

La autonomía del arte como motor en la transformación del modelo de producción artístico a finales del siglo XIX

The Autonomy of Art as a Driver in the Transformation of the Artistic Production Model at the end of 19th century

Rebeca Rodríguez Ginés

Traducción Translation
Rebeca Rodríguez Ginés

PDF con Ayuda de la Fundación Ramón Areces

Palabras clave

Modelo de producción, autonomía del arte, artes liberales, genio, mercado del arte, constelaciones culturales.

Keywords

Mode of production, Autonomy of Art, Liberal Arts, Genius, Art market, Cultural constellations.

Rebeca Rodríguez Ginés

Universidad Autónoma de Madrid
ORCID: 0009-0003-6852-2884

Resumen

El circuito comercial del arte actualmente funciona gracias a la creación de obras de arte por parte de los artistas y la acción de intermediarios como los galeristas que ponen a la venta su producto. Mediante este artículo se explorará uno de los factores que favoreció que se instaurara esta manera de operar frente a los habituales encargos, que se mantuvieron vigentes hasta finales del siglo XIX. Concretamente se va a analizar la autonomía del arte como uno de los paradigmas determinantes para que se produjera la transición. El análisis se sustenta precisamente en el concepto de mercado como una constelación cultural, constatando la influencia del contexto histórico y cultural en los mecanismos que utilizaba para operar. Además, se sustentará esta hipótesis en el análisis de uno de los procedimientos fundamentales actualmente, la tasación.

Abstract

The commercial contemporary art circuit is sustained by the production of artworks and the mediation of gallerists, who introduce these works into circulation. This article examines one of the factors that fostered the establishment of this mode of operation, in contrast to the system of commissions that prevailed until the late nineteenth century. Central to the analysis is the autonomy of art, understood as a decisive paradigm in the transformation of artistic production and its distribution structures. The argument is framed within the notion of the market as a cultural constellation, thereby emphasizing the determining role of historical and cultural contexts in shaping its mechanisms. To substantiate this hypothesis, particular attention will be given to one fundamental procedure: valuation.

Contribuciones específicas

de cada autor/a Specific contributions from each author

Concepción y diseño del trabajo
Conception and design of the work
Rebeca Rodríguez Ginés

Metodología Methodology
Rebeca Rodríguez Ginés

Recogida y análisis de datos
Data Collection and Analysis
Rebeca Rodríguez Ginés

Discusión y conclusiones
Discussion and Conclusions
Rebeca Rodríguez Ginés

Redacción, formato, revisión y aprobación de versiones Drafting, formatting, version revision, and approval
Rebeca Rodríguez Ginés

Fecha recepción Receipt date
29/09/2025

Fechas evaluación Evaluation dates
07/11/2025 & 19/12/2025

Fecha aceptación Acceptance date
12/01/2026

Fecha publicación Publication date
31/05/2026

Introducción

Hay un hecho fundamental que define el mercado del arte: se adquiere un bien por un precio. Esto es sencillo e inherente a cualquier mercado. No obstante, ha habido un giro de 180° en cuanto a la forma de producción se refiere, entendiendo esta expresión como la manera en la que el arte se crea para ser vendido. Se va a tratar, por ello, de dilucidar una de las razones fundamentales para las transformaciones que se producen a este respecto entre la Edad Moderna y la Edad Contemporánea en el mercado del arte occidental, concretamente en la pintura. Se analizará el paso del "modelo por encargo", predominante en la primera etapa referida, al "modelo de creación libre" desde los Impresionistas. En el primero el artista produce aquello que se le ha solicitado y en el segundo crea lo que considera desde sus propios impulsos para luego intentar venderlo.

La comprensión de la expresión modelo de producción desde una visión puramente empresarial puede parecer que atenta precisamente contra el valor social y cultural que tiene el arte, preeminente desde la óptica actual. Sin embargo, se pretende a lo largo del documento todo lo contrario. Se analizará precisamente cómo la consideración del artista y la autonomía del arte ayudaron a estructurar el cambio en el modelo de producción que tuvo lugar a finales del siglo XIX y principios del siglo XX. Esta propuesta se fundamenta, asimismo, en la definición del mercado del arte por parte de Olav Velthuis como "cultural constellation". Propone que el mercado del arte, al igual que el resto, está conformado por interacciones sociales en un marco cultural concreto, lo cual promueve su ritualización. (1) Si se tiene como punto de partida esta idea, el mercado del arte está en cada etapa histórica determinado por el contexto social y cultural en el que se desarrolla y sus transformaciones en la forma de operar e interactuar entre los agentes precisamente viene derivado de ese mismo contexto.

Menester es aclarar que mediante este artículo no se pretende, asimismo, proponer que esos fueron los únicos factores que impulsaron

Introduction

A fundamental fact defines the art market: an item is purchased at a specific price. This is simple and inherent to any market. However, there has been a 180-degree turn in the mode of production, interpreting this expression as the way art is created to be sold. Consequently, we are going to elucidate one of the fundamental reasons for the transformations that occurred in this regard between the Modern and Contemporary Ages within the Western art market, specifically in painting. We are going to analyse the transition from the "commission model", predominant in the former stage, to the "free creation model" initiated by the Impressionists. In the former, the artist produces a work that is requested beforehand and, in the latter, they create according to their own impulses to sell it afterward.

Understanding a mode of production through a business lens could seem to undermine the social and cultural values inherent to art, which are preeminent in the current perspective. However, we intend throughout this document to prove the opposite. It analyses how the social consideration of artists and artistic autonomy helped to structure the change in the mode of production that took place at the end of 19th century and the beginning of 20th century. This hypothesis is also grounded in the art market definition provided by Olav Velthuis, who described it is a "cultural constellation". He argues that this market, like any other, is made up of social interactions within

1. VELTHUIS, O. *Talking Prices. Symbolic Meanings of Prices on the Market for Contemporary Art*. Princeton: Princeton University Press, 2005.

el cambio. Este ocurrió al albur de muchos hechos históricos que se materializaron simultáneamente. Immaculada Socías y Dimitra Gkozkgkou exponen los siguientes factores que afectaron: la desamortización española, el enriquecimiento de la burguesía, el empobrecimiento de las clases nobiliarias y la Iglesia y la ruptura del sistema académico francés. (2) Todos ellos influyeron, pero no menos importantes fueron aquellos que se van a analizar a continuación.

Sobre el “modelo del encargo” y los precedentes del “modelo de creación libre”

La Edad Moderna estuvo marcada por los encargos y los contratos a los clientes, que fueron estudiados en dos obras esenciales para la historia del arte: *Patrons and Painters* de Francis Haskell (1980) y *Painting and Experience in Fifteenth Century Italy. A primer in the social history of pictorial style* de Michael Baxandall (1972). En ellos quedaban detallados en mayor o menor medida el asunto, el tamaño, los pagos y los colores a utilizar, a veces se incluían, incluso, bocetos. Además del encargo, hubo lo que se denomina artistas cortesanos. Estos eran aquellos que residían en una corte y producían en función de lo que les solicitasen, trabajando para los cortesanos casi en exclusividad. Otra manera de percibir ingresos por parte de los artistas también era mediante los cargos honoríficos que recibían aquellos que eran más afamados. (3 y 4)

No obstante, hay una serie de excepciones que merece la pena revisar antes de introducirnos en el siglo XIX. No son la norma y, por ello, no siempre son casos mencionados, pero su existencia también explica el paso del “modelo de encargo” al “modelo de creación libre”.

Dos ejemplos de ello son los artistas alemanes en el siglo XV y los artistas holandeses del siglo XVI. Estos realizaban obras de pequeño formato normalmente de interiores que vendían posteriormente a quienes se hubie-

a very specific cultural framework, which promotes its ritualization. (1) If this idea is the starting point, the art market is determined in every historical period by the social and cultural context in which it is situated; furthermore, changes in the ways it is performed and the ways agents interact are conditioned by this context.

It is necessary to clarify that this article does not aim to argue that these were the sole factors that drove the change. This occurred because of many historical events that unfolded simultaneously. Immaculada Socías and Dimitra Gkozkgkou identify several influencing factors: the Spanish confiscation of Church property, the enrichment of the bourgeoisie, the impoverishment of the nobility and the Church and the breakdown of the French academic system. (2) All of them played a role, but those we are about to analyse are equally significant.

On the “commission model” and its precedents in the “free creation model”

Commissions and contracts with clients were predominant during the Modern Age, these have been examined by two essential books in the history of art: Francis Haskell’s *Patrons and Painters* (1980) and Michael Baxandall’s *Painting and Experience in Fifteenth Century Italy. A primer in the social history of pictorial style* (1972). In these contracts the customer and the

2. SOCÍAS, I.; GKOZGKOU, D. *Agentes, marchantes y traficantes de objetos de arte (1850-1950)*. Asturias: Ediciones Trea, 2012.

3. HASKELL, F. *Patronos y pintores*. Madrid: Cátedra, 1984. Edición original: Yale University, 1980.

4. WITTKOWER, R.; WITTKOWER, M. *Nacidos bajo el signo de saturno. Genio y temperamento de los artistas desde la Antigüedad hasta la Revolución francesa*. Madrid: Cátedra, 2010. Edición original: Weidenfeld Publishers, 1963.

1. VELTHUIS, O. *Talking Prices. Symbolic Meanings of Prices on the Market for Contemporary Art*. Princeton: Princeton University Press, 2005.

2. SOCÍAS, I.; GKOZGKOU, D. *Agentes, marchantes y traficantes de objetos de arte (1850-1950)*. Asturias: Ediciones Trea, 2012.

ran interesado. (4) Destaca probablemente el ejemplo de Holanda, pues en este país predominaba una burguesía que se había enriquecido a través del comercio. Sus encargos eran retratos oficiales y la cantidad solicitada era muy reducida. Por ello, los artistas recurrieron a la creación de obras decorativas que posteriormente vendían, convirtiendo su manera de operar en un precedente evidente. Además, la predominancia de la clase burguesa podría argüirse como un factor determinante para explicar el cambio en el siglo XIX y correlacionarlo con esta etapa. Podría esgrimirse que las personas habituadas al comercio pudieron ser más proclives a la compra de objetos ya producidos, diferenciándose sus hábitos de consumo con respecto a los del clero y la aristocracia en ambas etapas.

Sin embargo, no solo hay testimonios en esa zona geográfica. Los artistas italianos con menos encargos también producían obras para su posterior venta. Existieron, incluso, vendedores de cuadros llamados *dilettanti*. Cuando Roma empezó a tener funciones similares a una capital, los artistas normalizaron la presencia en sus estudios de obras iniciada y estas se finalizaban cuando alguien decidía adquirirlas. El ejemplo más paradigmático era Salvator Rosa, quien organizó exposiciones para cimentar su reputación, de manera que su mercado pudiese crecer. Se exhibía aquello que él decidía producir, sin someterse a los encargos desde la absoluta necesidad. [ver nota 3] Salvator Rosa se convierte así en el precedente directo de la práctica que se inicia con los Impresionistas, lo cual se constata mediante su lucidez al organizar exposiciones.

Este caso permite comprobar que hay más antecedentes de los que en un primer momento se hubiera pensado y estos no solo se localizan en la zona norte de Europa exclusivamente. La presencia en Italia de un caso como Salvator Rosa y la existencia en los estudios de versiones diferentes es un preludio de lo que acontecerá. Está indicando que había una apertura a ese tipo de adquisición antes de lo que cabría imaginarse.

artist specified the subject, the size, the payment and the colours to be used, including even sketches at times. In addition, there were court artists. These were individuals who lived at court and produced what their patrons requested, working exclusively for courtiers. Another way for artists to obtain monetary income was through honorary positions, received by the most famous artists. (3 and 4)

However, there are exceptions that are worth reviewing prior to the 19th century. While they are not the norm and are therefore often overlooked, their existence could also explain the transition from "commission model" to "free creation model".

Two main examples of this are German artists from the 15th century and Dutch artists from the 16th century. They created small-scale works, usually depicting domestic interiors, which they subsequently sold after to interested buyers. (4) Holanda provides a more suggestive example because, in this country, the bourgeoisie -enriched by commerce- was predominant. Their commissions were limited to official portraits, consequently the quantity was limited. For this reason, the artists began to paint decorative works to be afterward, establishing an obvious precedent for later practices. In addition, the predominance of the bourgeois class could be argued as an essential factor in explaining the change in the 19th century and could be related to this period. It could be affirmed that people accustomed to commerce might

3. HASKELL, F. *Patronos y pintores*. Madrid: Cátedra, 1984. Original edition: Yale University, 1980.

4. WITTKOWER, R.; WITTKOWER, M. *Nacidos bajo el signo de saturno. Genio y temperamento de los artistas desde la Antigüedad hasta la Revolución francesa*. Madrid: Cátedra, 2010. Original edition: Weidenfeld Publishers, 1963.

El nacimiento del arte y del artista como precursores del cambio en el modelo de producción

“En otras palabras, la percepción del arte como arte, como campo independiente dentro del logro creativo —concepto descrito en último extremo como ‘el arte por el arte’—, se hace patente en la expresión del deseo creciente de unir el nombre de un maestro a su obra”

Kris y Kurz (5)

Mediante esta frase los especialistas Kris y Kurz otorgan a las producciones manufacturadas la categoría de arte una vez que los creadores inscriben su nombre en ellas. Esto lo hicieron los ceramistas áticos en el siglo V a.C. y, por supuesto, los ya considerados artistas en el Renacimiento. Mediante este gesto los artistas reivindicaban un mayor estatus para sus obras y, en consecuencia, también para ellos. No se debe considerar azaroso, pues era una preocupación en el inicio de ese período artístico. Esta se percibe en *I Comentarii* de Ghiberti (siglo XV), quien defiende que el artista no era un mero artesano, pues recurre al intelecto para trazar sus creaciones. (6) Su texto es la puerta de acceso a una demanda por parte de los artistas que se prolongará en el tiempo y mediante la cual reclaman un mayor estatus social asociando su actividad al estudio.

La búsqueda de la consideración de la pintura como arte liberal y la mejora en su posición social se hizo mediante la transformación en su formación. Esto motivó el nacimiento de las academias en Florencia y Roma en el *Cinquecento*. A través de ellas se proponía un aprendizaje de base teórica que sustentase su actividad, distanciándose así de la enseñanza práctica que proporcionaban los gremios y los talleres. (7) Grabados de la época, como el conservado de la Academia de Baccio Bandinelli, (Fig. 1) ratifican esta idea. En él se observa a un grupo de artistas haciendo diversas acciones, destacando aquellos que se concentran en soportes en los que realizan dibujos. Estos

be more receptive to the acquisition of ready-made products. This would distance their consumer habits from those of the clergy and aristocracy in both periods.

Nevertheless, there are also similar events in other countries. Italian artists who did not have many commissions also produced works with the aim to selling them. There was even a salesperson figure, called the *dilettanti*. As Rome began to assume capital functions, artists started keeping unfinished paintings in their workshops to be finalized at the moment of sale. The paradigmatic example is Salvator Rosa, who organized exhibitions to enhance his reputation, thereby improving his market possibilities. He always exhibited the works he chose, remaining unaffected by the need for commissions. [ver note 3] Salvator Rosa is a direct precedent to the practice initiated by the Impressionists, as evidence by his foresight in preparing exhibitions.

This case shows that there is more contextual background than initially thought, and that this information is not exclusively located in northern Europe. The presence in Italy of a case such as Salvator Rosa, along with the existence of different versions within workshops, is a prelude to what would follow. It indicates that there was an openness to this type of acquisition earlier than previously imagine.

5. KRIS, E.; KURZ, O. *La leyenda del artista*. Madrid: Cátedra, 2010, p. 23. Edición original: Yale University, 1979.

6. Ghiberti, L. *I comentarii*. Florencia: Giunti Gruppo Editoriale, 1998. Edición original: manuscrito conservado en la Biblioteca Nazionale Centrale di Firenze, siglo XV.

7. MORTE GARCÍA, C. “La figura del artista en el Renacimiento”. En: R. Carrero, A. Castán; C. Lomba (eds.), *El artista, mito y realidad: reflexiones sobre el gusto*. Zaragoza: Institución Fernando el Católico, 2019, pp. 55-82.



Fig. 1. Vico, Enea. *The Academy of Baccio Bandinelli*, circa 1544. The Metropolitan Museum, Nueva York, CCO 1.0 (<https://creativecommons.org/publicdomain/zero/1.0/deed.es>).

últimos probablemente estén copiando los modelos, ejercitándose mediante esta técnica que se considera fundamental como medio de aprendizaje. Este método práctico no se traduce en modelos comerciales, sino en materiales de estudio.

Además, las fuentes visuales escenifican el carácter liberal de las artes. Los autorretratos son paradigmáticos, existiendo muchos ejemplos entre el siglo XV y el XVII. Se puede mencionar el *Autorretrato* de Bartolomé Esteban Murillo de 1617. (Fig. 2) En un ejercicio metapictórico el artista sevillano se autodefine desde su profesión, pero no desde la práctica, ya que los materia-

The birth of art and the artist as precursors to the change in the mode of production

“In other words, the perception of art as art –as an autonomous field within creative achievement, a concept ultimately described as ‘art for art’s sake’– becomes evident through the expression of a growing desire to link a master’s name to their work”

Kris and Kurz (5)

In this sentence Kris and Kurz assign the category of art to workshop-produced works only when the creators inscribe their names upon them. Greek potters in the 5th century BCE did so, as did the celebrated artists of the Renaissance. This action led them to claim a higher status for their works and, likewise, for themselves. This should not be considered a coincidence, as it was a widespread phenomenon at the beginning of this artistic period. This is evident in Lorenzo Ghiberti’s *I Comentarîi* (15th century), in which he argued that the artist was more than an artisan, insofar as he used his intellect to materialize his creations. (6) This text marks the beginning of a persistent claim made by artists over time, through which they sought a better social status by establishing a link between intellectual study and their own work.

5. KRIS, E.; KURZ, O. *La leyenda del artista*. Madrid: Cátedra, 2010, p. 23. Original edition: Yale University, 1979.

6. GHIBERTI, L. *I comentarii*. Florencia: Giunti Gruppo Editoriale, 1998. Original edition: manuscript preserved in Biblioteca Nazionale Centrale di Firenze, XV century.

les de trabajo descansan en el pedestal. Junto con los autorretratos siempre deberían mencionarse precisamente los talleres o estudios de los artistas, como el grabado *Vanitas* de Hendrick Hondius en el que presenta su espacio de trabajo utilizando de pretexto una *vanitas* holandesa. (Fig. 3) Destaca el libro abierto bajo la calavera, trasladando al espectador la necesidad teórica de su disciplina. También las biografías de los artistas son una herramienta más en pos de su objetivo y mediante ellas se construyen unos *topoi* que han sido perfectamente estudiados por Ernst Kris y Otto Kurz en *Legend, Myth and Magic in the Image of the Artist. A historical Experiment* (1979).

Paralelamente al asentamiento del concepto de la pintura como un arte liberal, empieza a germinar la idea de que los artistas tienen un carácter

Fig. 2. Murillo, Bartolomé Esteban. *Self portrait*, circa 1670. The National Gallery, Londres. © The National Gallery, Londres.

Fig. 3. Hondius, Hendrik. *Vanitasstilleven met een schedel met lauwerkrans*, 1626. Rijksmuseum, Ámsterdam, CCO 1.0 (<https://creativecommons.org/publicdomain/zero/1.0/deed.es>).



They sought to have painting considered a liberal art and to improve of their social position through a transformation of their training. This led to the birth of academies in Florence and Rome during the *Cinquecento*. These institutions proposed a theoretical training intended to foster the growth of their professional activity, moving away from the practical teaching characteristic of guilds and workshops. (7) Engravings from the period such as *The Academy of Baccio Bandinelli*, (Fig. 1) support this argument. In it, one can observe a group of artists engaged in different actions, with greater prominence given to those who are concentrated on drawing. These individuals are probably copying models, learning through a technique regarded as the fundamental basis of education. This practical method was not intended as a commercial model, but rather as study material.

Moreover, visual documents attest to the liberal status of the arts. Self-portraits are paradigmatic in this regard, with numerous examples dating from the 15th century to the 17th century. A notable example is Bartolomé Esteban Murillo's *Self-portrait* from 1617. (Fig. 2) In a metapictorial exercise, the Sevillian artist portrayed himself in relation to his profession, while avoiding the depiction of its physical practice, consequently, the work materials are depicted resting on the pedestal. Furthermore, it is necessary to examine artist workshops, such as those in Hendrick Hondius' *Vanitas*, which depicts his workspace within the framework of a Dutch *vanitas*. (Fig. 3) The work high-

7. MORTE GARCÍA, C. "La figura del artista en el Renacimiento". In: R. Carrtero; A. Castán; C. Lomba (eds.), *El artista, mito y realidad: reflexiones sobre el gusto*. Zaragoza: Institución Fernando el Católico, 2019, pp. 55-82.



Fig. 4. Rosa, Salvator. *Philosophy*, circa 1645. The National Gallery, Londres. © The National Gallery, Londres.

particular, hecho que ayudó a asentar su imagen y su papel en los márgenes de la sociedad en el siglo XIX. Se decía de Salvator Rosa, por ejemplo, que era un artista de marcado carácter, favoreciendo una mayor atención por parte del público hacia sus obras. [ver nota 3] Visualmente está perfectamente ejemplificado en el autorretrato titulado *Philosophy* fechado en 1640, (Fig. 4) el cual incluye una inscripción que dice así: "AUT TACE. AUT LOQUERE MELIORA SILENTIO" ("o cállate o di algo mejor que el silencio"). De este modo, deja traslucir una personalidad soberbia.

lights the book beneath the skull, conveying to the spectator the theoretical requirements of his discipline. In addition, artists' biographies served as a tool to achieve this aim, establishing *topoi* that were studied by Ernst Kris and Otto Kurz in their book *Legend, Myth and Magic in the Image of the Artist. A historical Experiment* (1979).

Simultaneously with the establishment of painting as a liberal art, the idea that artists possessed a distinctive character began to take hold, a phenomenon that helped to promote their image on the fringes of society in the 19th century. It was said of Salvator Rosa, for example, that he was an artist with a strong character, thereby garnering greater attention from the public for his production. [ver note 3] Visually, this is manifested in the self-portrait titled *Philosophy* (1640), (Fig. 4) which includes an inscription that reads: "AUT TACE. AUT LOQUERE MELIORA SILENTIO" ("Keep silent, unless your speech is better than silence"). In this way, the work reveals an arrogant personality.

Against this backdrop, little by little, the collective imagination gradually elevated artists to the status of strange and peculiar personalities. This facilitated the attainment of the laurel crown that mythologized the artist: the status of genius. Their new intellectual role and the relationship that was already being established between the artist and their work, especially among prominent personalities, allowed 19th century artist to acquire this title. This designation undoubtedly refers to their abilities, but also to the way they

En este contexto, poco a poco el imaginario colectivo encumbra a los artistas como personalidades extrañas y particulares. Esto favoreció la consecución de la corona laureada que mitificaba a los artistas: la consideración de genio. Su nuevo papel intelectual y la relación que ya se establecía entre el artista y su obra sobre todo con personalidades marcadas permitió que los artistas en el siglo XIX obtuvieran ese apelativo que alude, indudablemente, a sus capacidades, pero también en gran medida a su forma de presentarse ante la sociedad. Como expone Clara Hernández, estas personalidades y, por ende, los artistas son libres, incapaces de someterse a las normas. (8)

La autonomía del arte como eclosión de un nuevo modelo productivo

El siglo XIX remueve también los cimientos del sistema de formación que nace en el *Cinquecento* italiano, las academias, pues esa herramienta para alcanzar la consideración liberal de las artes pierde su hegemonía para dictar el canon. Hegel formula la teoría que se ha denominado “muerte del arte”. En ella el filósofo detecta que el arte ha sufrido una transformación y no debe entenderse como se hacía antes, pues ha dejado de transmitir mensajes universales para primar la subjetividad. (9) Por tanto, el arte responde a la voluntad del creador, convirtiéndose la academia en una institución arcaica.

En ese sentido, la pérdida de poder por parte de la academia permite que la idea de genio se instaure progresivamente como una unidad de valor apreciable en el arte, dando como resultado el culto a la personalidad. No solo es su destreza, sino también su manera de desenvolverse en el mundo aquello que llama la atención del futuro comprador. Atraen la vida bohemia y la personalidad del *flâneur*, quien vaga por las calles “como un animal ascético” sin meta alguna, embriagado por la ciudad. (10) (Fig. 5) Esta imagen proyectada por los artistas atraerá la atención de la sociedad y su existencia desde este momento es “concebida a su vez como obra de arte”, tal y como ha expuesto

mostly presented themselves to society. As Clara Hernández explains, these personalities, and by extension artists, are free beings, incapable of submitting to conventional norms. (8)

The autonomy of art as the emergence of a new productive model

The 19th century shook the foundations of the educational system originated in the Italian *Cinquecento*: the academies. This foundational tool for achieving liberal status of the arts lost its hegemony in defining the canon. Hegel formulated the theory known as ‘the death of art’, in which the philosopher observed that art has undergone a transformation. He argued that it should not be understood as it was previously, as it had ceased to convey universal messages in favour of subjectivity. (9) Consequently, art began to respond to the will of the creator, rendering the academy into an archaic institution.

In this sense, the diminished influence of academia allowed the idea of the genius to gradually establish itself as a measure of appreciable value in art, resulting in the cult of personality. It is not only their skill, but also their conduct in the world that captured the attention of future buyers. Collectors were attracted to the bohemian lifestyle and personality of the *flâneur*, who wanders the streets ‘like an ascetic animal’ without a defined goal, intoxicated by the city. (10) (Fig. 6) This image projected by artists captured social atten-

8. HERNÁNDEZ, C. “La construcción de la figura del artista en el siglo XIX: mitos, imagen pública y género”. En: *Revista de historiografía* 35, 2021, pp. 131-152.

9. VERCELLONE, F. *Estética del siglo XIX*. Madrid: A. Machado Libros, 2004, p. 41. Edición original: Società editrice Il Mulino, 1999.

10. WALTER, B. *El libro de los paisajes*. Madrid: Akal, 2005, [El Flâneur] M 1, 3. Edición original: Tiedemann, 1982.

8. HERNÁNDEZ, C. “La construcción de la figura del artista en el siglo XIX: mitos, imagen pública y género”. In: *Revista de historiografía* 35, 2021, pp. 131-152.

9. VERCELLONE, F. *Estética del siglo XIX*. Madrid: A. Machado Libros, 2004, p. 41. Original edition: Società editrice Il Mulino, 1999.

10. WALTER, B. *El libro de los paisajes*. Madrid: Akal, 2005, [El Flâneur] M 1, 3. Original edition: Tiedemann, 1982.



Pierre Bourdieu. (11) Esta forma de vida, ajena a la norma y a las restricciones que impone el *establishment*, culmina en una noción que aún hoy persiste: *l'art pour l'art*. Théophile Gautier, (Fig. 6) quien acuña el concepto, habla así de la belleza: "il n'y a de vraiment beau que ce qui ne peut servir à rien; tout ce qui est utile est laid, car c'est l'expression de quelque besoin...". (12)

El arte es bello solo cuando es autónomo, es decir, cuando vive por y para sí mismo. Se entiende a partir de este momento como un objeto autorreferencial en el contenido, hecho que se aprecia perfectamente desde el Impresionismo y cristaliza en las Vanguardias. Esta idea expresa la suprema libertad del artista, que es el rasgo definitorio del genio, como se ha explicado.

tion and their existence from this moment on was 'conceived in turn as a work of art', as Pierre Bourdieu explained. (11) This way of life, detached from the norms and restrictions imposed by the establishment, culminated in a notion that still persists today: *l'art pour l'art*. Théophile Gautier, (Fig. 7) who coined the concept, described beauty as follows: 'il n'y a de vraiment beau que ce qui ne peut servir à rien; tout ce qui est utile est laid, car c'est l'expression de quelque besoin...'. (12)

Art is considered beautiful only when it is autonomous, that is, when it lives by and for itself. From this point forward, it is understood as a self-referential object in terms of content, a fact clearly evident in Impressionism and crystallized in the avant-garde movements. This idea expresses the supreme freedom of the artist, which is the defining feature of genius, as explained above.

Furthermore, economic shifts weakened the aristocracy and the clergy, favouring the rise of the bourgeoisie. The latter gained access to the annual Salons (13) and possessed sufficient purchasing power to acquire art; both factors fuelled an interest in artistic production. Naturally, this interest excluded works supported by the conservative, nineteenth-century academy, under the protection of institutions such as monarchies, as evidenced by the engraving with the Bourbons in the English Academy. (Fig. 5) The bourgeoisie, much like the artists, sought to express their antagonism toward the status

Fig. 5. Tournachon, Gaspard-Félix (Nadar), *Portrait of Théophile Gautier*, circa 1866. Musée Carnavalet, Paris, CCO 1.0 (<https://creativecommons.org/publicdomain/zero/1.0/deed.es>).

Fig. 6. Martini, Pietro Antonio. *Portraits of their Majesty's and the Royal Family Viewing the Exhibition of the Royal Academy*, 1788. The Metropolitan Museum, Nueva York, CCO 1.0 (<https://creativecommons.org/publicdomain/zero/1.0/deed.es>).

11. BOURDIEU, P. *Las reglas del arte. Génesis y estructura del campo literario*. Barcelona: Editorial Anagrama, 2002, p. 94. Edición original: Éditions de Seuil, 1992.

12. GAUTIER, T. *Mademoiselle de Maupin*. París: G. Charpentier, 1880, p. 1.

11. BOURDIEU, P. *Las reglas del arte. Génesis y estructura del campo literario*. Barcelona: Editorial Anagrama, 2002, p. 94. Original edition: Éditions de Seuil, 1992.

12. GAUTIER, T. *Mademoiselle de Maupin*. París: G. Charpentier, 1880, p. 1.

13. BRIHUEGA, J. "El *prosapón* del artista. Entre Courbet y la Segunda Guerra Mundial". In: R. Carrtero; A. Castán; C. Lomba (eds.). *El artista, mito y realidad: reflexiones sobre el gusto*. Zaragoza: Institución Fernando el Católico, 2019, pp. 151-175.

Además, el cambio económico debilita a la aristocracia y al clero, favoreciendo el ascenso de la burguesía. Estos últimos tenían acceso a los salones anuales celebrados, (13) y el poder adquisitivo suficiente como para comprar arte, de manera que ambos factores desembocaron en el interés en las producciones artísticas. Evidentemente no aquellas que apoyaba la academia, conservadoras y decimonónicas, bajo el amparo de instituciones como las monarquías, tal y como ratifica el grabado con los borbones en la Academia inglesa. (Fig. 7) Los burgueses, al igual que los artistas, buscaban expresar su antagonismo y, por ello, estos apostaron por aquellos artistas que se habían distanciado del sistema. Su mirada aprendió a ver el arte a través del alma de su creador, generándose así la tendencia natural a la compra de las obras ya creadas. En suma, la admiración a la persona del artista y la aceptación de autonomía del arte produjeron el impacto suficiente para que naciera un nuevo modelo de producción, el “modelo de creación libre”.

Este nuevo modelo de producción conllevó una modificación en la distribución en el mercado del arte para que los artistas pudiesen vivir de sus obras. Las exposiciones en el *Salon des Refusés* no eran suficientes, por lo que nace la figura de los marchantes, quienes son la clave para que se pueda asentar la transformación de forma definitiva. En este sentido, el proceso se inicia precisamente con los Impresionistas, quienes no lograron tener una situación económica favorable hasta 1890, cuando su marchante Paul Durand-Ruel consiguió establecer una red internacional de coleccionistas y críticos. (14) Esta red nacía de la admiración que tenían los coleccionistas por los artistas y se sostenía gracias a la labor del marchante para mantener la reputación de los mismos.

A inicios del siglo XX, Daniel-Henry Kahnweiler será uno de los grandes ejemplos de la consolidación del sistema. Su peculiaridad radica en la firma de contratos con los artistas, quienes se comprometían a venderle todos sus cuadros, valorados en función del tamaño en ese primer momento. (15) Una

Fig. 7. Daumier, Honoré. *Grabado de un flâneur*, 1841. En el libro: HUART, L., DAUMIER, H., MAURISSET, T. Y ALOPHE. *Physiologie du flâneur*. París: Aubert y Lavigne (eds.), 1841, p. 57.



quo and, therefore, supported those artists who had distanced themselves from the system. They learned to perceive art through the soul of its creator, generating a natural tendency to purchase ready-made works. In short, admiration for the artist as an individual and the acceptance of artistic autonomy had a significant impact to give rise to a new model of production: the “free creation model”.

This new productive model led to a change in the distribution within the art market, enabling artists to sustain themselves through their work. Exhibitions at the *Salon des Refusés* were insufficient, leading to the emergence of art dealers, who were key to establishing this transformation permanently. This process began precisely with the Impressionists, who did not achieve a favourable economic situation until 1890, when their dealer, Paul Durand-Ruel, managed to establish an international network of collectors and critics. (14) This network was born of the collectors’ admiration for the artists and was sustained by the dealer’s efforts to cultivate their reputation.

At the beginning of the 20th century, Daniel-Henry Kahnweiler became a preeminent example of the consolidation of this system. His peculiarity lay in signing contracts with artists, who agreed to sell him their entire output, valued according to size at the outset. (15) Once in his possession, he helped to raise the profile of their works and built their careers with through group exhibitions. When he detected increased interest among collectors, he would then promote

13. BRIHUEGA, J. “El *prosopón* del artista. Entre Courbet y la Segunda Guerra Mundial”. En: R. Carrtero; A. Castán; C. Lomba (eds.). *El artista, mito y realidad: reflexiones sobre el gusto*. Zaragoza: Institución Fernando el Católico, 2019, pp. 151-175.

14. FITZGERALD, M. C. *Making modernism Picasso and the creation of the market for twentieth-century art*. Berkeley: University of California Press, 1996.

15. KAHNWEILER, D. H.; CRÉMIEUX, F. *Mis galerías y mis pintores, conversaciones con Francis Crémieux*. Madrid: Árdora, 1991. Edición original: Gallimard, 1961.

14. FITZGERALD, M. C. *Making modernism Picasso and the creation of the market for twentieth-century art*. Berkeley: University of California Press, 1996.

15. KAHNWEILER, D. H.; CRÉMIEUX, F. *Mis galerías y mis pintores, conversaciones con Francis Crémieux*. Madrid: Árdora, 1991. Original edition: Gallimard, 1961.

vez en sus manos él ayuda a visibilizar sus obras y construir su carrera con exposiciones colectivas. Cuando detectaba un mayor interés entre los coleccionistas por un artista promovía entonces las exposiciones individuales, demostrando así que el mercado respiraba en función de estos. Picasso es un caso evidente, pues Kahnweiler organizó su primera exposición individual al detectar que “destacaba entre los coleccionistas de arte moderno”. (16)

Como se dijo en la introducción es un factor que se añade a otros, mas se puede atestiguar su magnitud observando el mercado del arte en la actualidad. Concretamente hay que centrarse en el asunto primordial: los precios. El economista Velthuis en su obra canónica al sopesar la evidencia de que las obras pintadas alcanzaban mayor precio que las ediciones expuso que el coleccionista valora la estrecha vinculación física que ha existido entre la obra que está comprando y su artífice. [ver nota 1] El artista, por ende, es la clave para poner el precio. Asimismo, el valor de este factor está claramente asentado entre los coleccionistas y Elisa Hernando en su tesis doctoral lo demuestra. La investigación era relativa a las motivaciones de los coleccionistas para adquirir obras de arte y extrajo entre sus múltiples conclusiones la siguiente: “el nombre del autor como valor de marca, influye en la valoración general de la obra, en cualquiera de sus aspectos específicos, en la valoración económica y en lo que el coleccionista está dispuesto a pagar por la obra de arte”. (17)

Conclusiones

Más allá de la selección que hacen las galerías como intermediarias, el artista sigue siendo el centro en la producción de arte en la sociedad de consumo y ellos deciden qué crean. En ocasiones, si consiguen la notoriedad adecuada, pueden llegar a impactar directamente en el gusto de aquellos que adquieren arte. Gracias a ello desafían la soberanía del consumidor, (18) distanciando el mercado del arte de otros que se rigen por la tradicional oferta y demanda. Hay ejemplos de ello en la sociedad actual especialmente notorios, como el de Jeff

solo exhibitions, demonstrating that the market fluctuated according to the artists' output. Picasso is an obvious case, as Kahnweiler organised his first solo exhibition after detecting that he stood out among modern art collectors'. (16)

As mentioned in the introduction, this is but one factor among many, yet its significance remains evident in the contemporary art market today; specifically regarding the key issue of pricing. In his seminal work, economist Velthuis, weighing the evidence that painted works fetched higher prices than editions, argued that collectors value the direct physical link between the work its creator. [ver note 1] The artist, therefore, is the key determinant in setting the price. Likewise, the value of this factor is clearly established among collectors, as Elisa Hernando demonstrates in her doctoral thesis. The research focused on collecting motivations for acquiring works of art and concluded that “the name of the author as a brand value influences the overall valuation of the work, in any of its specific aspects, in the economic valuation and in what the collector is willing to pay for the work of art”. (17)

Conclusions

Beyond the selection process conducted by galleries as intermediaries, artists remain at the core of art production in consumer society, retaining the agency to decide what to create. In cases where they achieve sufficient notoriety, they can directly influence the tastes of art purchasers. Consequently,

16. CONDE-POMPIDU, B. "A. Picasso y el eco africano: la forja de un mito en la Neue Galerie de Berlín en 1913". En: *Espacio, Tiempo y Forma. Serie VII. Historia del Arte*, vol. 13, 2025, pp. 251-284.

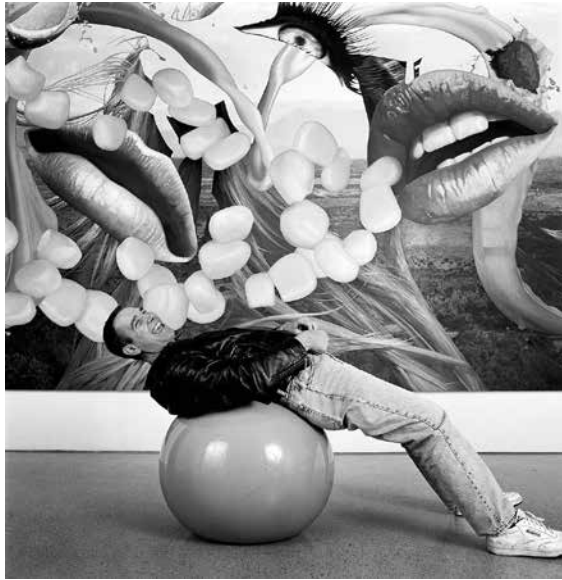
17. HERNANDO CALERO, E. *El valor percibido del arte: desarrollo de una escala de medición*. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid, 2014, p. 220.

18. BEECH, D. *Art and value. Art's Economic Exceptionalism in Classical, Neoclassical and Marxist Economics*. Paisés Bajos: Brill Academic Publishers, 2015.

16. CONDE-POMPIDU, B. "A. Picasso y el eco africano: la forja de un mito en la Neue Galerie de Berlín en 1913". In: *Espacio, Tiempo y Forma. Serie VII. Historia del Arte*, vol. 13, 2025, pp. 251-284.

17. HERNANDO CALERO, E. *El valor percibido del arte: desarrollo de una escala de medición*. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid, 2014, p. 220.

Fig. 8. Mark, Oliver.
Jeff Koons, *Berlin*
2000, 2000. © Oliver
Mark, CC BY-SA 4.0
(<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).



Koons. (Fig. 8) Sus obras se han convertido en imágenes paradigmáticas del arte kitsch, pero su importancia reside en gran medida en la autoría. De este modo, en la actualidad artistas de esta posición se pueden considerar marcas que mueven a los coleccionistas y sobre todo determinan el pulso del mercado.

Una frase confirma este hecho y se puede parangonar perfectamente con la moda: *tengo un Koons* (al igual que se puede decir *tengo un Vuitton*). El nombre del artista rige el mercado y determina los precios, lo cual es el síntoma y la confirmación de la teoría expuesta a lo largo del artículo. La con-

they challenge consumer sovereignty, (18) distancing the art market from other sectors governed by traditional supply and demand. Jeff Koons (Fig. 8) serves as a particularly notable example in contemporary society. While his works have become paradigmatic images of kitsch art, but their importance lies largely in their authorship. Thus, artists in this position effectively function as brands that influence collectors and, most importantly, determine the pulse of the market.

A single phrase confirms this reality, drawing a direct parallel to the fashion industry: *I have a Koons* (much like one might say *I have a Vuitton*). The artist's name governs the market and determines prices, which serves as both a symptom and a confirmation of the theory expounded throughout this article. The classification of painting as a liberal art in the Modern Age, coupled with the pursuit of artistic autonomy and the liberation of the artist from the institutional framework of the academies in the 19th century, has allowed society to acquire pre-existing works of art. This is because the value of art has shifted from its materiality to the cult of personality surrounding the individual.

Therefore, under the "commission model" that prevailed from the Renaissance until the end of the 19th century, the buyer of paintings requested a work for a specific space and with specific content, thereby defining its purpose (whether propagandistic, cultural, or decorative). Its value was determined by

18. BEECH, D. *Art and value. Art's Economic Exceptionalism in Classical, Neoclassical and Marxist Economics*. Países Bajos: Brill Academic Publishers, 2015.

sideración de la pintura como arte liberal en la Edad Moderna y la búsqueda de la autonomía del arte y la liberación del artista del marco institucional de las academias en el siglo XIX han permitido que la sociedad adquiera obras de arte ya producidas, pues ha pivotado el valor del arte desde la materialidad del mismo hasta el culto a la personalidad de los individuos.

De esta manera, en el "modelo de encargo" predominante desde el Renacimiento hasta finales del siglo XIX el comprador de cuadros solicitaba la obra para un espacio concreto y con un contenido específico, definiendo así la utilidad (propagandística, cultural, decorativa, etc.). Su valor estaba determinado por el tipo de obra que se había solicitado, los materiales usados y la adecuación final de la obra al objetivo inicial. Posteriormente el comprador no querrá satisfacer un programa iconográfico concreto, sino adquirir la obra de aquel artista que admira o es sinónimo de *avant-garde*. El valor en este último caso reside en la mitificación del individuo, que permitió evolucionar al "modelo de creación libre" a finales del siglo XIX. Esto demuestra que los modelos producción artísticos están determinados por el entorno social y cultural en el que se desarrolla la actividad de creación, ratificando su consideración de "cultural constellation" de Velthuis. [ver nota 1]

the nature of the request, the materials used and the final suitability of the work for its initial purpose. In contrast, the modern buyer does not seek to satisfy a specific iconographic programme, but rather to acquire the work of an artist they admire or who embodies the *avant-garde*. In the latter case, the value lies in the mythologization of the individual, which facilitated the evolution "free creation model" at the end of the 19th century. This demonstrates that artistic production models are determined by the social and cultural environment in which the creative activity takes place, validating Velthuis's characterization of the market as a "cultural constellation". [ver note 1]

Referencias bibliográficas

BAXANDALL, M. *Pintura y vida cotidiana en el Renacimiento. Arte y experiencia en el Quattrocento*. Buenos Aires: Amperdand, 2016, p. 22. Edición original: Oxford University Press, 1972.

BEECH, D. *Art and value. Art's Economic Exceptionalism in Classical, Neoclassical and Marxist Economics*. Países Bajos: Brill Academic Publishers, 2015.

BOURDIEU, P. *Las reglas del arte. Génesis y estructura del campo literario*. Barcelona: Editorial Anagrama, 2002, p. 94. Edición original: Éditions de Seuil, 1992.

BRIHUEGA, J. "El *prospón* del artista. Entre Courbet y la Segunda Guerra Mundial". En: R. Carrtero; A. Castán; C. Lomba (eds.), *El artista, mito y realidad: reflexiones sobre el gusto*. Zaragoza: Institución Fernando el Católico, 2019, pp. 151-175.

CONDE-POMPIDU, B. "A. Picasso y el eco africano: la forja de un mito en la Neue Galerie de Berlín en 1913". En: *Espacio, Tiempo y Forma. Serie VII. Historia del Arte*, vol. 13, 2025, pp. 251-284.

FITZGERALD, M. C. *Making modernism Picasso and the creation of the market for twentieth-century art*. Berkeley: University of California Press, 1996.

GAUTIER, T. *Mademoiselle de Maupin*. Paris: G. Charpentier, 1880, p. 1.

GHIRBERTI, L. *I commentarii*. Florencia: Giunti Gruppo Editoriale, 1998. Edición original: manuscrito conservado en la Biblioteca Nazionale Centrale di Firenze, siglo XV.

HASKELL, F. *Patronos y pintores*. Madrid: Cátedra, 1984. Edición original: Yale University, 1980.

HERNÁNDEZ, C. "La construcción de la figura del artista en el siglo XIX: mitos, imagen pública y género". En: *Revista de historiografía* 35, 2021, pp. 131-152.

HERNANDO CALERO, E. *El valor percibido del arte: desarrollo de una escala de medición*. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid, 2014, p. 220.

KAHNWEILER, D. H.; CRÉMIEUX, F. *Mis galerías y mis pintores, conversaciones con Francis Crémieux*. Madrid: Árdora, 1991. Edición original: Gallimard, 1961.

KRIS, E.; KURZ, O. *La leyenda del artista*. Madrid: Cátedra, 2010, p. 23. Edición original: Yale University, 1979.

MORTE GARCÍA, C. "La figura del artista en el Renacimiento". En: R. Carrtero; A. Castán; C. Lomba (eds.), *El artista, mito y realidad: reflexiones sobre el gusto*. Zaragoza: Institución Fernando el Católico, 2019, pp. 55-82.

SOCIÁS, I.; GKOZGKOU, D. *Agentes, marchantes y traficantes de objetos de arte (1850-1950)*. Asturias: Ediciones Trea, 2012.

VELTHUIS, O. *Talking Prices. Symbolic Meanings of Prices on the Market for Contemporary Art*. Princeton: Princeton University Press, 2005.

VERCELLONE, F. *Estética del siglo XIX*. Madrid: A. Machado Libros, 2004. Edición original: Società editrice Il Mulino, 1999.

WALTER, B. *El libro de los paisajes*. Madrid: Akal, 2005. Edición original: Tiedemann, 1982.

WITTKOWER, R.; WITTKOWER, M. *Nacidos bajo el signo de saturno. Genio y temperamento de*

los artistas desde la Antigüedad hasta la Revolución francesa. Madrid: Cátedra, 2010. Edición original: Weidenfeld Publishers, 1963.

Bibliographical references

BAXANDALL, M. *Pintura y vida cotidiana en el Renacimiento. Arte y experiencia en el Quattrocento*. Buenos Aires: Amperdand, 2016, p. 22. Original edition: Oxford University Press, 1972.

BEECH, D. *Art and value. Art's Economic Exceptionalism in Classical, Neoclassical and Marxist Economics*. The Netherlands: Brill Academic Publishers, 2015.

BOURDIEU, P. *Las reglas del arte. Génesis y estructura del campo literario*. Barcelona: Editorial Anagrama, 2002, p. 94. Original edition: Éditions de Seuil, 1992.

BRIHUEGA, J. "El *prospón* del artista. Entre Courbet y la Segunda Guerra Mundial". In: R. Carrtero; A. Castán; C. Lomba (eds.), *El artista, mito y realidad: reflexiones sobre el gusto*. Zaragoza: Institución Fernando el Católico, 2019, pp. 151-175.

CONDE-POMPIDU, B. "A. Picasso and the eco african: the forging of a myth in the Neue Galerie of Berlin in 1913". In: *Espacio, Tiempo y Forma. Serie VII. Historia del Arte*, vol. 13, 2025, pp. 251-284.

FITZGERALD, M. C. *Making modernism Picasso and the creation of the market for twentieth-century art*. Berkeley: University of California Press, 1996.

GAUTIER, T. *Mademoiselle de Maupin*. Paris: G. Charpentier, 1880, p. 1.

GHIRBERTI, L. *I commentarii*. Florence: Giunti Gruppo Editoriale, 1998. Original edition: manuscrito conservado en la Biblioteca Nazionale Centrale di Firenze, XV century.

HASKELL, F. *Patronos y pintores*. Madrid: Cátedra, 1984. Original edition: Yale University, 1980.

HERNÁNDEZ, C. "La construcción de la figura del artista en el siglo XIX: mitos, imagen pública y género". In: *Revista de historiografía* 35, 2021, pp. 131-152.

HERNANDO CALERO, E. *El valor percibido del arte: desarrollo de una escala de medición*. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid, 2014, p. 220.

KAHNWEILER, D. H.; CRÉMIEUX, F. *Mis galerías y mis pintores, conversaciones con Francis Crémieux*. Madrid: Árdora, 1991. Original edition: Gallimard, 1961.

KRIS, E.; KURZ, O. *La leyenda del artista*. Madrid: Cátedra, 2010, p. 23. Original edition: Yale University, 1979.

MORTE GARCÍA, C. "La figura del artista en el Renacimiento". In: R. Carrtero; A. Castán; C. Lomba (eds.), *El artista, mito y realidad: reflexiones sobre el gusto*. Zaragoza: Institución Fernando el Católico, 2019, pp. 55-82.

SOCIÁS, I.; GKOZGKOU, D. *Agentes, marchantes y traficantes de objetos de arte (1850-1950)*. Asturias: Ediciones Trea, 2012.

VELTHUIS, O. *Talking Prices. Symbolic Meanings of Prices on the Market for Contemporary Art*. Princeton: Princeton University Press, 2005.

VERCELLONE, F. *Estética del siglo XIX*. Madrid: A. Machado Libros, 2004. Original edition: Società editrice Il Mulino, 1999.

WALTER, B. *El libro de los paisajes*. Madrid: Akal, 2005. Original edition: Tiedemann, 1982.

WITTKOWER, R.; WITTKOWER, M. *Nacidos bajo el signo de saturno. Genio y temperamento de los artistas desde la Antigüedad hasta la Revo-*

lución francesa. Madrid: Cátedra, 2010. Original edition: Weidenfeld Publishers, 1963.