

EL ARTE COMO UN BIEN INFERIOR O UN BIEN DE VEBLEN.

CONSECUENCIAS DE LA TÉCNICA EXPOSITIVA

ART AS AN INFERIOR GOOD OR A GOOD OF VEBLEN. CONSEQUENCES OF THE EXHIBITION TECHNIQUE

Adrià Harillo Pla

(Universidad Complutense de Madrid, España)

adria.harillo@gmail.com

Recibido: 15 de octubre 2020 / Aceptado: 8 de febrero 2021

Resumen: Leslie P. Singer estableció, en una de sus obras, lo que para ella era una suerte de jerarquía dentro del mundo del arte. Para la pensadora, las pequeñas galerías de ciudades sin influencia eran el escalafón más bajo, seguidas por las galerías de importantes ciudades, después los museos, etcétera. En su visión del mundo del arte, los museos de las grandes ciudades eran lo máximo a lo que una pieza artística podía aspirar. Esa visión de los museos otorgaba a lo que en ellos se hallaba una suerte halo casi sagrado.

En el presente artículo se pretende comunicar el modo en que las actuales prácticas museísticas vinculadas más al público que al objeto (su análisis científico y técnico) han restado ese halo antaño otorgado. Como no podría ser de otro modo, el enfoque se realizará desde una perspectiva museográfica en tanto que tal circunstancia es el resultado de determinadas políticas en lo que a la selección y utilización de técnicas expositivas se refiere.

A modo de conclusión, se defenderá que estas técnicas expositivas destinadas al público más que al objeto, conllevan que la separación económica entre «bien inferior» y «bien de Veblen» que antiguamente el museo tenía la posibilidad de establecer, se halle más en entredicho que nunca. La labor museológica y sus selecciones internas determina, por ende, el halo y la categorización del bien económicamente hablando. Si se acepta lo previamente dicho, surgen algunas cuestiones derivadas, sobre las que se reflexionará brevemente. Algunas de ellas, si bien no exclusivamente, serán: ¿cómo eso afecta a la riqueza patrimonial de un país y a su sistema de museos?, ¿cómo se justifican los precios pagados por parte de museos públicos?

Palabras clave: Arte contemporáneo, filosofía del arte, mercado del arte, museos, teoría institucional.

Abstract: Leslie P. Singer stated, in one of her works, what for her was a sort of hierarchy within the art world. For her, the small galleries of cities without influence were the lowest step, followed by the galleries of important cities, the museums, and so on. According to her vision of the art world, the museums of big cities were the maximum to which an artistic piece could aspire. This vision of museums gave to those artworks a sort of almost sacred halo.

What is intended to be communicated through this article is the way in which current museum practices linked more to the public than to the object (its scientific and technical analysis), have subtracted that formerly halo. As it could not be otherwise, the approach will be carried out from a museum perspective, since such circumstance is the result of certain policies regarding the selection and use of exhibition techniques.

As a consequence, it will be argued that these exhibition techniques focused on the public rather than the object, entail that the economic separation between «inferior good» and «Veblen's good» that the museum had the possibility of establishing in the past, is now more questionable than never. The museological work and its internal selections determine, therefore, the halo and the categorization of the good economically speaking. If the this premise is accepted, some derived questions arise, on which we will reflect briefly. Some of them, although not exclusively, will be: how does this affect the patrimonial wealth of a country and its museum system? How are the prices paid by public museums justified?

Keywords: Art market, contemporary art, institutional theory, museums, philosophy of art.

Introducción

El texto aquí presentado tiene la pretensión de desarrollar aquello que fue escuetamente defendido en el «I Encuentro de Museología: Sobre museografías imposibles». Esta comunicación tuvo lugar el 26 de abril de 2019 en la Sede El Rayo Verde de la Universidad de Málaga y llevó por título «El arte como un bien inferior o un bien de Veblen: consecuencias de la técnica expositiva».

La referida, fue el fruto de una investigación de carácter eminentemente bibliográfico y cualitativo, si bien la correlación entre la teoría y su confirmación empírica parece perceptible de forma relativamente sencilla. Los resultados de naturaleza inductiva

obtenidos, buscan sobreponerse a la falta de interdisciplinariedad que a veces tiene lugar entre algunos campos académicos. En consecuencia, la conexión de la teoría institucional con el campo de la museología, pero no exclusivamente desde una perspectiva histórica, sociológica, económica o patrimonial aspira a ser la principal contribución de este texto.

Este trabajo bibliográfico y básico tiene por objetivo mostrar el modo en que una determinada forma de conceptualizar el museo artístico implica unas ciertas consecuencias de tipo económico y social (especialmente en el mundo moderno). Para desarrollar el argumento, se utiliza principalmente un método con un claro enfoque institucional y comparativo-histórico.

Previamente al inicio de contenido argumentativo que aquí tenemos la voluntad de presentar, parece poco discutible el afirmar que de entre todos los objetos a los que un museo puede destinar sus recursos, uno de ellos es el arte. Ciertamente, a pesar de la existencia de muchos otros tipos de museos como son los museos de historia, antropológicos, arqueológicos, marítimos, militares, científicos, de historia natural, etcétera, vaya por delante que nuestro análisis estará centrado, exclusivamente, en los museos artísticos y, muy específicamente, en aquellos que involucran prácticas artísticas modernas, contemporáneas y actuales. Advertir esta delimitación es imprescindible en tanto que se es muy consciente de que, para los museos que albergan otros tipos de objetos o, incluso, arte de diferentes períodos, lo aquí expresado podría no ser válido o, cuanto menos, no serlo al mismo nivel.

El museo como organización

Hecha esta obligatoria aclaración cabe continuar planteando que, independientemente de las políticas de cada uno de los museos y de sus particularidades, parece poco arriesgado que debe existir una adecuación entre sus objetivos, sus procederes y el objeto al que se destinan. Por un lado, esta conclusión se obtiene de forma lógica consultando tanto la definición de museo en el sistema legal español como, a su vez, en el Consejo Internacional de Museos (ICOM). Sin embargo y más allá de las descripciones proporcionadas por tales instituciones, esta declaración se halla en la base de que toda institución y organización debe ser regida por tales motivaciones pues, de lo contrario, ésta terminaría por desaparecer.¹

¹ Este tema ha sido pormenorizadamente desarrollado por teóricos de la teoría organizativa e institucional, pero también más específicamente por sociólogos del arte. Algunos de los estudios museísticos de mayor interés en este sentido han utilizado, como caso de estudio, el MoMa de Nueva York (Hughes, 1984, p.80; Kramer, 1984, pp.1-44; Schumpeter, 2002; Wallach, 1992).

Otro elemento que debe tenerse en cuenta a la hora de aportar coherencia a este texto es el hecho de que, con base en una exhaustiva revisión bibliográfica, una de las singularidades del arte es la insatisfactoria definición de su vocablo hasta la fecha. En este orden de ideas, cabe decir que con gran frecuencia tal definición del término y su referencia² se ubican en las antípodas y, especialmente, esto ocurre si se piensa en lo acaecido a partir de las Vanguardias y en el arte contemporáneo o actual, tal como fue indicado en líneas precedentes (Álvarez Bautista, 1983, pp.129-154; Dickie, 1969, pp.253-256; Diffey, 1973, pp.103-120; Harillo Pla, 2018, pp.183-186; Harillo Pla, 2016, pp.265-290; Wieand, 1973, pp.385-389).

En este mismo sentido, no han sido menos los autores que se han preocupado por esta cuestión y múltiples son, también, las anécdotas que parecen reforzar esta postura independientemente de las opiniones que cada sujeto pueda tener a nivel personal sobre aquello que es (o no) arte para él. Casos como los de Banksy actuando de incógnito, el de una limpiadora lustrando la escultura de Martin Kippenberger por considerarla sucia, el de los barrenderos neoyorquinos retirando la pieza de John Chamberlain de delante de la galería en la que se exponía al valorarla como mera chatarra de automóvil, el del servicio de limpieza de la «Tate Modern» realizando sinónima acción con lo presentado por Gustav Metzger o el homólogo caso italiano con una exhibición de Sara Goldschmied y Eleonora Chiari, entre otros, deberían servir como representación de tales incoherencias en los procesos de reconocimiento y conocimiento artístico (Bergareche, 2013; Burrell, 2004, Cascone, 2019; EFE, 2008; EFE, 2016; Gómez, 2011; Jones, 2015; Redacción, 2013a; Redacción, 2013b; Squires, 2015).

Desde una perspectiva meramente sociológica e institucional, tradicionalmente las organizaciones del mundo del arte han contribuido, precisamente, a delimitar aquello que es arte frente a aquello que no lo es o, cuanto menos, en lo que así es de un modo comúnmente aceptado, desempeñando el rol de guardianes o «*gatekeepers*».³ (Pevsner, 2014; Tanner *et al.*, 2003) Hacer uso del vocablo de una forma diferente a la establecida institucionalmente conlleva, casi, el hacer uso de un lenguaje privado, un tema que desde una perspectiva comunicativa se antoja un imposible debido, entre otras, a que imposibilita el correcto establecimiento de una conexión entre un significado y una referencia. (García Suárez, 1990, pp.87-98; Rodríguez Consuegra, 2008, pp.171-188)

² Por referencia debería entenderse el acto de señalar hacia algo o alguien en base al significado de la palabra.

³ Lógicamente, el uso de una expresión como «comúnmente aceptado» es un tanto compleja por la inexactitud cuantitativa de lo que podría considerarse común o no.

El museo y su función

No es menos importante, llegados a este punto, expresar que a pesar de las enormes diferencias en la conceptualización y categorización del arte que se han venido sucediendo a lo largo de la historia y que sin ir más lejos abarcan desde su ubicación en los gabinetes de curiosidades hasta los museos de arte actual, los museos siempre han atesorado ese rol: el de dotar al objeto artístico de un cierto prestigio y «aura» que, precisamente, agregaba a un objeto ese «de arte», convirtiéndolo así en un objeto artístico.⁴ (Benjamin, 2017; Casado Rigalt, 2013; Danto, 2002)

Los espacios del museo, clásicamente pensados para el «público cultivado» y las clases más favorecidas, contribuyeron claramente a esta sensación de actuar como una suerte de guardianes del arte. (Shiner, 2014) Algunas de las declaraciones de directores de instituciones museísticas que más reforzaron este hecho fueron (aunque no exclusivamente), las vertidas por Lever en un periódico londinense o las de Franklin W. Johnson. El primero, publicó antaño que «pretendo informar al Público que, estando cansado de la insolencia de la Gente vulgar..., he llegado a la conclusión de rechazar la entrada al museo de las clases inferiores, salvo que estén provistas de un boleto expedido por un caballero o una dama a los que tenga el honor de conocer». (Kotler y Kotler, 2001, pp.38-39) Por su parte y mucho más recientemente, el segundo se limitó a reconocer, con modales más florentinos, que «siempre hemos sido y seguiremos siendo para los privilegiados». (Kotler y Kotler, 2001, p.334)

No debería sorprender que, en el interior de esta tradición, Leslie P. Singer estableciese lo que a su entender era un orden institucional jerárquico dentro del mundo del arte. El escalafón más bajo de éste correspondería a los estudios de artista y pequeñas galerías de ciudades sin influencia. Le seguirían las galerías de importantes ciudades y, así, hasta llegar a la cúspide, ocupada por los museos de las grandes metrópolis. (Singer, 1990, pp.01-13)

Es precisamente por este entorno institucional que, todavía en las actuales fechas, las galerías, coleccionistas y los propios artistas, consideran como un éxito el hecho de ver entre los muros de una organización museística sus piezas, pues eso aumenta el precio del objeto casi de forma automática (sin adentrarnos aquí en el tema del valor). (Vico Belmonte, 2013) De opinión totalmente contraria suelen ser las casas de subastas, quienes, en líneas generales, detestan ver a museos adquiriendo obras para sus colecciones pues, ello, las retira del

⁴ Con precedencia de los gabinetes de curiosidades, sería también posible hallar parecidas circunstancias, pero ello conllevaría realizar una regresión que nos alejaría en demasía del objetivo conceptual de este escrito.

mercado, reduciendo los potenciales objetos a ser vendidos por éstas. Que esto ocurre no es ningún secreto, y múltiples declaraciones, entre las que se encuentra la más reciente realizada por parte de Amy Cappellazzo (Vicepresidente Ejecutiva de Sotheby's) en este mismo sentido dan fe de ello. (Kahn, 2018)

Para proseguir con lo aquí expuesto y si se acepta esta incertidumbre en lo que a la definición y las características del arte se refiere y se admite, a su vez, el rol que históricamente los museos han tenido en la creación de semejante «aura», ha llegado el momento de continuar con la principal idea que quiere aquí presentarse.

Parece obvio que, en tanto que los museos no son sujetos con voluntad ni con capacidad de acción propia (pues son sujetos inanimados), sus actuaciones se basan en su razón de ser: todos tienen, en cierto modo, la función de servir a la comunidad.

Si bien es cierto que los diferentes enfoques sobre cómo servir a ésta y, no menos importante, la definición de qué es y quién representa la «comunidad» juegan en este caso una influencia capital, en las recientes fechas se ha venido observado una dinámica en aumento.⁵ (Kotler y Kotler, 2001) Ésta es la de concebir los museos de arte como espacios eminentemente experienciales, en los que la aportación a la comunidad reside principalmente en el desarrollo de programas interactivos que promuevan la asistencia cuantitativa al museo, la interacción con el público, la recíproca conexión y acercamiento mediante las redes sociales, etc. Gompertz, llegó a describir esta nueva forma de presentación como «arteentretenimiento» (Gompertz, 2013; Kotler y Kotler, 2001; Pulido, 2013).

Sin embargo, debe advertirse de que el hecho de que esto acontezca no implica que hayan sido suprimidos aquellos centros museísticos que, por otro lado, todavía focalizan sus políticas, recursos y técnicas expositivas en el objeto artístico: su exposición, estudio, catalogación, conservación... considerando éste su principal aporte a la comunidad y al patrimonio.

En este orden de ideas, aunque no sea el único ejemplo y, en consecuencia, deba entenderse únicamente como un caso específico que permite inferir una situación mucho más común y generalizada, una de las más claras muestras de lo aquí expresado se observa en Taipéi. En la capital temporal de la República de China (no confundir con la República

⁵ Desde una perspectiva económica liberal, podría defenderse que el principal objetivo del museo es el de ser elegido entre los diferentes bienes sustitutos culturales. Con ello, el museo recibiría, de forma directa o indirecta unos mayores ingresos (no necesariamente unos mayores beneficios) y que, ello, ya implicaría que la sociedad reconoce, valora y premia el valor añadido aportado.

Popular de China, cuya capital es Pequín), se encuentran tanto el Museo de Arte Contemporáneo como el Museo de Bellas Artes.⁶ En conversación privada con el Exsecretario General de la Asociación de Museos del país, éste admitió que entre ambos museos, existe una diferencia significativa, y ésta es que el primero se corresponde con el tipo de museo que plantea y aplica sus técnicas expositivas con el primer objetivo (arte-entretenimiento) mientras que, el segundo, destina sus prácticas principalmente a la meticulosa custodia y exposición del objeto.⁷ Este alto cargo reconocía, a su vez, que aunque los públicos de ambos museos eran enormemente distintos, el primero permitía familiarizar a los más jóvenes con este tipo de actividad cultural, intentando promover su uso y consumo frente a otras actividades substitutivas de naturaleza cultural o de pasatiempo. Este hecho (que podría entenderse incluso como una especie de solapamiento) hace que el Museo de Bellas Artes sea de igual modo un Museo de Arte Contemporáneo y no de Bellas Artes en el sentido más estricto de la expresión (Bozal Fernández, 1997; Bozal Fernández, 1998; Schultz, 1978, pp.429-440; Shiner, 2014).

Como mera consecuencia lógica de lo aquí expuesto, anteriormente y desde una concepción clásica del museo, las técnicas expositivas y las actividades de este agente contribuían a hacer del arte un «bien de Veblen»; esto es, que mediante su poder y posición institucional, conseguían incrementar la valoración y el precio del arte relacionado, haciendo que a diferencia de lo que ocurre con un «bien normal», al aumentar su precio, aumentase también su demanda, precisamente por el elemento «aurático» y de prestigio vinculado (Casado Rigalt, 2013; Frank y Bernanke, 2007; Shiner, 2014; Veblen, 2014).

Por el contrario, en aquellos casos en los que la técnica expositiva se enfoca más hacia el elemento experiencial del público, el objeto expuesto juega, por así decirlo, un papel accesorio y complementario a la experiencia en sí. En este sentido y dirección cabe plantear la posibilidad de que, el objeto, al no desarrollar el elemento «aurático» y casi «sacro» de la otra tipología expositiva, no se encuentre englobado en la misma categoría de «bien de Veblen» sino que, más bien al contrario, se comporte en el mercado incluso como si de un «bien inferior» se tratase. Dentro del campo económico, un «bien inferior» es aquél que, a

⁶ Se ha hecho uso de la expresión «capital temporal» debido a que, aunque *de facto* la capital es Taipéi, los taiwaneses consideran que su capital es Nanjing, que significa en chino mandarín «la Capital del Sur». Beijing, significa «La Capital del Norte». Es en Nanjing donde se ubicaba la capital de la República de China antes de que el Partido Comunista de Mao ganase la guerra civil y la trasladase a Beijing. Taiwán se autoconsidera como la verdadera y legítima China, defendiendo que en cuanto retome el control de la China continental, Nanjing será de nuevo su capital.

⁷ Esta conversación privada fue consecuencia de su invitación y fue posible gracias a los fondos proporcionados por el Ministerio de Ciencia y Tecnología del país.

diferencia de lo que ocurre con un «bien normal», en cuanto un aumento en los ingresos se produce, no aumenta su consumo o su deseo, sino que se reduce, transfiriéndose la demanda a bienes sustitutos o de mayor calidad (Frank y Bernanke, 2007).

Aunque no es menos cierto que la presencia de objetos artísticos en museos es todavía a día de hoy deseable por parte de la gran mayoría de galeristas, artistas y coleccionistas (como también lo es que en líneas generales ello aumenta su precio), desde una perspectiva comunitaria y patrimonial sería interesante plantearse la cuestión y las repercusiones que este tipo de técnicas expositivas comportan en mayor profundidad. Tal necesidad se plantea sobre la base de que, más allá de intentar involucrar al mayor número de individuos posibles de la comunidad en la categoría de visitantes, sería importante el cavilar sobre la necesidad de aportar un valor añadido real a la comunidad y al patrimonio nacional, algo que difícilmente se consigue mediante este tipo de prácticas eminentemente experienciales basadas en la interacción que, como se ha defendido, tienden a convertir al objeto en un «bien inferior» más que en un «bien de Veblen».⁸

Ciertamente, es importante especificar que un mayor número de visitantes, si bien es un sinónimo de mayor impacto cuantitativo en la comunidad, no implica necesariamente un mayor «beneficio en ésta». Algunos estudios, de hecho, establecen que el público que asiste a museos de carácter más experiencial suele ser menos fiel, gasta menos dinero en su interior y que el museo, es comprendido como una forma de ocio fácilmente sustituible por otras actividades como conciertos o cine (Kotler y Kotler, 2001; Serrell, 1990, pp.137-139; Serrell, 1991, pp.48-53). Por el contrario, los museos cuyas técnicas expositivas y prácticas siguen considerando el estudio, catalogación, conservación y difusión del objeto expuesto como primordial, reciben a un público significativamente diferente en lo que a su nivel de formación, intereses, capacidad adquisitiva y hábitos se refiere. Es evidente que un museo necesita de vida en sus espacios interiores y exteriores y de establecer retroalimentaciones con su comunidad, pero no es menos importante recordar su naturaleza y su razón de ser, especialmente en el caso de los museos públicos.

Con gran frecuencia, esta razón de ser es, por lo menos parcialmente, la de contribuir al mantenimiento y mejora del patrimonio, a los procesos educativos y formativos de la comunidad y demás, conllevando tales actividades de forma implícita una serie de elementos

⁸ Esta afirmación se realiza siempre, como no podría ser de otro modo, en base a una comparación con otros objetos ubicados en el mismo nivel institucional. Hacer la comparación con obra artística localizada en un taller de artista o medios de distribución del mercado primario sería un sinsentido, y especialmente teniendo la referida jerarquía de Singer presente.

cualitativos que, por alguna razón, han ido difuminándose acorde con los hábitos sociales y han pasado a ser valorados mediante criterios cuantitativos más que propiamente cualitativos, en lo que se aprecia como una suerte de contradicción interna.⁹

Baste decir llegados a este punto y para concluir este texto que, con lo aquí expresado, no existe pretensión alguna de realizar un juicio de valores sino la de exponer una posibilidad coherente teóricamente. Esta contingencia no es más que la de advertir, precisamente, que con frecuencia el vocablo «arte» se utiliza de modo polisémico, y las políticas y técnicas expositivas seleccionadas son un elemento clave a la hora de establecer si la palabra «arte» comporta valores e intereses ligados a un «bien inferior» o a un «bien de Veblen», con todo lo que ello implica.

Conclusiones

En el presente texto hemos transcrito, con mayor detenimiento, lo expuesto en el «I Encuentro de Museología: Sobre museografías imposibles». Este encuentro fue celebrado en la Universidad de Málaga en 2019.

Habiendo delimitado el marco teórico que lo ha posibilitado (el de la teoría institucional), hemos introducido este sistema como una suerte de contexto jerárquico. Para ello, hemos hecho uso principalmente de la propuesta de la pensadora Leslie P. Singer.

Tras ello, hemos centrado nuestra atención en un agente específico: el museo. Hemos expuesto el modo en el que, comparativamente y en las fechas actuales, algunos museos parecen adaptarse a los nuevos tiempos con el fin de recibir más visitantes y público. Para ello, se desarrollan diferentes actividades y técnicas expositivas interactivas y estimulantes que, en ocasiones, pueden minimizar la importancia del objeto expuesto, su análisis y su contemplación.

Hemos descrito el modo en el que, anteriormente, el museo dotaba de un cierto «aura» al objeto, el cual recibía una suerte de poder debido a su situación posicional. Con estas nuevas técnicas, empero, parece discutible que el museo tenga el mismo poder que antaño en lo que a la asignación de ese «aura» se refiere. Siendo esta la principal conclusión obtenida.

⁹ Podría defenderse, lejos de aquella falacia *ad populum*, que lo que valora la mayoría coincide con sus preferencias y que, más allá de lo que sea la calidad, otorgar a la mayor parte de los ciudadanos aquello que priorizan es el principal aporte a la comunidad.

Siguiendo las premisas presentadas en este texto, se ha descrito como coherente que algunas nuevas formas de museo (focalizadas en el público de una forma cuantitativa), entrañan una serie de beneficios a nivel comunitario y para el propio museo. Cuanto menos, eso sería así de forma superficial. Sin embargo, tras realizar un análisis más pormenorizado sobre las posibles consecuencias económicas que este tipo de estrategia implica, esto se ha puesto en duda.

Tras este texto eminentemente teórico, se abren varias vías de trabajo. Una de las más claras, es la de la investigación experimental que sirva para corroborar, rechazar o matizar lo expuesto en este texto. El análisis experimental, permitiría a su vez el establecer, comparativamente, si una misma concepción de museo puede conllevar resultados diferentes en diferentes espacios geográficos y, con ello, observar si factores externos pueden ser más o menos significativos.

Recursos bibliográficos

Álvarez Bautista, J. Ramón (1983), “El valor de las definiciones”, Contextos, 1, pp. 129-154.

Benjamin, Walter (2017). La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica. La Marca: Buenos Aires.

Bergareche, B. (2013). El mural contra el trabajo infantil de Banksy, vendido entre champán y techno. ABC. <http://www.abc.es/cultura/arte/20130604/abci-banksy-vendido-201306041752.html> (Consulta: 16/03/2020)

Bozal Fernández, Valeriano (1997). Historia de las ideas estéticas I. Historia 16: Madrid.

Bozal Fernández, Valeriano (1998). Historia de las ideas estéticas II. Historia 16: Madrid.

Burrell, I. (2004). Modern art is rubbish - and confusing for Tate cleaner. The Independent. <https://www.independent.co.uk/news/uk/this-britain/modern-art-is-rubbish-and-confusing-for-tate-cleaner-557922.html> (Consulta: 16/03/2020)

Casado Rigalt, Daniel (2013). Introducción al mercado del arte. Servicio de publicaciones de la Universidad a Distancia de Madrid: Collado Villalba.

Cascone, S. (2019). A Late Tang Dynasty Sculpture Bought at a Missouri Garage Sale for Less Than \$100 Just Sold for \$2.1 Million. Artnet. <https://news.artnet.com/market/chinese-buddhist-sculpture-garage-sale-1495570> (Consulta: 16/03/2020)

Danto, Arthur C. (2002). *La transfiguración del lugar común: una filosofía del arte*. Paidós: Barcelona.

Dickie, George (1969), "Defining Art", *American Philosophical Quarterly*, 6(3), pp. 253-256.

Diffey, T. J. (1973), "Essentialism and the definitions of 'art'", *The British Journal of Aesthetics*, 13(2), pp. 103-120.

EFE. (2008). Un Banksy a precio de oro. *El País*.
https://elpais.com/cultura/2008/01/14/actualidad/1200265207_850215.html (Consulta: 16/03/2020)

EFE. (2016). Un jubilado guardaba en su casa un dibujo de Leonardo Da Vinci valorado en 15 millones. *La Vanguardia*.

<https://www.lavanguardia.com/cultura/20161213/412596727284/una-casa-de-subastas-francesa-encuentra-por-sorpresa-un-dibujo-de-da-vinci.html> (Consulta: 16/03/2020)

Frank, Robert H. y Bernanke, Ben (2007). *Principles of economics*. McGraw-Hill: Boston.

García Suárez, Alfonso (1990), "Wittgenstein y la idea de un lenguaje privado", *Daimon: Revista de filosofía*, 2, pp. 87-98.

Gómez, J. (2011). Una limpiadora daña una obra de 800.000 euros al creer que estaba sucia. *El País*. https://elpais.com/cultura/2011/11/04/actualidad/1320361206_850215.html (Consulta: 16/03/2020)

Gompertz, Will (2013). *¿Qué estas mirando?: 150 años de arte moderno en un abrir y cerrar de ojos*. Editorial Taurus: Madrid.

Harillo Pla, Adrià (2016), "Arte en el DRAE. Entre significado y referencia", *Eikasía: revista de filosofía*, 68, pp. 265-290.

Harillo Pla, Adrià (2018), "Art: a philosophical topic from the sociology of language and its pragmatism", en Karabuschenko, Paul et al. (Dir.). *Практическая философия: от классики до информационного*, Astracán., Sorokin Roman Vasilyevich, pp. 183-186.

Hughes, Robert (1984), "Revelation on 53rd Street", *Time Magazine*, 123(20), p. 80.

Jones, J. (2015). Modern art is rubbish? Why mistaking artworks for trash proves their worth. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/global/shortcuts/2015/oct/27/modern-art-is-rubbish-why-mistaking-artworks-for-trash-proves-their-worth> (Consulta: 16/03/2020)

- Kahn, Nathaniel (2018). *The Price of Everything*. Dogwoof: Londres.
- Kotler, Neil y Kotler, Philip (2001). *Estrategias y marketing de museos*. Ariel: Barcelona.
- Kramer, Hilton (1984), "MOMA reopened: The Museum of Modern Art in the postmodern era", *The New Criterion*, 2(Especial), pp. 01-44.
- Pevsner, Nikolaus (2014). *Academies of art: past and present*. Cambridge University Press: Cambridge.
- Pulido, N. (2013). «Cada generación tiene los artistas que se merece: la nuestra, a Koons y Hirst». ABC. <https://www.abc.es/cultura/arte/20130310/abci-gompertz-201303101719.html> (Consulta: 16/03/2020)
- Redacción. (2013). Banksy vende en la calle por 60 dólares obras que valen miles y nadie las compra. *La Vanguardia*. <http://www.lavanguardia.com/cultura/20131015/54391113583/banksy-vende-valiosas-obras-central-park-60-dolares.html> (Consulta: 16/03/2020)
- Redacción. (2013). El éxito del 'Banksy falso' en Nueva York. *Eco Diario*. <http://ecodiario.economista.es/cultura/noticias/5245211/10/13/El-exito-del-Banksy-falso-en-Nueva-York.html> (Consulta: 16/03/2020)
- Rodríguez Consuegra, Francisco (2008), "¿Es lógicamente imposible un lenguaje privado?", en Moya Espí, Carlos (Dir.). *Sentido y sinsentido: Wittgenstein y la crítica del lenguaje*. Valencia, Pre-Textos, pp. 171-188.
- Schultz, Robert A. (1978), "Does Aesthetics have anything to do with Art?", *Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 36(4), pp. 429-440.
- Schumpeter, Joseph A. (2002). *Ciclos económicos: análisis teórico, histórico y estadístico del proceso capitalista*. Prensas Universitarias de Zaragoza: Zaragoza.
- Serrell, Beverly (1990), "Learning Styles and Museum Visitors", *ILVS Review*, 1(2), pp. 137-139.
- Serrell, Beverly (1991), "The Question of Visitor Styles", *Visitor Studies*, 6, pp. 48-53.
- Shiner, Larry (2014). *La invención del arte: una historia cultural*. Paidós: Barcelona.
- Singer, Leslie L. (1990), "The utility of art versus fair bets in the investment market", *Journal of Cultural Economics*, 14(2), pp. 01-13.

Squires, N. (2015). Art installation in Italy ended up in the bin by cleaners who thought it was rubbish. The Telegraph.

<http://ecodiario.economista.es/cultura/noticias/5245211/10/13/El-exito-del-Banksy-falso-en-Nueva-York.html> (Consulta: 16/03/2020)

Tanner, Jeremy et al. (2003). The sociology of art: a Reader. Routledge: Londres.

Veblen, Thorstein (2014). Teoría de la clase ociosa. Alianza Editorial: Madrid.

Vico Belmonte, Ana Pilar (2013). Medios de distribución del mercado del arte. Servicio de publicaciones de la Universidad a Distancia de Madrid: Collado Villalba.

Wallach, Alan (1992), "The Museum of Modern Art: The Past's Future", Journal of Design History, 5(3), pp. 207-215.

Wieand, Jeffrey (1973), "Defining Art and Artifacts", Philosophical studies: An international journal for Philosophy in the analytic tradition, 38(4), pp. 385-389.