzo mayor a C por vender la obra, entonces, por razones históricas, un valor de $\varphi = 0.5$ es

explicable en tiempos del surgimiento de los tratantes de arte durante el Renacimiento. La hipótesis tiene probabilidad de certidumbre.

Por su parte, ¿qué puede inferirse del modelo de la sección tres con respecto al surgimiento de los grandes maestros como artistas independientes de los tratantes? Considérese el siguiente escenario multi-periodo, en el que también, por razones históricas, el mercader y el artista llegan a un acuerdo respecto a φ desde el primer periodo, el cual no puede ser ajustado en etapas posteriores. En este caso, el acuerdo se rompería en el momento en el que el artista cobra fama y por su cuenta puede obtener ingresos superiores a los que lograba sin ayuda del comerciante, $y(0)$.

En el otro extremo se encuentra la posibilidad de que en cada periodo el artista y el comerciante pudieran negociar un valor distinto de φ para cada inicio de periodo. En dicho caso, el acuerdo se deshace cuando el costo de mercadeo dejara de tener importancia o cuando el valor de mercado que el artista obtiene sin ayuda del tratante tiende a infinito. Es decir, de la última desigualdad se obtiene que:

$$\lim_{y(0) \rightarrow \infty} \varphi = \lim_{C \rightarrow 0} \varphi = 1,$$

por lo que el artista decide independizarse del tratante, característica que a los pintores del Renacimiento y del Barroco los asociaba con un mecenas y, posteriormente, con la historia de la cual se habaría en la posteridad en relación con sus vidas y sus obras.

Esta independencia de los grandes maestros con respecto al mercado, efectivamente, es un asunto íntimamente relacionado con la racionalidad del mismo y, por supuesto, con la estructura política e institucional que demandaban sus pinturas en la misma casa de quienes habitaban las estructuras más poderosas de la sociedad.

5. Conclusiones

En el ámbito de la cultura, el Renacimiento significó la modernidad: un resurgimiento de las ideas y estándares de la antigüedad, las de griegos y romanos, sobre todo en Florencia, donde el movimiento surgió con mayor vigor para posteriormente extenderse al resto del continente e incluso a la recién descubierta América. La difusión de inventos como la imprenta y la brújula y los nuevos descubrimientos geográficos acompañaron al nuevo ideal estético que admiraba la

belleza de las formas y que se transmitía en el comercio masivo de pinturas y en el surgimiento de un nuevo *estatus* privilegiado para los artistas visuales.

Por supuesto, una precondición importante para el surgimiento de la visión renacentista en Italia fue que ahí residieron sabios conocedores de la cultura griega que huyeron de Constantinopla cuando fue tomada por los turcos. La imprenta y el uso del papel, así como el establecimiento de universidades, permitieron la difusión de la cultura.⁴

El Renacimiento trajo la recuperación de la ciencia de los clásicos griegos y, con esto, el establecimiento del método científico basado en la observación, la lógica y la experimentación. La ciencia moderna surgió durante el siglo XVI e influyó en la manera de crear imágenes. Copérnico establece que la tierra gira alrededor del sol, el telescopio permite la observación de los cielos hasta los tiempos de Newton, todo esto acompaña al arte, mismo que adquiere un *estatus* intelectual hasta entonces desconocido: Leonardo da Vinci, Miguel Ángel Buonarroti y Rafael Sanzio serán tratados por la historia como grandes genios de la humanidad.

Los economistas han sospechado por largo tiempo que, detrás de todos estos cambios, estuvieron el crecimiento económico y la expansión poblacional, variables asociadas positivamente entre sí como establecen algunos modelos de crecimiento económico endógeno.⁵ El desarrollo de técnicas pictóricas más baratas y bellas también fueron importantes para la masificación de obras pictóricas. Igualmente importante, según han establecido algunos historiadores económicos, fue el nuevo afán de enriquecimiento. Un factor que podría haber influido en la vida de los artistas visuales a través del surgimiento de los tratantes de arte.

Este trabajo ha demostrado, teóricamente, un modelo en el que la asociación entre pintores menores y tratantes fue mutuamente ventajosa. Algunos artistas incluso pudieron haberse independizado, tal como ocurrió en los hechos, al establecer su propio taller. Este evento estuvo íntimamente relacionado con el crecimiento de los mercados de arte y la masificación de los cuadros. Sin embargo, los grandes maestros no fueron trastocados por dichos desarrollos económicos.

⁴ Dante y Boccaccio fueron precursores de la nueva actitud intelectual adoptada durante el Renacimiento: el humanismo y no hay que olvidar las contribuciones de Ronsard, Rabelais, Montaigne, Moro y Rotterdam.

⁵ Por ejemplo, Romer (1990), Grossman y Helpman (1991), Aghion y Howitt (1992) y Kremer (1993).

Una vez conectados con la estructura de poder prevaleciente durante el Renacimiento su desarrollo pudo mantenerse al margen de las leyes de la oferta y la demanda de las masas. La historia fue diferente para los pintores menores, y el tratante fue un elemento clave en su crecimiento como artistas. En la fabricación y trascendencia de los grandes maestros de la pintura, la institución del mercado no jugó ningún rol, excepto para darle lógica al hecho mismo, como ha sido demostrado en el presente estudio.

En el modelo expuesto se realizaron algunas simplificaciones importantes en relación con el efecto del talento y la creatividad sobre el valor comercial y cultural de las obras de arte y, por tanto, sobre el comportamiento del artista. De igual forma, para facilitar el análisis, se eliminaron las interacciones entre los valores de mercado de distintos artistas representados por un mismo tratante. Quizás este sea un resultado intrascendente dado el supuesto de perfecta sustitutibilidad entre pintores y las condiciones fuertemente competitivas del mercado masivo de imágenes. De cualquier manera, un análisis y estudio del modelo que relaje todos estos supuestos puede ser un tema interesante de investigación en el futuro.

Referencias

- Aghion, Philippe y P. Howith. 1992. A model of growth through creative destruction, *Econometrica*, 60: 323-351.
- Cecchini, I. 2000. *Quadri e comercio a Venezia durante il seicento: uno studio sul mercato dell'arte*, Marsilio, Venecia.
- Coffin, J., R. Stacey, J. Cole y C. Symes. 2011. *Western civilizations: their history and their culture*, W.W. Norton.
- De Marchi, N. y H.J. Van Miegroet. 2000a. Pricing invention: ‘originals’, ‘copies’ and their relative value in seventeenth century Netherlandish art markets, en: V.A. Ginsburgh y P.M. Menger (comps.), *Economics of the arts, selected essays*, Elsevier, Amsterdam, pp. 27-70.
- . 2000b. Exploring markets for Netherlandisch paintings in Spain and Nueva España, en: R. Falkenburg, J. de Long, D. Meijers, B. Ramakers y M. Westermann (comps.), *Kunst voor de markt/art for the market, 1500-1700*, Netherlands Yearbook for the History of Art 1999, 50: 81-111.
- . 2006. The history of art markets, en V.A. Ginsburgh y D. Throsby (comps.) *Handbook of the economics of art and culture*, Elsevier, Amsterdam.

- Echeverría, I. 2000. Notas sobre el comercio artístico entre Sevilla y América en 1586, *Museo de América Annales*, 8: 103-110.
- Falomir, M. 2006. Artists' responses to the rise in demand for paintings in Spain, 1575-1625, en N. de Marchi y H.J. Van Miegroet (comps.), *Mapping markets for paintings*, Brepols, pp. 135-161.
- Gadol, J. 1969. *Leon Battista Alberti, universal man of the early Renaissance*, The University of Chicago Press, Chicago.
- Gelderblom, O. 2000. *Zuid-Nederlandse Kooplieden en de opkomst van de Amsterdamse Stapelmarkt (1578-1630)*, Verloren, Hilversum.
- Goldthwaite, R.A. 2003. Economic parameters of the Italian art market 15th to 17th centuries, en M. Fantoni, L.C. Matthew y S.F. Matthews-Grieco (comps.), *The Art Market in Italy*, Panini, Modena, pp. 423-444.
- Grossman, G.M. y E. Helpman. 1991. *Innovation and growth in the global economy*, MIT Press, Cambridge.
- Gozzano, N. 2003. Resa dei conti in Casa Colonna: Accounting from a roman collection, en F. Cappalletti (comp.) *Decorazioni e collezionismo a Roma nel Seicento*, Libreria Universitaria, Roma, pp. 175-185.
- . 2004. *La quadreria di Lorenzo Onofrio Colonna*, Builzoni, Roma.
- Haskell, F. 1980. *Patrons and painters, art and society in baroque Italy*, Yale University Press, New Haven.
- Kremer, M. 1993, Population growth and technological change: One million B.C. to 1990, *Quarterly Journal of Economics*, 108: 681-716.
- Lorizzo, L. 2003. Documenti inediti sul mercato dell'arte. I testamenti e l'inventario della bottega del Genovese Pellegrino Peri 'rivenditori di quadri' a Roma nella seconda metà del Seicento, en F. Cappalletti (comp.) *Decorazioni e collezionismo a Roma nel Seicento*, Libreria Universitaria, Roma, pp. 159-174.
- . 2006. People and practices in the paintings trade in 17th C. Rome, en N. De Marchi y H.J. Van Miegroet (comps.), *Mappings markets for paintings in Europe, 1450-1750*, Brepols, pp. 343-358.
- Lynch, J. 1969. *Spain under the Hapsburgs*, Blackwell, Oxford.
- Montias, J.M. 1990. Estimates of the number of Dutch master-painters, their earnings and their output in 1650, *Leidschrift*, 6: 59-74.
- Palomero Páramo, J M. 1998. Notas sobre el taller de Zurbarán, en *Zurbarán IV centenario del nacimiento (catalogo y actas del simposium internacional Zurbarán y su época)*, Editora Regional de Extremadura, España, pp. 17-31.
- Quintana Echeverría, I. 2000. Notas sobre el comercio artístico entre Sevilla y América en 1586, *Anales del Museo de América*, 8: 103-110.
- Romer, P. 1990. Endogenous technological change, *Journal of Political Economy*, 98: s71-s102.
- Shaw, J.E. 2006. Institutional controls and the retail in Venice, en N. De Marchi y H.J. Van Miegroet (comps.), *Mappings markets for paintings in Europe, 1450-1750*, Brepols, 107-122.
- Szanto, M. 2001. La stratégie de l'artium amatoris. Les banquiers Lumargue et le commerce des tableaux, des frères Goetkindt à Jean Valdro (1600-1660), en S. Cavaciocchi (comp.) *Economia e arte*, Le Monnier, Florencia, pp. 149-185.

- Torre Revello. 1948. Obras de arte enviadas al Nuevo Mundo en los siglos XVI y XVII, *Anales del Instituto de Arte Americano e Investigaciones Estéticas*, 1: 132-145.
- Van der Woude, A. 1991. The volumes and value of paintings in Holland at the time of the Dutch Republic, en D. Freedberg y J. De Vries (comps.) *Art in history, history in art*, Getty Center, Santa Monica, pp. 285-329.
- Vasari, Giorgio. 1996 [1568]. *Vidas de grandes artistas*, Porrúa, México.
- Welch, E. 2003. From retail to resale: Artistic value and the second-hand market in Italy (1400-1550), en M. Fantoni, L.C. Matthew y S.F. Matthews-Grieco (comps.), *The Art Market in Italy*, Panini, Modena, pp. 283-299.