



Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
ICADE

**EL IMPACTO SOCIOECONÓMICO DEL ARTE
IMPRESIONISTA EN LA EUROPA DEL SIGLO XIX**

Autor: Clara Porres Cañellas
Director: María Eugenia Ramos Fernández

Madrid
Marzo 2026

RESUMEN Y PALABRAS CLAVE

Resumen:

Este trabajo analiza la transformación estructural del mercado del arte europeo en el siglo XIX, tomando como eje central la irrupción del impresionismo. En un contexto marcado por la Revolución Industrial, la urbanización y el tránsito hacia una sociedad de clases, se examina el paso de un sistema basado en encargos institucionales, dominados por la Iglesia y la aristocracia, a un mercado artístico abierto, urbano e internacionalizado, impulsado por la burguesía emergente.

La investigación destaca el papel de Paul Durand-Ruel como figura clave en la consolidación del marchante moderno, cuyas estrategias de intermediación, estabilización de precios e internacionalización resultaron decisivas para la supervivencia económica del grupo impresionista.

Se concluye que el impresionismo no solo supuso una renovación formal, sino que también constituyó un precedente estructural del sistema artístico contemporáneo, redefiniendo las dinámicas de producción, legitimación y circulación del arte.

Palabras clave: impresionismo, mercado del arte, burguesía, marchante

Abstract:

This paper analyses the structural transformation of the European art market in the nineteenth century, with Impressionism as its central axis. In a context marked by the Industrial Revolution, urbanisation, and the transition to a class society, the transition from a system based on institutional commissions, dominated by the Church and the aristocracy, to an open, urban and internationalised art market, driven by the emerging bourgeoisie, is examined. The research highlights the role of Paul Durand-Ruel as a key figure in the consolidation of the modern dealer, whose strategies of intermediation, price stabilisation, and internationalisation were decisive for the economic survival of the Impressionist group. It is concluded that Impressionism not only represented a formal renewal, but also acted as a structural precedent of the contemporary art system, redefining the dynamics of production, legitimation and circulation of art.

Key words: impressionism, art market, bourgeoisie, dealer

ÍNDICE

1.	INTRODUCCIÓN	6
2.	MARCO TEÓRICO.....	7
2.1	EL ARTE COMO BIEN ECONÓMICO Y CULTURAL.....	7
2.1.1	Economía del arte y economía de la cultura	7
2.1.2	Valor estético y valor económico.....	7
2.1.3	El arte como bien de experiencia	8
2.1.4	Oferta, demanda y precios en el mercado artístico	9
2.2	HISTORIA Y EVOLUCIÓN DEL MERCADO DEL ARTE.....	11
2.2.1	De la antigüedad al mecenazgo aristocrático	11
2.2.2	El cambio hacia galerías y marchantes (siglo XIX).....	12
2.2.3	Aparición de la clase media como consumidora de cultura	12
3.	ESTUDIO DE CAMPO	14
3.1	CONTEXTO SOCIOECONÓMICO	14
3.1.1	Revolución Industrial y urbanización	14
3.1.2	Del Antiguo Régimen a la sociedad de clases.....	15
3.1.3	Vida cultural urbana y nuevos públicos	16
3.2	TRANSFORMACIÓN DEL MERCADO DEL ARTE.....	18
3.2.1	De los encargos al mercado abierto.....	18
3.2.2	El papel de los intermediarios	19
3.2.3	Consecuencias para la obra y el artista.....	21
3.3	EL IMPRESIONISMO COMO FENÓMENO SOCIOECONÓMICO	23
3.3.1	Características del estilo y artistas principales	23
3.3.2	Rechazo institucional: salones y exposiciones independientes.....	26
3.3.3	Durand-Ruel y el mercado moderno	27
3.4	IMPACTO ECONÓMICO Y SOCIAL DEL IMPRESIONISMO.....	30
3.4.1	Reconfiguración del mercado del arte.....	30
3.4.2	Ruptura simbólica: autonomía, campo artístico	32
3.4.3	Consecuencias a largo plazo (museos, canon, internacionalización).....	34
4.	CONCLUSIÓN	36
5.	DECLARACIÓN RESPECTO AL USO DE CHATGPT U OTRAS HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA.....	38

6. BIBLIOGRAFÍA..... 39

1. INTRODUCCIÓN

El objetivo general del trabajo es analizar cómo el movimiento impresionista contribuyó a la transformación del mercado del arte, impulsó nuevas dinámicas económicas y culturales, y favoreció la consolidación de una clase media consumidora.

Objetivos específicos:

- Contextualizar estos cambios en el marco de la Revolución Industrial y la transformación de las estructuras sociales urbanas.
- Investigar cómo el impresionismo impulsó la transformación del estatus profesional del artista en el siglo XIX, promoviendo su desvinculación de las instituciones académicas tradicionales y del sistema de mecenazgo, así como su progresiva integración en un mercado artístico moderno y abierto.
- Analizar el surgimiento de nuevos canales de comercialización del arte: marchantes, galerías privadas, exposiciones independientes.
- Explorar el papel de la clase media como nuevo público consumidor de arte y su influencia en la economía cultural.

Metodología:

La metodología se estructura en tres ejes:

- Revisión bibliográfica especializada: se consultarán libros, artículos académicos y ensayos que aborden el impresionismo desde una perspectiva interdisciplinar (historia del arte, historia económica, sociología de la cultura). Esta revisión permitirá contextualizar el movimiento dentro de los cambios sociales y económicos de la época.
- Estudio de casos representativos: se seleccionarán ejemplos concretos de artistas, como Monet, Renoir o Degas, y marchantes, como Paul Durand-Ruel, para ilustrar cómo el impresionismo se insertó en nuevas dinámicas de mercado, profesionalización artística y consumo cultural.
- Análisis documental accesible: se utilizarán fuentes primarias y secundarias que se encuentran en bibliotecas, archivos y repositorios digitales. El objetivo es examinar el modo en que se consideraba, legitimaba y vendía el arte impresionista dentro de su contexto original.

2. MARCO TEÓRICO

2.1 EL ARTE COMO BIEN ECONÓMICO Y CULTURAL

2.1.1 Economía del arte y economía de la cultura

La economía del arte hace referencia a un dominio de estudio concreto centrado en el análisis de las relaciones económicas que afectan a la producción, la circulación y la valoración de las obras artísticas. El ámbito de la economía del arte aborda cuestiones como la formación de precios, las relaciones entre la oferta y la demanda, la retribución de los artistas y el papel de los intermediarios, así como la consideración del arte como un bien económico y como objeto de inversión (Towse, 2010).

Por su parte, la economía de la cultura adopta un enfoque más amplio al examinar los impactos económicos y sociales que las actividades culturales pueden generar en su totalidad, considerando las artes visuales junto con otros sectores como la música, el cine, la literatura o el teatro. De esta forma, es posible analizar la cultura como un complejo sistema productor estrechamente implicado en procesos de empleo, innovación, consumo y desarrollo social (Fundación "la Caixa", 2021).

En la misma línea, organizaciones especializadas como la *Association for Cultural Economics International* (ACEI) destacan que el arte y la cultura deben ser entendidos al mismo tiempo como bienes simbólicos y como sectores económicos capaces de generar valor, externalidades positivas y cambios sociales duraderos (ACEI, 2020). Este carácter dual resulta significativo para el análisis del mercado del arte contemporáneo y de las proyecciones generales de movimientos como el impresionismo, cuyo desarrollo estuvo estrechamente ligado a nuevas formas de producción, circulación y consumo cultural.

2.1.2 Valor estético y valor económico

El arte posee una doble dimensión: el valor estético, asociado a la creatividad, la innovación formal y la experiencia que la obra provoca, y el valor económico, que se manifiesta en su precio de mercado y depende de factores como la reputación del artista, la rareza o la oferta y la demanda (Fabelo y Figueras, 2020).

No obstante, el precio no refleja necesariamente la calidad artística. En el mercado intervienen fuerzas externas como las modas, los gustos sociales, la crítica especializada o la acción de marchantes y coleccionistas. Por ello, una obra puede ser culturalmente innovadora y, sin embargo, carecer de reconocimiento económico en su tiempo, como ocurrió con varios impresionistas en sus inicios, como Monet o Van Gogh.

Fabelo (2022) explica este desfase señalando que, al integrarse en el mercado, la obra se convierte en mercancía y pasa a regirse por una lógica mercantil que no siempre coincide con su

valor artístico. Su precio deja de depender únicamente del trabajo creativo o del valor de uso y se construye a través de un entramado de legitimaciones institucionales, redes de reconocimiento y capital simbólico.

Un ejemplo simple puede ayudar a ilustrar este fenómeno. Una obra técnicamente sólida realizada por un artista sin legitimación académica o institucional difícilmente alcanzará un alto valor en el mercado. En cambio, una pieza de calidad similar, producida por un artista integrado en redes prestigiosas, puede obtener un precio significativamente mayor. Este contraste muestra que el valor económico no proviene solo de las cualidades estéticas, sino de la posición del artista dentro del sistema de reconocimiento.

Para explicar esta dinámica, Fabelo distingue tres dimensiones del valor: la objetiva, la subjetiva y la instituida. La objetiva se refiere al valor social que la obra adquiere en su contexto histórico; la subjetiva depende de la percepción, necesidad y gusto de individuos y grupos; y la instituida está determinada por las relaciones de poder presentes en el campo cultural. Esta última resulta decisiva para entender por qué movimientos como el impresionismo fueron inicialmente marginados por las Academias y posteriormente integrados en el canon y el mercado.

Un ejemplo ilustrativo es *La rendición de Breda* de Velázquez: la obra posee valor histórico y político (objetivo), fue apreciada por la corte a la que se dirigía (subjetivo) y estuvo legitimada por la posición institucional del artista como pintor de cámara (instituido). Así, su valor dependía tanto de sus cualidades formales como de su inserción en estructuras de poder.

En el sistema capitalista, esta divergencia entre valor estético y valor económico tiende a acentuarse. La obra de arte puede transformarse en un bien altamente rentable y convertirse en una forma de inversión privilegiada, dado que su capital simbólico tiende a aumentar con el tiempo y no a depreciarse. El caso del impresionismo lo demuestra: artistas rechazados por el Salón oficial acabaron convertidos en referentes culturales y económicos, evidenciando que la lógica estética y la lógica del mercado no siempre coinciden (Fabelo, 2022).

2.1.3 El arte como bien de experiencia

John Dewey (2008) sostiene que una obra artística no se agota en su materialidad, sino que cobra pleno sentido en la vivencia estética que provoca en el espectador. Desde este punto de vista, el valor del arte no es totalmente conocido de antemano, sino que se muestra en el propio acto de la experiencia. Desde el punto de vista económico, esta idea se relaciona con la noción de “bien de experiencia”, ya que el valor de la obra solo puede evaluarse plenamente tras haber sido “consumida”, es decir, una vez producida la experiencia estética (Dewey, 2008; Fundación “la Caixa”, 2021).

En este sentido, quien adquiere una obra de arte siempre asume un cierto nivel de incertidumbre, ya que no tiene la capacidad de anticipar con exactitud si esta satisfará sus expectativas estéticas, emocionales o simbólicas. Esta característica es especialmente relevante en el ámbito artístico, dado que la experiencia estética es muy subjetiva y depende tanto de la obra como de la sensibilidad, la formación y el contexto del espectador.¹ El arte, a diferencia de otros bienes culturales, no ofrece una utilidad inmediata ni fácilmente medible, sino que su valor surge de una relación personal y variable con el espectador.

En el siglo XIX, esta condición de bien de experiencia se intensifica debido a la crisis de los criterios académicos tradicionales. Con movimientos como el impresionismo, el espectador se enfrenta a obras que ya no responden de manera clara a normas estables de composición, acabado o temática. La pintura deja de ofrecer una experiencia estética “previsible”, basada en la precisión técnica o en la imitación exacta de la realidad, y pasa a proponer una percepción más amplia, ligada a la impresión visual, la luz o el instante.

No obstante, esta transformación no se asemeja a la ruptura radical que plantearán las vanguardias del siglo XX. Mientras que el arte del siglo XIX mantiene un fuerte vínculo referencial con el mundo visible, los movimientos posteriores, como los ready-made² de Duchamp o ciertas propuestas del arte conceptual, cuestionan directamente esa naturaleza referencial. Tal como señala Danto (2020), en el arte contemporáneo el marco teórico e interpretativo que acompaña la obra tiene un impacto significativo sobre la experiencia estética, hasta el punto de que, sin ese contexto, el significado de la obra puede no ser evidente.

2.1.4 Oferta, demanda y precios en el mercado artístico

El mercado artístico responde, en términos generales, a la lógica general de la oferta y la demanda, aunque presenta características específicas que lo diferencian de otros mercados. En primer lugar, si bien es frecuente afirmar que la oferta es limitada porque cada obra sería única, este planteamiento requiere matices. Desde el Renacimiento existen técnicas como el grabado, la xilografía o la litografía que permitieron ediciones múltiples de una misma obra. Más tarde,

¹ Dado que este trabajo lo utilizará de manera frecuente, es preciso definir el concepto de consumidor. Según la Real Academia Española, el consumidor es la “persona que adquiere productos de consumo o utiliza determinados servicios”. No obstante, esta definición no es suficiente para abordar el ámbito artístico, donde el consumo no se limita a la compra de un bien, sino que incluye formas de experiencia, y disfrute simbólico.

En el contexto del arte, el consumidor no es únicamente el comprador o inversor que adquiere una obra, sino también el espectador que la contempla, la interpreta y la incorpora a su experiencia cultural. Por lo tanto, cuando en este trabajo se utiliza el término *consumidor*, se hace referencia tanto a quien adquiere una obra de arte, por razones estéticas, económicas o de prestigio, como a quien la observa y la experimenta en lugares como museos, galerías, exposiciones públicas o incluso en contextos privados.

² Los *ready-made* fueron introducidos por Marcel Duchamp a comienzos del siglo XX y consisten en objetos cotidianos, producidos industrialmente, que el artista selecciona y presenta como obras de arte. Con esto se cuestiona la idea tradicional de que el arte debe ser único, realizado a mano y sin función práctica. Gombrich (1950)

técnicas como la serigrafía o la reproducción fotomecánica, y en el siglo XX, el Pop Art, consolidaron la reproducibilidad mecánica como parte central de la producción artística (Benjamin, 2003). Por tanto, la oferta artística puede adoptar formas tanto únicas como reproducibles, dependiendo del medio, la época y la intención del artista. En segundo lugar, la demanda en el mercado del arte está fuertemente condicionada por factores simbólicos. Velthuis (2005) explica que los compradores no se guían únicamente por atributos internos de la obra, sino por elementos como el prestigio del artista, la reputación de la galería, la visibilidad institucional, las redes sociales, el respaldo crítico y las narrativas culturales que enmarcan la pieza. Esto origina un valor intangible que puede impulsar los precios muy por encima de los costes de producción.

Esta volatilidad, perceptible ya en los inicios del mercado moderno, se intensifica en el mercado contemporáneo, donde los precios reaccionan de manera especialmente sensible a modas, coyunturas económicas, crisis financieras o cambios en las tendencias del coleccionismo (Revista de Libros, 2018).

En este contexto de alta incertidumbre, resulta especialmente relevante la estructura de ingresos de los artistas. Según el Observatorio Social de la Fundación “la Caixa” (2021), existe una enorme desigualdad: una minoría concentra altos ingresos mientras la gran mayoría vive en condiciones de precariedad, con ingresos intermitentes y dependencia de subvenciones o empleos complementarios. No obstante, esta situación varía radicalmente según el periodo histórico. Durante el Renacimiento y el Barroco, artistas como Rubens o Bernini dependían de sistemas de mecenazgo, cortes reales o encargos eclesiásticos, en un modelo donde apenas existía mercado abierto y donde el valor económico de la obra dependía más del estatus del patrono que de la circulación comercial (Haskell, 1980; Baxandall, 1972). No obstante, como ya desarrollaremos en este trabajo, los impresionistas trabajaron en un momento de transición hacia un mercado más liberalizado, en el que el artista dependía cada vez más de vender sus obras a un público burgués emergente.

2.2 HISTORIA Y EVOLUCIÓN DEL MERCADO DEL ARTE

2.2.1 De la antigüedad al mecenazgo aristocrático

El comercio del arte tiene raíces antiguas, aunque su configuración como mercado estructurado no se consolidó hasta la Edad Moderna (siglos XV a XVIII). En la Antigüedad clásica, tanto en Grecia como en Roma, el arte cumplía funciones primordialmente religiosas, políticas y cívicas. Sin embargo, ya existían formas tempranas de circulación y consumo privado: las élites romanas coleccionaban esculturas griegas, adquirían originales y encargaban copias para la decoración doméstica, lo que constituye una primera evidencia de demanda artística privada (Howard, *Britannica*). Asimismo, la cultura grecorromana desarrolló formas de patronazgo individual, desde los poetas invitados a cortes arcaicas hasta figuras emblemáticas como Mecenas, consejero de Augusto, uno de los precedentes más antiguos de mecenazgo organizado (Adrados, 2008).

Durante la Edad Media, la producción estuvo dominada por encargos eclesiásticos y regios. El artista, integrado en un sistema gremial, era considerado un artesano cuya labor estaba subordinada a fines litúrgicos y políticos, lo que limitaba su autonomía creativa (Howard, *Britannica*).

En el Renacimiento (siglos XV y XVI), el arte adquirió un nuevo estatus social y económico bajo el mecenazgo aristocrático y eclesiástico, como el de los Médici en Florencia o los papas en Roma (Haskell, 1980). Los artistas dependían financieramente de los mecenas, pero al mismo tiempo comenzaron a consolidar reputación y estilo propio. Los contratos regulaban precios según materiales, tiempo de ejecución y prestigio del artista, mostrando un sistema económico complejo, pero todavía muy distinto del mercado moderno (Baxandall, 1972).

A partir del siglo XVII, especialmente en los Países Bajos, surgieron formas tempranas de un mercado libre. En un contexto de fuerte urbanización, creciente alfabetización y ausencia de un poder eclesiástico dominante, los artistas produjeron obras sin encargo previo, destinadas a la venta en talleres y subastas. Investigaciones de De Marchi y Van Miegroet (1994) muestran que ciudades como Amberes, Haarlem y Ámsterdam se convirtieron en centros pioneros de esta comercialización, con registros fiscales que evidencian la formalización progresiva del comercio artístico.

Durante el siglo XVIII, el mecenazgo tradicional comenzó a transformarse. Aunque el patrocinio cortesano y eclesiástico continuó siendo relevante, se observa un declive progresivo en algunos territorios y un desplazamiento hacia patronos privados, como ocurrió en Venecia (Seara, 2010). A su vez, la proliferación de exposiciones públicas y celebraciones abiertas a un público más amplio anticipó la ampliación del mercado durante el Renacimiento y el Barroco, abarcando principalmente los siglos XVI y XVII.

2.2.2 El cambio hacia galerías y marchantes (siglo XIX)

El siglo XIX consolidó un sistema de intermediarios profesionales, galerías, marchantes y casas de subastas, que sustituyó progresivamente al mecenazgo aristocrático y a los encargos institucionales. Según White & White (1993), este periodo fue decisivo porque el arte dejó de depender de encargos oficiales y comenzó a organizarse alrededor de un mercado competitivo, un fenómeno que los autores denominan *canvases and careers*.

En París, Londres y Berlín surgió un modelo de galería comercial dirigido por marchantes que actuaban no solo como intermediarios, sino como auténticos agentes culturales. Asumieron funciones como: organizar exposiciones, elaborar catálogos, negociar precios y construir reputaciones (Haskell, 1980). El ejemplo más influyente fue el marchante francés Paul Durand-Ruel, que introdujo estrategias como las exposiciones monográficas, el pago por adelantado a los artistas, la creación de mercados internacionales y la estabilización de precios mediante compras sistemáticas (Baetens, 2020).

Paralelamente, se afianzaron las casas de subastas modernas. La fundación del Hôtel Drouot en París en 1852 institucionalizó un sistema de compraventa basado en la transparencia y el acceso público a la información. Esta época destaca por la creciente transparencia de los valores financieros y comerciales de las obras de arte, un fenómeno directamente vinculado al auge de la especulación. El propio Hôtel Drouot, era descrito como una "bolsa de valores espectacular", consolidando la subasta como un entorno público para la transacción y valorización de las obras (Baetens, 2020, p. 1).

Desde una perspectiva económica más amplia, Velthuis (2005) señala que estos mecanismos reforzaron la estructura del mercado secundario, centrado en la reventa, la especulación y la formación de precios en sistemas de puja, diferenciándolo claramente del mercado primario de ventas directas.³

2.2.3 Aparición de la clase media como consumidora de cultura

El siglo XIX vio la consolidación de una clase media urbana que transformó profundamente la estructura de la demanda artística. La industrialización, el aumento del ingreso disponible y la alfabetización generalizada favorecieron la aparición de un público amplio interesado en bienes culturales. Throsby (2001) explica que este proceso incrementó la participación cultural al integrar la adquisición de arte, música, literatura y espectáculos en los hábitos de consumo de los hogares de ingresos medios.

³ Referidas a las operaciones de compraventa realizadas directamente entre el artista y el comprador.

Desde una perspectiva económica, Towse (2010) señala que la urbanización generó economías de escala en la provisión cultural: las ciudades concentraban población con ingresos y educación suficientes para sostener museos, salas de exposición y mercados artísticos estables. Este crecimiento urbano facilitó la aparición de nuevos públicos capaces de sostener económicamente la producción estética contemporánea.

A nivel histórico, la documentación sobre el impresionismo muestra que este nuevo público burgués desempeñó un papel decisivo en la circulación de obras y en la legitimación de estilos modernos. Los artistas del movimiento, como Monet, Renoir y Pissarro, dependieron del comprador de clase media que buscaba obras más pequeñas y accesibles, adecuadas para viviendas urbanas, y que valoraba temas cotidianos, paisajes y escenas de ocio que respondían a su sensibilidad social emergente.

Como indica Throsby (2001), la expansión de esta clase media estuvo acompañada por un aumento en la demanda de bienes culturales como forma de distinción social, siguiendo mecanismos de consumo basados en el estatus, la educación y la movilidad simbólica. El acceso a productos culturales se convirtió así en un mecanismo para la construcción de identidad y prestigio dentro de la sociedad industrial.

No obstante, esta ampliación del público fue inicialmente limitada, ya que no sería hasta el siglo XX cuando las clases trabajadoras accederían de forma más generalizada al consumo cultural, transformando de manera profunda la función social del arte (Benjamin, 2003).

3. ESTUDIO DE CAMPO

3.1 CONTEXTO SOCIOECONÓMICO

3.1.1 Revolución Industrial y urbanización

Entre finales del siglo XVIII y las primeras décadas del XX, Europa atravesó una profunda transformación económica y tecnológica impulsada por la Revolución Industrial. Este proceso comenzó en Gran Bretaña hacia 1760 con innovaciones como la máquina de vapor, la mecanización de la industria textil y el uso sistemático del carbón y del hierro. Estos cambios alteraron de raíz la estructura productiva tradicional y dieron origen a un nuevo modelo de economía industrial (Hobsbawm, 1968).

A partir de la década de 1830, la industrialización se extendió a Francia, Bélgica y Alemania. Este proceso no fue automático, sino que dependió de condiciones previas como la expansión del comercio, la consolidación de la circulación monetaria y la progresiva orientación de las economías hacia el mercado. Ello permitió a estos países “quemar etapas” e incorporar con relativa rapidez tecnologías, capital e instituciones ya desarrolladas en Inglaterra (Kemp, 1979, p. 16)

El principal efecto de la Revolución Industrial fue el aumento de la productividad del trabajo, impulsado por la introducción de nuevos medios técnicos, como maquinaria más compleja, una organización más racional del trabajo y el uso de fuentes de energía más potentes, como el vapor y, posteriormente, la electricidad (Kemp, 1979).

La industrialización también transformó la distribución de la población europea. Según Hobsbawm, en la segunda mitad del siglo XIX se produjo un éxodo rural masivo motivado por la demanda creciente de mano de obra fabril y por la crisis de las estructuras agrarias heredadas del Antiguo Régimen. Grandes ciudades como Londres, París o Berlín duplicaron o triplicaron su población y se consolidaron como centros de comercio, transporte y administración (Hobsbawm, 1975). La expansión de los ferrocarriles, los puertos y las redes de comunicación integró los mercados nacionales y facilitó la movilidad de mercancías y personas, configurando una economía europea crecientemente interdependiente.

Por último, este periodo estuvo marcado por el auge del nacionalismo y la consolidación de los Estados-nación⁴. La formación de nuevas unidades políticas y la transformación de las antiguas monarquías dinásticas redefinieron el papel del Estado en la economía y en la vida social. El

⁴ El Estado-nación es una forma moderna de organización política cuya legitimidad se basa en la identificación entre el Estado y una comunidad nacional. La autoridad, a diferencia de etapas anteriores, deja de fundarse en la figura del monarca y pasa a apoyarse en el principio de soberanía nacional, consolidado tras la Revolución Francesa. Desde entonces, el Estado se establece como un poder soberano que ejerce autoridad sobre un territorio definido e integra a la población bajo un marco político y jurídico común (Hobsbawm, 1992).

crecimiento de una clase media comerciante e industrial se produjo en el marco de estos nuevos Estados, que ofrecieron mercados más amplios, mayor seguridad jurídica y una administración centralizada. Por lo tanto, en Francia, la implementación de una moneda nacional y la unificación del sistema jurídico mediante el Código Civil de Napoleón contribuyeron a la integración del mercado interior y el desarrollo comercial. Del mismo modo, en el espacio alemán, la creación del Zollverein permitió la libre circulación de mercancías y debilitó el tradicional particularismo territorial. Mediante instrumentos como sistemas aduaneros comunes, monedas nacionales y marcos jurídicos propios, los Estados intervinieron activamente en la organización de los intercambios económicos, reforzando tanto el liberalismo económico como las ideologías nacionales (Kemp, 1979).

3.1.2 Del Antiguo Régimen a la sociedad de clases

La sociedad europea del siglo XIX experimentó cambios profundos que acompañaron las transformaciones políticas y económicas. La estructura estamental del Antiguo Régimen, clero, nobleza y estado llano, basada en la desigualdad jurídica y en privilegios heredados, dio paso a una organización social articulada en clases, en la que lo decisivo ya no era el nacimiento, sino la posición económica (Thompson, 1968). Es decir, se pasaba de un sistema basado en la herencia a otro que funcionaba desde la posibilidad de trascender esa herencia. Pasamos de los estamentos, cerrados e impermeables, a las clases, abiertas y permeables.

Como señala Montagut (2022), la sociedad estamental comenzó a resquebrajarse en el siglo XVIII con la emergencia de la burguesía y el desarrollo progresivo del capitalismo. Las revoluciones liberales, destacando la Revolución Francesa, que puso fin al absolutismo monárquico, proclamaron la igualdad ante la ley y eliminaron formalmente los privilegios jurídicos, redefiniendo las relaciones sociales en torno al concepto de clase social. A partir de entonces, los individuos se agruparon según su posición en el sistema productivo: por un lado, los propietarios de bienes y medios de producción; por otro, quienes solo disponían de su fuerza de trabajo.

En la nueva sociedad de clases, dos grupos ostentaron la hegemonía social. Por un lado, la nobleza del Antiguo Régimen conservó buena parte de sus rentas agrarias, ya que muchas reformas y desamortizaciones afectaron principalmente a las propiedades eclesiásticas. Lejos de desaparecer, varios nobles se integraron en las administraciones del nuevo Estado, manteniendo una fuerte presencia en la política, diplomacia y las cámaras altas de los parlamentos del siglo XIX (Montagut, 2022).

Por otro lado, la burguesía fue la principal beneficiaria de los cambios políticos y económicos, a pesar de constituir un grupo heterogéneo. Junto a una alta burguesía financiera, industrial y

comercial, capaz de formar grandes dinastías, coexistía una burguesía media integrada por comerciantes, profesionales liberales y funcionarios (Montagut, 2022).

Por debajo de estos grupos se situaban las clases trabajadoras, surgidas del proceso de industrialización y del éxodo rural. Sometida a duras condiciones laborales, la clase obrera se convirtió en un actor social clave, y tras el fracaso de las revoluciones de 1848⁵, desarrolló formas de organización más estables y duraderas como cooperativas, sindicatos y corrientes ideológicas como el anarquismo y el socialismo (Hobsbawm, 1975). Su creciente presencia transformó la vida urbana, caracterizada por la coexistencia entre los espacios burgueses y los barrios obreros densamente poblados y precarios.

A pesar de que su acceso al consumo cultural fue limitado, el proletariado tuvo un impacto en la agenda política y social de la época, planteando nuevos interrogantes sobre la función social del arte.

3.1.3 Vida cultural urbana y nuevos públicos

La urbanización acelerada del siglo XIX no solo transformó la economía, sino también la vida cultural. Las grandes ciudades industriales concentraron servicios, profesiones, comercios y espacios públicos que dieron lugar a una esfera cultural moderna. Hobsbawm describe estas metrópolis como centros donde el comercio, gobierno y administración atraen a grandes poblaciones y generan una intensa actividad social (Hobsbawm, 1975).

En este contexto, la alfabetización creciente y la prensa ilustrada facilitaron la formación de una opinión pública interesada en literatura, política y artes. La burguesía urbana impulsó la creación y renovación de cafés, teatros, óperas y salas de concierto, que se convirtieron en espacios privilegiados de sociabilidad y exhibición de estatus. Como subraya Montagut (2022), la burguesía reorganizó la ciudad según sus propios valores: abrió bulevares, diseñó ensanches, promovió edificios públicos y viviendas que reflejaban su ideal de orden, higiene y respetabilidad.

La vivienda burguesa desempeñó un papel central en esta cultura urbana. No era solo un bien patrimonial, sino también un escenario simbólico. El salón principal, cuidadosamente decorado, funcionaba como espacio de recepción y representación, donde se exhibían muebles, objetos y, cada vez con más frecuencia, obras de arte. La organización del espacio doméstico, despachos,

⁵ Conocidas como la *Primavera de los Pueblos*, las revoluciones de 1848 constituyeron una ola de insurrecciones de carácter liberal, democrático y social que se extendió por gran parte de Europa. Su rápido fracaso se debió, en gran medida, a la división interna entre los sectores liberales moderados y los grupos más radicales: mientras estos últimos impulsaban transformaciones políticas y sociales profundas, los primeros, temerosos de que la movilización popular amenazara la propiedad privada y el orden social, optaron en muchos casos por pactar con las fuerzas del Antiguo Régimen para restablecer la estabilidad (Hobsbawm, 1975).

comedores, habitaciones diferenciadas para la familia y el servicio, reflejaba una jerarquía social y familiar muy marcada (Montagut, 2022).

Todo ello tuvo consecuencias decisivas para el campo artístico. Por un lado, surgió un nuevo público formado por sectores de la burguesía y las clases medias, como funcionarios, pequeños comerciantes o profesionales liberales, que comenzaron a consumir literatura, música y pintura como parte de su identidad social. Este público buscaba entretenimiento, formación y prestigio, lo que impulsó la creación de exposiciones, galerías y crítica especializada. Por otro lado, la propia organización del sistema artístico cambió: aunque la Academia siguió siendo el principal centro de formación y legitimación oficial, el crecimiento del mercado y la competencia urbana facilitaron la aparición de artistas independientes cuya carrera ya no dependía exclusivamente del mecenazgo tradicional, sino de su capacidad para encontrar un lugar en este nuevo ecosistema cultural.

Antes de continuar, conviene explicar el papel de las Academias de Bellas Artes en el sistema artístico europeo. Estas instituciones, surgidas a finales del siglo XVII, regulaban la enseñanza, fijaban estándares estéticos y legitimaban la producción artística, influyendo decisivamente en lo que se consideraba “buen arte” y en las preferencias del público (Pevsner, 1940). Los temas aceptados abarcaban principalmente asuntos mitológicos, religiosos e históricos.

Entre ellas destacó la Académie des Beaux-Arts, fundada en 1648, que encarnó el modelo canónico dominante. Su influencia no se limitaba a la formación, sino que se extendía a la legitimación pública mediante los Salones oficiales. La obtención de medallas y reconocimientos en estas exposiciones resultaba determinante para el prestigio profesional de los artistas y para el valor económico de sus obras dentro del sistema tradicional (Baetens, 2020).

3.2 TRANSFORMACIÓN DEL MERCADO DEL ARTE

3.2.1 De los encargos al mercado abierto

Hasta finales del siglo XVIII, la producción artística europea se articulaba en torno al encargo. El artista trabajaba para un cliente identificado, la Iglesia, la corte o la aristocracia, que determinaba el contenido y la finalidad de la obra. En este contexto, la producción era limitada y no existía la lógica de la superproducción: como señala Ruiz (2011), los pintores “producían con un fin concreto, frecuentemente para un receptor predeterminado que comisionaba la obra”, lo que situaba la obra de arte en un circuito cerrado y funcional, ajeno a un mercado amplio y competitivo. (Ruiz, 2011, p. 30)

Desde el siglo XVII, este sistema comenzó a sufrir cambios. La aparición de nuevos consumidores, como funcionarios, banqueros y las clases privilegiadas urbanas, amplió la demanda y favoreció el desarrollo de nuevas formas artísticas, como los retratos colectivos holandeses o las pinturas de caballete. No obstante, incluso en este contexto más dinámico, el comitente⁶ continuaba siendo identificable y el artista seguía trabajando a partir de un encargo concreto, aunque este ya no procedía de la Iglesia ni de la corte, sino de grupos de burgueses que buscaban representarse colectivamente.

La ruptura decisiva se produjo con la crisis del Antiguo Régimen y la Revolución Francesa. La desaparición de los estamentos y el surgimiento de la burguesía modificaron el marco económico y simbólico del arte. Suárez y Zapata (2011) explican que el declive del sistema cortesano coincidió con la aparición del “mundo del dinero”, cuyo desarrollo introdujo un nuevo grado de abstracción en la percepción estética y permitió apreciar la obra más allá de su función utilitaria. (Suárez y Zapata, 2003, p. 3). A partir de este momento, la obra de arte ya no necesitaba haber sido concebida para un espacio concreto, sino que podía producirse sin un destinatario previo y circular posteriormente en función de la demanda.

Este desplazamiento se intensificó durante los siglos XVIII y XIX con el crecimiento urbano y la consolidación de economías monetarias. En este contexto surgieron academias, marchantes y galerías, instituciones que estructuraron progresivamente un mercado artístico profesionalizado. (Suárez y Zapata, 2011). El artista empezó a depender menos de los encargos directos y más de su capacidad para posicionarse en este sistema de intermediarios y públicos urbanos.

En paralelo, el siglo XIX vio una circulación de obras más intensa que nunca. Ruiz (2011) destaca que guerras, desamortizaciones y crisis económicas provocaron el desplazamiento de grandes

⁶ Comitente es una persona o institución que encarga la creación de una obra.

cantidades de arte hacia los centros económicamente más fuertes, en especial Londres y París, generando “stocks en los almacenes de los intermediarios”, inflando los mercados y desconectando las obras de sus propietarios originales. (Ruiz, 2011, p. 31).

Esta movilidad reforzó la noción de la obra como objeto de intercambio, sometido a sucesivas transacciones. En este contexto, las desamortizaciones en España, especialmente la de Mendizábal, constituyen un ejemplo ilustrativo: la salida masiva al mercado de bienes procedentes de conventos y monasterios desvinculó numerosas obras de su función original y facilitó su venta o traslado al extranjero mediante intermediarios. Aunque existían mecanismos legales de control, resultaron insuficientes para evitar la pérdida de patrimonio (Martín, 1978).

Al mismo tiempo, Europa vivió un proceso acelerado de integración de mercados, favorecido por las mejoras en carreteras, puertos y transportes. Baetens y Lyna subrayan que estas infraestructuras permitieron que los mercados artísticos locales “se conectaran como nunca”, tanto literal como simbólicamente. (Baetens y Lyna, 2019, p.1). La movilidad de artistas, marchantes y coleccionistas generó un espacio comercial transnacional en el que las obras circulaban entre países y ciudades con relativa fluidez. Ya en el siglo XVII se produjeron desplazamientos significativos de obras y artistas, como por ejemplo Velázquez, que realizó dos largos viajes a Italia. Sin embargo, no es hasta el siglo XIX cuando la circulación se volvió más rápida e intensa, lo que facilitó la creación del mercado transaccional.

Un elemento clave de esta integración fue la consolidación de categorías como las “escuelas nacionales”, vinculadas al Romanticismo y al auge de las ideologías nacionalistas del siglo XIX. Estas categorías, difundidas en catálogos, prensa y museos, facilitaron la comercialización internacional al presentar las obras como representantes de tradiciones artísticas reconocibles y culturalmente legitimadas (Baetens y Lyna, 2019).

3.2.2 El papel de los intermediarios

Hasta la Edad Moderna, la mayor parte de las obras se producían por encargo para un cliente concreto, la Iglesia o las cortes europeas, de modo que apenas existía sobreproducción ni un mercado abierto en sentido estricto (Ruiz, 2011). No fue a partir del siglo XVII, y con los cambios sociales y económicos ya mencionados, que la figura del intermediario, el marchante, adquirió un papel central en la circulación de obras (Ruiz, 2011).

De forma paralela, surgieron y se consolidaron canales de distribución específicamente comerciales, entre ellos las subastas. Estas, que ya existían desde el siglo XVIII, se convirtieron en un mecanismo público y competitivo capaz de fijar precios. Cuando se afirma que las subastas “forman precios”, se alude a que la puja abierta permite determinar el valor de una obra según la demanda real del momento, creando así referencias visibles para el resto del mercado. La

fundación, en Londres, de la casa de subastas Sotheby's en 1744 y Christie's en 1766 ejemplifica este proceso (De Silva, Gertsberg & Pownall, 2017, p. 11). Las ventas en sala facilitaban comprar arte sin contacto directo con el artista y establecían normas claras para compradores y vendedores, lo que favoreció la estandarización y profesionalización del intercambio (Bayer, 2015, citado en De Silva, Gertsberg & Pownall, 2017). Durante el siglo XIX, la creciente regulación contra prácticas fraudulentas y la consolidación de las casas de subastas de Londres y París, destacando la casa de subastas del Hôtel Drouot fundada en París en 1852, contribuyeron a un mercado más transparente, amplio y líquido. A la vez, museos y galerías públicas como el Louvre o la National Gallery centraron su actividad en el arte del pasado, mientras que la pintura contemporánea se distribuía sobre todo mediante exposiciones de venta y galerías privadas (Hobsbawm, 1996).

La creación de los museos surge tras la Revolución Francesa, cuando el Estado declara propiedad de la Nación el patrimonio expropiado perteneciente a los estamentos suprimidos. La legitimación de estas instituciones se justificó en el principio de utilidad pública, entendiendo el arte como un bien colectivo susceptible de conservación para el servicio a la ciudadanía. Es sorprendente que el Estado asuma un papel protector del patrimonio, separándolo así del uso privado y dotándolo de una financiación pública y educativa. En este contexto surgen los museos como instituciones públicas con una organización propia, normas específicas y personal especializado para su gestión. El ejemplo simbólico fue el Museo del Palacio del Louvre, inaugurado en 1793, cuyo modelo se extendió por toda Europa. (López, 2011).

En España, la creación de museos estuvo ligada a los procesos de desamortización del siglo XIX. Las desamortizaciones sucesivas afectaron en gran medida a los bienes inmuebles de las órdenes religiosas, como los conventos o monasterios, que poseían una parte significativa del patrimonio artístico. La expropiación y dispersión de estos bienes supusieron un riesgo al alegarse de su función original y al estar expuestos a la venta, abandono o expropiación. Ante esta situación, el Estado promovió la creación de museos para poder albergar estas obras de arte. (López, 2011).

En este escenario de mercantilización creciente, la figura del marchante se profesionalizó de forma decisiva. Como explican De Silva, Gertsberg y Pownall (2017), el comerciante de arte pasó de actuar como agente puntual a convertirse en un verdadero empresario cultural: asumía riesgos financieros, adquiría obras para su propio stock, coordinaba redes con otros marchantes o coleccionistas, y gestionaba la reventa desde espacios comerciales permanentes. El aumento de la oferta, como resultado de la liquidación de colecciones aristocráticas, las guerras europeas y la producción creciente de artistas vivos, hizo que el papel del marchante fuera indispensable para organizar, filtrar y dar valor a un volumen de obras cada vez mayor. (De Silva et al., 2017;

Ruiz, 2011). A diferencia del sistema tradicional de encargo, donde un comitente encargaba una obra al artista, el siglo XIX se caracteriza por una mayor libertad productiva, pero también por una mayor incertidumbre para los artistas al depender del mercado. En este contexto, los marchantes desempeñaron una función clave como intermediarios entre producción y consumo, actuando como agentes de certificación que reducían la incertidumbre del comprador al legitimar el valor de las obras (De Silva, Gertsberg y Pownall, 2017).

Esta función se ejemplifica claramente en figuras como Paul Durand-Ruel, considerado un pionero en la profesionalización del mercado del arte, cuya labor fue decisiva en la promoción y consolidación de nuevos movimientos artísticos.

3.2.3 Consecuencias para la obra y el artista

La transición desde un sistema basado en encargos, dominado por la Iglesia, la nobleza y las cortes, hacia un mercado abierto y regido por intermediarios comerciales transformó profundamente tanto la obra de arte como la posición social del artista. Estos cambios no fueron solo económicos: afectaron también a la autonomía creativa, los géneros pictóricos, los ritmos de producción y la propia identidad del artista moderno.

En primer lugar, la desaparición del comitente único liberó al artista de las restricciones temáticas, iconográficas y formales inherentes al encargo tradicional. Como señalan Suárez y Zapata, cuando el creador abandona la dependencia cortesana y se inserta en la vida urbana moderna, “configura nuevos espacios de acción”, al tiempo que emergen cualidades asociadas al artista como la imaginación, el genio, la libertad y la inspiración (Suárez & Zapata, 2011, p. 4). Este desplazamiento marca una fractura fundamental entre el arte y la artesanía. Mientras que la artesanía se define como una actividad productiva que tiene como objetivo satisfacer un propósito específico, regida por reglas externas y subordinada a las demandas del encargo y el uso, el arte moderno empieza a ser visto como una práctica independiente, cuyo valor radica en la originalidad, la expresión individual y la creación estética en sí misma, sin depender de un fin práctico inmediato.

En segundo lugar, la consolidación de un mercado diversificado permitió que los artistas produjeran sin un destino determinado, adaptándose a públicos más amplios y heterogéneos. Ruiz (2011) muestra que, desde el siglo XVII y especialmente tras la Revolución francesa, el número y la naturaleza de los compradores se ampliaron: junto a la Iglesia y la nobleza aparecieron banqueros, profesionales urbanos, altos funcionarios y coleccionistas burgueses. Esta ampliación de la demanda transformó las condiciones de producción artística: al no depender ya de un comitente único, el artista podía orientar su obra hacia un mercado más abierto y plural. Esto

generó nuevas posibilidades, como una mayor libertad temática y formal, pero también nuevas presiones ligadas a la competencia, la necesidad de visibilidad y la adaptación a gustos cambiantes.

La obra también se transforma materialmente. Hobsbawm señala que la pintura del siglo XIX se destinaba principalmente al comprador individual y solía desaparecer en colecciones privadas tras su paso por exposiciones comerciales o galerías para la venta; en cambio, técnicas como el grabado y la litografía adquirieron una gran difusión por su bajo coste y su presencia creciente en periódicos y publicaciones ilustradas (Hobsbawm, 1962).

Según De Silva, Gertsberg y Pownall (2017), los marchantes de finales del siglo XIX no solo distribuían obras, sino que también orientaban a los artistas sobre temas, formatos y estilos con mayor salida comercial, aseguraban volúmenes de producción y contribuían a consolidar su reputación en el mercado. Esta capacidad de seleccionar, promover y posicionar a determinados creadores les otorgó un papel decisivo como “fabricantes de gusto”, influyendo tanto en la oferta artística como en las preferencias del público. (De Silva, Gertsberg y Pownall, 2017, p. 9)

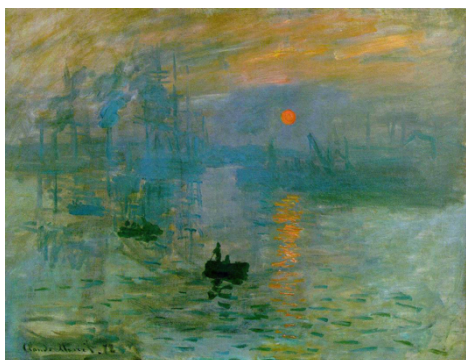
Por último, esta transformación redefine la identidad profesional del artista. La autonomía respecto a mecenas tradicionales se acompaña de nuevas vulnerabilidades: dependencia de la crítica, competencia creciente, incertidumbre económica y necesidad de visibilidad pública. Sin embargo, también posibilita la aparición del artista moderno como figura independiente, dotada de autoridad creadora y legitimidad social, cuyas obras circulan en un mercado internacionalizado y sometido a dinámicas de oferta y demanda.

3.3 EL IMPRESIONISMO COMO FENÓMENO SOCIOECONÓMICO

3.3.1 Características del estilo y artistas principales

El impresionismo nace en la década de 1870 como una reacción contra la pintura académica y el sistema del Salón oficial que dominaban la vida artística francesa. Un grupo de jóvenes artistas, entre ellos: Claude Monet, Auguste Renoir, Camille Pissarro, Alfred Sisley, Frédéric Bazille y Paul Cézanne, se forma en torno a academias alternativas y estudios privados. Este grupo comparte una misma incomodidad frente a la enseñanza de la *École des Beaux-Arts*, centrada en el dibujo “correcto”, los grandes temas históricos o mitológicos y un acabado pulido que aspiraba a emular a los maestros del Renacimiento. Siguiendo el análisis de Paul Smith, más que fundar un estilo homogéneo, estos pintores ponen en cuestión todo un sistema institucional que regulaba qué debía considerarse arte legítimo y qué no (Smith, 2006).

El propio nombre de “impresionistas” surge en este contexto de conflicto. En la primera exposición independiente organizada por el grupo en 1874, un crítico se burla del título del lienzo de Monet, *Impresión: amanecer*, y descalifica el cuadro como una mera “impresión” momentánea, indigna de ser llamada obra acabada. El término, nacido como sarcasmo, acaba cristalizando como etiqueta para designar tanto al grupo como a una nueva sensibilidad pictórica. Según Théodore Duret, uno de los primeros defensores del grupo, el objetivo de estos artistas no es reproducir fielmente un motivo estable, sino trasladar a la tela la experiencia visual inmediata del pintor: la sensación fugaz de un instante concreto, atravesado por la luz, la atmósfera y el movimiento (Duret citado en Smith, 2006).



Impresión: amanecer. Monet, 1872.

Esta concepción de la pintura guarda una estrecha relación con la fotografía. La fotografía sirvió al impresionismo tanto como de inspiración técnica, en la observación científica de la luz y la representación de un espacio asimétrico y truncado, como formal, en la exploración de la espontaneidad y la ambigüedad visual. Ante la consolidación del impresionismo, los fotógrafos se vieron forzados a buscar fórmulas para hacer sus fotografías menos precisas, haciéndolas más expresivas y con un efecto más pictórico (Museo Nacional Thyssen-Bornemisza, 2019).

En este sentido, el impresionismo supone una auténtica revolución en la concepción del color y de la luz. Gombrich la compara, en el terreno cromático, con la transformación que introdujeron los griegos en la representación de la forma. Al pintar al aire libre, *à plein air*, los impresionistas constatan que la percepción no está hecha de objetos con colores fijos, sino de una mezcla de tonos que se combinan en la mirada (Gombrich, 1950). La luz cambia continuamente los contornos y las sombras; estas dejan de ser negras o grises para aparecer como zonas coloreadas, teñidas por reflejos y contrastes con los colores vecinos. El negro casi desaparece de la paleta, sustituido por azules profundos, violetas o verdes oscuros. El cuadro ya no tiene como tema central un acontecimiento mitológico o histórico, sino la vibración misma de la luz sobre un paisaje, una fachada, un río o una multitud.

Este énfasis en la luz y el color no hubiese sido posible sin los avances científicos de la época. En este sentido, resultó especialmente relevante la teoría de la refracción de la luz formulada por Isaac Newton, quien en el siglo XVIII estableció el principio fundamental de que la luz es color. Newton demostró que la luz blanca, al pasar por un prisma, se descompone en los siete colores del arcoíris. Los impresionistas aplicaron este principio para intensificar la sensación lumínica. A esta aportación, se le sumó la ley del contraste simultáneo de colores, formulada por el químico Eugène Chevreul, según la cual la percepción de un color es modificada por los colores adyacentes. Los pintores impresionistas se liberaron de mezclar colores en la paleta y optaron por la superposición de colores puros y disociados directamente sobre el lienzo en pequeñas pinceladas. De este modo, la combinación cromática se producía en el ojo del espectador a cierta distancia, a través de lo que se conoce como “mezcla óptica”, generando una mayor vibración cromática y luminosidad (Almajando, 2019, p. 35). Por último, la invención del tubo de pintura al óleo, patentado en 1841, constituyó un avance técnico decisivo. Hasta entonces, la pintura se almacenaba en recipientes poco prácticos como vejigas de cerdo, lo que dificultaba su transporte y limitaba la pintura a los estudios. El tubo permitió a los artistas pintar con mayor libertad al aire libre, un requisito indispensable para capturar los efectos cambiantes de la luz natural (Almajando, 2019).

Desde el punto de vista técnico, esto se traduce en el uso de colores claros y puros, aplicados en pequeñas pinceladas yuxtapuestas que buscan que la mezcla se produzca en la retina del espectador y no en la paleta. La famosa “pincelada suelta” no es un síntoma de prisa o descuido, sino una estrategia deliberada para fijar la inmediatez de la impresión antes de que cambien las condiciones atmosféricas (Gombrich, 1950, p. 521). De cerca, muchas pinturas parecen un tejido de manchas casi caóticas; al tomar distancia, esas manchas se organizan y la escena “aparece” de golpe, con una intensidad visual que los contemporáneos encontraron tan desconcertante como

poderosa. Los impresionistas tuvieron que aprender a producir esta ilusión de espontaneidad mediante un trabajo paciente, corrigiendo y superponiendo capas hasta conseguir el efecto deseado, al tiempo que estudiaban antecedentes artísticos, estampas japonesas⁷ y teorías científicas sobre la visión y el color.

Las consecuencias de este enfoque se perciben también en la composición y el espacio. El cuadro deja de concebirse como una ventana ordenada según las reglas de la perspectiva renacentista, marcada por la simetría y el orden. Más que construir una escena cerrada y equilibrada, pretenden presentar un fragmento de realidad, un “trozo de naturaleza” o de vida urbana captado al vuelo (Gombrich, Torroella & Setó, 1997, p. 8). En muchas de sus obras, las figuras aparecen cortadas por los bordes del lienzo, de espaldas o desplazadas hacia un lado, como si el artista hubiera captado un instante fugaz. Se muestran escenas cotidianas, como un paseo, una taza de café o un momento al lado del río, sin ningún foco claro o la jerarquía compositiva convencional. El encuadre, abierto y aparentemente incompleto, recuerda a una fotografía instantánea o a una estampa japonesa y sugiere que la escena continúa más allá del cuadro. Al renunciar a la profundidad y al modelado clásico, muchas figuras lucieron planas, lo cual desconcertó a una crítica habituada al claroscuro académico.

En cuanto a los temas, el impresionismo desplaza el interés desde los grandes relatos heroicos hacia la experiencia contemporánea. Los artistas parten de la idea de que no existen asuntos insignificantes, sino obras bien o mal resueltas. Los paisajes que representan son reales, alejados de las composiciones ideales: estaciones de ferrocarril, puentes de hierro, riberas industriales, suburbios, playas y jardines. A estos se suman escenas de ocio vinculadas a la sociedad burguesa, bailes al aire libre, cafés, tabernas, teatros o parques, que reflejan la nueva cultura urbana de la segunda mitad del siglo XIX.

Dentro de este nuevo periodo, nos encontramos con grandes artistas. Manet, figura fundamental en el origen del movimiento, rompe con el modelado tradicional mediante contrastes violentos y superficies planas, inspirándose en maestros como Velázquez o Goya (Gombrich, 1950). Monet lleva más lejos que nadie la práctica del *plein air* y convierte motivos concretos como catedrales, almiarés o nenúfares en verdaderos laboratorios de luz y color, pintados en series para registrar sus variaciones a lo largo del día o de las estaciones (Gombrich, Torroella, & Setó, 1997). Renoir aplica los principios impresionistas a la figura humana: en obras como *El Moulin de la Galette*, persigue tanto el torbellino cromático de la luz entre las hojas y las telas como la alegría

⁷ Grabados japoneses conocidos como Ukiyo-e realizados en madera. Caracterizados por la representación de escenas cotidianas y paisajes mediante el uso de colores y composiciones llamativas. A partir del siglo XIX se importaron a Europa, sirviendo de gran inspiración para los impresionistas (Gombrich, 1950).

sensorial de la multitud. Degas, más preocupado por el dibujo y la estructura del cuadro, centra su atención en el ballet, los cafés-concert o las carreras de caballos, experimentando con encuadres oblicuos y posturas fugaces que subrayan el movimiento y la artificialidad de los espacios modernos (Smith, 2006). Pissarro, por su parte, sistematiza los métodos impresionistas tanto en paisajes rurales como en vistas urbanas, mientras otros, como Sisley o más tarde Signac, exploran hasta el límite la descomposición del color en toques individuales.



El Moulin de la Galette. Pierre-Auguste Renoir, 1876

Más que ofrecer una imagen estable del mundo, las obras impresionistas invitan al espectador a compartir la impresión momentánea del artista, su forma de ver un instante irrepetible.

3.3.2 Rechazo institucional: salones y exposiciones independientes

Durante el siglo XIX, el Salón de París se consolidó como la institución central de legitimación artística en Francia. Derivado del mecenazgo real del siglo XVII, el Salón se convirtió en la exposición más importante de Francia, el lugar donde los artistas aspiraban a obtener reconocimiento, ventas y encargos oficiales (Denvir, 1975). La aceptación en esta muestra equivalía a la consagración pública, mientras que la exclusión, a la marginación profesional. El jurado, compuesto por miembros de la Académie des Beaux-Arts, imponía criterios profundamente conservadores, privilegiando obras de carácter mitológico o histórico ejecutadas con “pureza técnica”, dibujo idealizado y acabado minucioso (Gombrich, 1950).

El rechazo sistemático a las innovaciones técnicas y temáticas emergentes generó tensiones crecientes entre los jóvenes, teniendo a Manet como el primer gran epicentro del conflicto. Las obras de Manet se consideraron un punto de inflexión, al romper con el modelo tradicional, la profundidad y la representación idealizada de los temas. Sus pinturas proponían una visión fragmentaria y momentánea de la realidad, basada en contrastes cromáticos bruscos, pinceladas visibles y una percepción visual considerada “accidental”, rasgos que perturban profundamente al gusto académico (Clark, 1985). Cuando en 1863 el Salón rechazó una cantidad excepcional de obras, las protestas públicas fueron tan intensas que Napoleón III se vio obligado a abrir una

muestra paralela: el *Salon des Refusés*. Este espacio, concebido inicialmente como una concesión para calmar los ánimos, puso en evidencia la profunda brecha entre el arte oficial y las nuevas sensibilidades pictóricas Rivas (2009).

Pese a la apertura del *Salon des Refusés*, los criterios del Salón oficial apenas cambiaron. Durante la década de 1860 y comienzos de la de 1870, Monet, Renoir y Pissarro lograron puntualmente que algunas de sus obras fueran aceptadas, pero la hostilidad institucional seguía marcando su trayectoria (Denvir, 1975).

Así nació en abril de 1874 la primera exposición independiente del grupo impresionista, celebrada en el estudio del fotógrafo Nadar. Monet, Renoir, Pissarro, Sisley, Degas y otros artistas fundaron la *Société anonyme des artistes peintres, sculpteurs, graveurs*, inaugurando un modelo alternativo de visibilidad al margen del Salón oficial (Rivas, 2009). Las exposiciones organizadas entre 1874 y 1886 consolidaron esta ruptura institucional, permitiendo a los artistas establecer sus propios criterios de selección y legitimar una pintura que la Academia rechazaba. El crítico Émile Blémont definió al artista impresionista como aquel que se proponía “dar con sinceridad absoluta, sin compromisos ni atenuaciones, con procedimientos simples y amplios, la impresión que en ellos suscitan los aspectos de la realidad...” (Rivas, 2009, p. 3).

3.3.3 Durand-Ruel y el mercado moderno

La consolidación del Impresionismo como movimiento artístico resulta incomprensible sin la figura de Paul Durand-Ruel, considerado el primer marchante verdaderamente moderno. Su intervención transformó las condiciones económicas del arte contemporáneo y permitió la supervivencia material y simbólica de un grupo de artistas rechazados por el sistema académico francés. Tal como subraya Denvir, sin marchantes capaces de ofrecer alternativas al monopolio del Salón, “la *avant-garde* no hubiera existido jamás” (Denvir, 1975, p. 8).

Los años iniciales de Durand-Ruel muestran hasta qué punto su modelo era radical. En un contexto de profunda inestabilidad política, con la Guerra Franco-Prusiana⁸ y la Comuna de París⁹, decidió comprar sistemáticamente obras de Monet, Pissarro, Sisley o Renoir, en un momento en que apenas existía público para ellas, y los propios artistas dudaban de su viabilidad

⁸ Entre 1870 y 1871 se desarrolló la Guerra Franco-Prusiana, conflicto bélico que enfrentó al Reino de Prusia con el Segundo Imperio francés. Este conflicto terminó con la victoria prusiana, la proclamación del Imperio alemán y la caída del régimen imperial de Napoleón III (Hobsbawm, 1975).

⁹ La Comuna de París fue un levantamiento insurreccional que controló la ciudad entre marzo y mayo de 1871, en el contexto de la crisis provocada por la Guerra Franco-Prusiana. Inspirada en principios socialistas y republicanos, constituyó una experiencia política radical y efímera cuya violenta represión dejó una profunda huella en la sociedad francesa de finales del siglo XIX (Hobsbawm, 1975).

comercial. No obstante, estas compras no fueron inversiones aisladas, sino adquisiciones masivas destinadas a constituir un stock suficiente para crear un mercado, anticipando así una práctica desconocida hasta entonces: invertir primero, construir la demanda después (Zarobell, 2015).

Este compromiso fue más allá de adquisiciones puntuales. Entre 1871 y 1873, Durand-Ruel realizó fuertes inversiones en artistas como Manet, de quien compró 21 obras en 1872 por 35.000 francos, y Monet, cuya producción adquirió por sumas significativas en esos mismos años. También apoyó de forma constante a Pissarro y Sisley, y utilizó con Degas un sistema mixto de depósitos y compras a terceros (Zarobell, 2015). Su objetivo no era la especulación inmediata, sino construir valor a largo plazo y desafiar el monopolio académico en la definición del gusto y la legitimidad artística.

Durand-Ruel introdujo también innovaciones financieras y empresariales inéditas en el ámbito artístico. Utilizó préstamos y garantías basadas en obras de Delacroix, Rousseau o Millet para obtener capital, a través de su acuerdo con el conocido prestamista Charles Edwards, para luego reinvertirlo en la adquisición de arte moderno. Empleó estrategias propias del sector financiero, como alianzas con competidores para controlar segmentos emergentes del mercado, y desplegó herramientas de comunicación como la *Revue internationale de l'art et de la curiosité*, revista que servía simultáneamente para legitimar su misión cultural y promover indirectamente sus operaciones comerciales (Zarobell, 2015).

La internacionalización del mercado europeo de arte en el siglo XIX proporcionó el escenario ideal para un marchante de estas características. Baetens y Lyna explican que la movilidad creciente de obras, artistas y comerciantes creó redes transnacionales donde la promoción exterior podía convertirse en un instrumento decisivo de legitimación interna (Baetens & Lyna, 2019). Es por ello por lo que Durand-Ruel abrió galerías en París, Londres, Bruselas y Nueva York, organizó exposiciones itinerantes y estableció contactos con coleccionistas extranjeros. En sus memorias, afirmó explícitamente que solo tras consolidar un mercado para el Impresionismo en Estados Unidos, donde las exposiciones de 1886 marcaron un punto de inflexión, el estilo pudo ser finalmente apreciado en Francia.

Estas estrategias tuvieron un fuerte impacto socioeconómico. En la segunda mitad del siglo XIX, el consumo cultural creció gracias a la alfabetización, la expansión de la prensa ilustrada y las nuevas técnicas de reproducción. Este proceso creó un público más amplio, pero también más fragmentado, dado que ya no había un solo grupo social con criterios estéticos homogéneos, sino una variedad de públicos con diferentes grados de educación, intereses y expectativas hacia el arte (Denvir, 1975). En este contexto, el marchante moderno actuó como coordinador entre artistas, mercado y público, gestionando expectativas estéticas, necesidades económicas y

circuitos de difusión. Durand-Ruel encarnó como nadie esta nueva figura: un empresario cultural capaz de proporcionar sostenibilidad económica a la innovación artística y de construir, casi desde cero, el mercado internacional del arte moderno.

3.4 IMPACTO ECONÓMICO Y SOCIAL DEL IMPRESIONISMO

3.4.1 Reconfiguración del mercado del arte

El impresionismo no solo supuso una ruptura estética con los cánones académicos, sino que también tuvo un gran impacto en la estructura económica y social del mercado del arte. En primer lugar, alteró de manera decisiva la relación tradicional entre valor estético y valor de mercado. La progresiva pérdida de autoridad de las academias oficiales, encargadas hasta entonces de fijar criterios normativos de belleza y jerarquías artísticas, generó un escenario de incertidumbre estética en el que ya no existían parámetros objetivos universalmente aceptados para determinar qué era “buen arte”. La valoración artística dejó de juzgarse por cánones fijos de “belleza ideal” o temas heroicos para centrarse en la percepción individual, la sinceridad expresiva y la captación sensorial del instante (Gombrich, 1950, p. 320).

Este vacío de autoridad fue ocupado progresivamente por nuevos intermediarios, en particular por los marchantes de arte, cuya figura adquirió un papel central en la definición del valor artístico. La incertidumbre sobre lo que era “bueno” permitió que el valor estético fuera definido por la experiencia y reputación del marchante. Es más, el marchante actuó como certificador del valor de la obra, aportando un valor intangible por el cual los coleccionistas estaban dispuestos a pagar un sobreprecio. Este precio podía llegar a ser hasta un 21 % superior a los de sus competidores, anticipando una mayor capacidad de reventa posterior (De Silva, Gertsberg y Pownall, 2017). De este modo, los marchantes no solo mediaban en la transacción, sino que se convirtieron en auténticos *creadores de gusto*, capaces de orientar las preferencias del público y de determinar el éxito o el fracaso de una carrera artística (Baetens y Lyna, 2019).

La profesionalización del sector transformó asimismo las mecánicas de comercialización. Se generalizaron los contratos a largo plazo entre artistas y marchantes, mediante los cuales estos últimos ofrecían una renta fija o estabilidad económica a cambio del control de la producción y, en ocasiones, de la exclusividad. Este sistema permitía regular la oferta, crear escasez y maximizar los beneficios a medida que aumentaba el prestigio del artista (Baetens y Lyna, 2019). Las subastas, por su parte, dejaron de ser simples canales de venta para convertirse en herramientas estratégicas de marketing. Casas como el Hôtel Drouot funcionaban como espacios de señalización pública del valor: las adquisiciones realizadas por grandes marchantes no solo estabilizaban precios, sino que enviaban mensajes claros al mercado sobre la importancia de determinados artistas o estilos (De Silva, Gertsberg y Pownall, 2017).

El impacto económico del impresionismo se manifiesta en la evolución de los precios y en su capacidad de generar plusvalías superiores a las de otros activos financieros. Entre 1951 y 1969, la revalorización anual media de la pintura impresionista se situó en torno al 18 %, superando a

los mercados bursátiles tradicionales. Este fenómeno se intensificó a finales del siglo XX: entre 1987 y 1990, las obras maestras impresionistas alcanzaron plusvalías cercanas al 490 %, frente al 24,5 % de las acciones en ese mismo periodo. A finales de la década de 1980, los índices de Sotheby's situaban el arte contemporáneo por encima del clásico en las subastas (Ruiz, 2011). Estos datos han sido respaldados y matizados por estudios econométricos posteriores. Jianping Mei y Michael Moses (2002), en un análisis de casi 5.000 pares de ventas repetidas registradas en Sotheby's y Christie's entre 1875 y 2000, estimaron una rentabilidad real anual compuesta del 8,2% para el arte durante la segunda mitad del siglo XX, comparable a la renta variable y superior a los bonos del Estado. Por su parte, Li Jian et al. (2022), a partir de más de 220.000 transacciones mundiales, documentan que el intenso ciclo alcista de finales de los años ochenta, caracterizado por un aumento sostenido de los precios, estuvo impulsado en gran medida por la demanda de coleccionistas japoneses. La expansión de su mercado inmobiliario y bursátil se trasladó al mercado del arte impresionista, lo que explica tanto la magnitud de las plusvalías como la brusca corrección posterior a 1990.

Paralelamente, el impresionismo contribuyó de forma decisiva a la internacionalización del mercado del arte. Aunque su epicentro fue París, con el marchante Durand-Ruel, el movimiento tuvo una acogida rápida en otros países.

En Estados Unidos, la pintora impresionista Mary Cassatt, única estadounidense integrada en el núcleo del movimiento francés, desempeñó un papel clave como mediadora cultural, asesorando a grandes familias coleccionistas en la adquisición de obras de Monet o Degas. Entre ellas destacó la familia Havemeyer, matrimonio neoyorquino que reunió una de las mayores colecciones privadas de impresionismo de la época, muchas de cuyas piezas acabarían ingresando en el Metropolitan Museum of Art. En este mismo contexto, Bertha Palmer impulsó desde Chicago la difusión del movimiento, mientras que Juliana Cheney Edwards consolidó su presencia en Boston a través de una colección centrada en Monet, Renoir y Sisley, hoy integrada en el Museum of Fine Arts.

En el ámbito anglosajón, el marchante irlandés Hugh Percy Lane fue pionero en la promoción del coleccionismo impresionista en el Reino Unido, reuniendo una colección vinculada a la National Gallery. Por su parte, el industrial y mecenas Samuel Courtauld contribuyó de forma decisiva a la legitimación institucional del movimiento mediante su colección y su apoyo a la Tate Gallery, donde las obras impresionistas encontraron un espacio de consagración permanente (González, 2016).

3.4.2 Ruptura simbólica: autonomía, campo artístico

La transición hacia la modernidad artística¹⁰ estuvo marcada por una profunda ruptura simbólica que redefinió tanto la posición social del creador como la naturaleza misma de la obra de arte. Este proceso se consolidó a partir de la doctrina del *l'art pour l'art* (arte por el arte) entendida como una reacción frente a las determinaciones morales, sociales y utilitarias propias del sistema tradicional de encargos. Como señala Benjamin, esta concepción puede interpretarse como una auténtica “idea del arte puro”, que reivindicaba la autonomía de la creación artística frente a cualquier finalidad externa (Benjamin, 2003, p. 50).

En este contexto, Charles Baudelaire, poeta y crítico del arte francés, emergió como una figura clave al defender una práctica artística no subordinada a la utilidad ni a la moral, sino guiada por la percepción original y exacta del artista frente a la experiencia moderna (Clark, 1985). Esta transformación permitió que el arte y la literatura comenzaran a desarrollarse como esferas relativamente independientes de la vida económica, configurando un espacio propio de producción simbólica con reglas específicas (Ruiz, 2011, p. 56).

Paralelamente, la figura del artista se separó de manera definitiva de la del artesano. El creador dejó de pertenecer al ámbito de las “artes mecánicas” para situarse en la cima de las “artes liberales”. El artista estaba legitimado por la noción de genio artístico: un talento innato que lo distinguía del trabajo manual y lo convertía en un inventor de formas. Esta reorganización consolidó la noción de una libertad creativa total, donde la obra no se producía para un comitente específico, sino para un mercado anónimo y para el juicio diferido de la historia (Ruiz, 2011).

Pierre Bourdieu analiza este proceso como una reestructuración del campo artístico, especialmente visible con el auge del Impresionismo. En este nuevo marco, el campo adquirió una autonomía relativa frente al mercado, de modo que el valor simbólico de la obra, basado en la reputación del artista, la sinceridad expresiva y el reconocimiento entre pares, comenzó a primar sobre su rentabilidad económica inmediata (Bourdieu, 2011). En este sistema, los marchantes modernos, como Durand-Ruel, actuaron como auténticos cuerpos de certificación, reduciendo la incertidumbre del comprador y construyendo estrategias de distinción en las que la posesión de una obra equivalía a la pertenencia a un círculo estético exclusivo. Su éxito residió en la capacidad de comercializar no solo obras aisladas, sino trayectorias completas, contribuyendo a la construcción histórica del valor artístico (Baetens, 2020).

¹⁰ Según Matei Calinescu, la modernidad se define como una actitud antitradicional orientada al cambio y la búsqueda constante de novedad (“make it new”). En el ámbito artístico, esta aspiración a la autonomía convive con el desarrollo de un mercado cultural que convierte la belleza en un bien de consumo. De esta tensión surge, junto al ideal de “arte elevado” de las vanguardias, el fenómeno del kitsch, entendido como una forma estética simplificada y orientada a un consumo rápido propio de la sociedad de masas (Calinescu, 1991).

Este proceso de creciente autonomía tuvo lugar en un contexto caracterizado por el crecimiento del capitalismo y la transformación de la vida urbana. La modernización económica reorganizó los ritmos del trabajo y del ocio, ampliando el consumo cultural en grandes ciudades. En París, la remodelación urbana transformó el centro urbano en un espacio visual destinado al consumo burgués. Los pintores de vanguardia se apropiaron de este nuevo contexto para retratar la modernidad como un espectáculo de luces, movimientos y formas, desligado de una representación social totalizante (Clark, 1985). De hecho, algunas vanguardias fueron utilizadas en proyectos totalitarios en el primer tercio del siglo XX, mostrando que la autonomía estética no implicó necesariamente neutralidad política

Finalmente, el surgimiento de la vanguardia implicó un rechazo sistemático de los esquemas académicos y de las expectativas del mercado tradicional. Los artistas abandonaron los temas históricos y las composiciones armónicas impuestas por la Academia para centrarse en sus propias sensaciones y experiencias perceptivas. Al considerar cualquier motivo como una simple excusa para la experimentación formal, el Impresionismo avanzó decisivamente hacia la autonomía del arte, sustituyendo el conocimiento teórico por la primacía de la visión pura (Gombrich, 1950). De este modo, la obra de arte dejó de concebirse como una imitación de la naturaleza para convertirse en una propuesta subjetiva de interpretación y reorganización de la realidad (Benjamin, 2003).

3.4.3 Consecuencias a largo plazo (museos, canon, internacionalización)

El movimiento impresionista transformó la forma en que se producía, se valoraba y se difundía el arte, por lo que no debe entenderse únicamente como un estilo pictórico, sino como un modelo estructural de funcionamiento del arte moderno que se consolidará y se repetirá en los movimientos posteriores. Más allá de sus innovaciones formales, estableció un precedente fundamental: la posibilidad de que un grupo de artistas se organizara al margen de las instituciones académicas, construyera su propio público y alcanzara legitimación sin pasar inicialmente por los canales oficiales. Este esquema será retomado por las vanguardias históricas del siglo XX, que heredarán del impresionismo no solo una actitud estética, sino también una estrategia de posicionamiento dentro del campo artístico (Bourdieu, 2011).

Una de las mayores consecuencias de este cambio fue la transformación del proceso de construcción del canon artístico. Antes del impresionismo, el valor y la legitimidad de la obra se establecían de forma previa y normativa a través de las academias y los Salones oficiales. Tras la ruptura impresionista, el canon comienza a fijarse a posteriori, mediante una combinación de museos, historiadores del arte, crítica especializada y mercado secundario. En este nuevo sistema, la obra ya no se consagra por un veredicto inmediato, sino por su inserción progresiva en una narrativa histórica (Bennett, 1995).

En este contexto, el museo de arte moderno adquiere un papel central. Bennett define el museo como una auténtica “maquinaria de la historia del arte”, capaz de ordenar las obras en secuencias temporales que les asignan antecedentes y consecuencias, integrándolas en una historia lineal del progreso artístico. Esta lógica sustituye la valoración aislada de la “obra maestra” por lo que el autor denomina una “tecnología de la serie”, en la que cada pieza se subordina al conjunto de una escuela o periodo histórico. La legitimación ya no se encuentra en la habilidad personal sancionada por la Academia, sino en el espacio que ocupa la obra dentro de un relato histórico coherente y pedagógico (Bennett, 1995, p. 44).

Asimismo, la historia del arte y la teoría se convierten en mediadoras indispensables entre el público y la obra. El valor simbólico del objeto artístico pasa a ser, en gran medida, invisible sin el aparato interpretativo del experto, lo que refuerza el papel de historiadores, críticos y comisarios en la fijación del canon. Finalmente, el museo consagra las obras de manera definitiva al retirarlas del circuito económico y convertirlas en semióforos, es decir, en objetos de valor primordialmente simbólico, culminando así un proceso de legitimación que ya no depende del éxito comercial inmediato (Bennett, 1995).

Por último, el impresionismo sentó las bases de una internacionalización estructural del arte moderno. Como se ha señalado anteriormente, el éxito internacional, especialmente en el mercado estadounidense, no fue un fenómeno accesorio, sino una auténtica precondition para la aceptación del impresionismo en Francia. Esta estrategia, impulsada por marchantes como Paul Durand-Ruel, inauguró una dinámica en la que la validación externa podía revertir el rechazo institucional interno, alterando de forma duradera el reconocimiento artístico (Baetens & Lyna, 2019).

A lo largo del final del siglo XIX, esta práctica se normalizó progresivamente. La integración de los mercados artísticos europeos y transatlánticos se vio favorecida por el incremento en la movilidad de marchantes, coleccionistas y artistas, así como por el fortalecimiento de las redes de información y la mejora en las infraestructuras para el transporte. Lo que comenzó como una maniobra excepcional se convirtió en una condición esperada del éxito artístico (Baetens & Lyna, 2019).

Con la llegada del modernismo y las vanguardias, este proceso derivó en una desnacionalización del discurso artístico. Las categorías nacionales se volvieron menos explicativas en comparación con una perspectiva universal y transnacional del arte moderno, apoyada por redes internacionales de difusión de obras, ideas y actores culturales. Como señalan Baetens y Lyna, el sistema artístico contemporáneo se articula desde entonces como una red global en la que el valor de un movimiento depende de su capacidad para circular más allá de las fronteras nacionales (Baetens & Lyna, 2019).

En este sentido, el impresionismo no solo transformó los criterios estéticos de su tiempo, sino que contribuyó decisivamente a la configuración de un sistema artístico moderno, caracterizado por la mediación institucional, la construcción progresiva del valor y su proyección internacional. Este modelo, basado en la interacción entre mercado, crítica y legitimación cultural, continúa siendo la base sobre la que se articula el funcionamiento del arte contemporáneo.

4. CONCLUSIÓN

En conclusión, el impresionismo no fue únicamente una revolución estética, sino un punto de inflexión en la configuración del sistema artístico moderno. Más que inaugurar un nuevo estilo, transformó las condiciones de producción, legitimación y circulación del arte, sentando las bases de un modelo que, con matices, sigue vigente en la actualidad.

El impresionismo surgió en un momento de transición, cuando el sistema tradicional de encargos, dominado por la Iglesia y la aristocracia, empezaba a debilitarse y el arte comenzaba a depender cada vez más de un mercado urbano y privado. La industrialización y el crecimiento de la burguesía ampliaron el público consumidor, lo que permitió a muchos artistas independientes desvincularse progresivamente de la tutela académica. En este nuevo contexto, la obra dejó de valorarse únicamente por su función o por su adecuación a normas establecidas, y pasó a apreciarse también en función de la experiencia que generaba en el espectador y del reconocimiento que obtenía dentro del propio campo artístico.

La figura del marchante moderno, ejemplificada en Paul Durand-Ruel, mostró que el valor artístico es una construcción social en la que intervienen la reputación, la mediación y la circulación internacional. Asimismo, el proceso de fijación del canon cambió de forma profunda: la legitimidad dejó de establecerse de manera previa en las Academias para consolidarse a posteriori mediante museos, crítica e historiografía.

Este modelo estructural, basado en la interacción entre mercado, crítica, mediación y legitimación cultural, se consolidó como el esquema dominante del sistema artístico a lo largo del siglo XX. Las vanguardias históricas, desde el cubismo hasta el expresionismo abstracto, reprodujeron en lo esencial esta misma lógica: rechazo institucional inicial, apoyo de marchantes, legitimación crítica progresiva e integración final en el canon museístico. En este sentido, el impresionismo no fue solo un movimiento pictórico, sino el primer laboratorio del sistema artístico contemporáneo.

Sin embargo, este modelo se encuentra hoy en un proceso de transformación. La digitalización y la circulación global e inmediata de imágenes han debilitado el papel exclusivo de los museos y las galerías como espacios de legitimación, permitiendo a los artistas construir visibilidad al margen de los canales tradicionales. Asimismo, la aparición de los NFT, tokens no fungibles que certifican la propiedad de obras digitales mediante tecnología blockchain, ha introducido nuevas formas de mercado que reducen el papel de los intermediarios clásicos. Estos cambios reactivan una tensión central ya presente en el impresionismo: la existente entre valor simbólico y valor económico, así como entre legitimación institucional y validación por el mercado.

No obstante, más que una ruptura, lo que se observa es una adaptación del sistema a un entorno distinto. El arte sigue moviéndose entre la lógica del reconocimiento cultural y la de la rentabilidad económica, aunque en un contexto marcado por la reproducción digital ilimitada y por dinámicas de atención mediadas por algoritmos. La cuestión ya no es solo quién legitima la obra, sino cómo se construye su valor en una cultura de inmediatez y sobreabundancia de imágenes. En este escenario, las preguntas que el impresionismo formuló sobre la autonomía del artista, el papel de los intermediarios y la relación entre innovación estética y mercado siguen siendo, en esencia, las mismas.


5. DECLARACIÓN RESPECTO AL USO DE CHATGPT U OTRAS HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA

Por la presente, yo, CLARA PORRES CAÑELLAS, estudiante de ADE Y DERECHO (E-3) de la Universidad Pontificia Comillas, al presentar mi Trabajo Fin de Grado titulado "EL IMPACTO SOCIOECONÓMICO DEL ARTE IMPRESIONISTA EN LA EUROPA DEL SIGLO XIX", declaro que he utilizado la herramienta de Inteligencia Artificial Generativa ChatGPT u otras similares de IAG de código sólo en el contexto de las actividades descritas a continuación:

1. Brainstorming de ideas de investigación: Utilizado para idear y esbozar posibles áreas de investigación.
2. Corrector de estilo literario y de lenguaje: Para mejorar la calidad lingüística y estilística del texto.
3. Sintetizador y divulgador de libros complicados: Para resumir y comprender literatura compleja.
4. Revisor: Para recibir sugerencias sobre cómo mejorar y perfeccionar el trabajo con diferentes niveles de exigencia.

Afirmo que toda la información y contenido presentados en este trabajo son producto de mi investigación y esfuerzo individual, excepto donde se ha indicado lo contrario y se han dado los créditos correspondientes (he incluido las referencias adecuadas en el TFG y he explicitado para que se ha usado ChatGPT u otras herramientas similares). Soy consciente de las implicaciones académicas y éticas de presentar un trabajo no original y acepto las consecuencias de cualquier violación a esta declaración.

Fecha: 26/03/2026

Firma: 

6. BIBLIOGRAFÍA

Adrados, F. R. (2008). *Mecenas y los mecenas de la Antigüedad. Mecenazgo y Humanidades en tiempos de Lastanosa: Homenaje a Domingo Ynduráin*. Instituto de Estudios Altoaragoneses.

Almajando, P. (2019). *Impresionismo + ciencia*. Universidad de Zaragoza (disponible en https://zagan.unizar.es/record/96627/files/TAZ-TFG-2020-1727_ANE.pdf).

Association for Cultural Economics International (ACEI). (2020). *About ACEI* (disponible en <https://culturaleconomics.org/>).

Baetens, J. D. (2020). *Artist-dealer agreements and the nineteenth-century art market: The case of Gustave Coûteaux*. *Nineteenth-Century Art Worldwide* (disponible en <https://doi.org/10.29411/ncaw.2020.19.1.2>).

Baetens, J.D.M.; Lyna, D.B.G.W. (2019). Part of book or chapter of book (Baetens, J.D.M.; Lyna, D.B.G.W. (ed.), *Art Crossing Borders. The Internationalisation of the Art Market in the Age of Nation States, 1750-1914*. (disponible en <https://repository.ubn.ru.nl/bitstream/handle/2066/203720/203720.pdf?sequence=1&isAllowed=y>).

Baxandall, M. (1972). *Painting and Experience in Fifteenth Century Italy. A primer in the social history*.

Benjamin, W. (2003). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica* (Andrés. E. Weikert, Trad.) [Libro]. Itaca. (disponible en https://monoskop.org/images/9/99/Benjamin_Walter_La_obra_de_arte_en_la_epoca_de_su_reproductibilidad_tecnica.pdf).

Bennet, T. (1995). *The birth of the museum. History, theory, politics*. England. Routledge.

Bourdieu, P. (2011). *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Madrid. Taurus.

Calinescu, M. (1991). *Cinco caras de la modernidad. Modernismo, Vanguardia, Decadencia, Kitsch, Posmodernismo*. Editorial Tecnos.

Clark, T.J. (1985). *The painting of modern life*. Princeton University Press.

Danto, A. C. (1997). *Después del fin del arte: El arte contemporáneo y el linde de la historia* (E. Neerman Rodríguez, Trad.; R. Molina, Ed.). Titivillus. (Edición digital basada en *After the End of Art*, Princeton University Press).

De Marchi, N., & Van Miegroet, H. J. (1994). *Art, value, and market practices in the Netherlands in the seventeenth century*. The Art Bulletin.

Denvir, B. (1975). *El impresionismo*. Labor (disponible en <https://arteymedios.wordpress.com/wp-content/uploads/2011/03/denvir-1983-el-impresionismo-1975.pdf>).

De Silva, D. G., Gertsberg, M., & Pownall, R. A. J. (2017). *Market evolution of art dealers*. Lancaster University & Maastricht University (disponible en https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2866949).

Dewey, J. (2008). *El arte como experiencia*. Barcelona: Paidós. (Original publicado en 1934).

Fabelo Corzo, J. R., & Figueras Corte, J. M. (2020). *Relación entre valor económico y valor estético en la obra de arte contemporánea*. Tiempo Económico. Universidad Autónoma Metropolitana.

Fabelo Corzo, J. R. (2022). *Relación entre valor económico y valor estético en la obra de arte contemporánea. Una aproximación*. En A. López Cuenca & F. Huesca Ramón (Coords.), *Investigaciones actuales en estética y arte: Entre la representación y su desbordamiento*. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla; Instituto de Filosofía de La Habana.

Frey, B. S. (2000). *La economía del arte* (P. Schwartz, Ed.; A. Bravo y M. Schwartz, Trans.). Caja de Ahorros y Pensiones de Barcelona, Servicio de Estudios.

Fundación “la Caixa”. (2021). *Reseña cultura: la cultura como factor económico y social*. Observatorio Social (disponible en <https://elobservatoriosocial.fundacionlacaixa.org/es/-/resena-cultura>).

Gombrich, E. H., Torroella, R. S., & Setó, J. (1997). *Historia del arte* (Vol. 16). Nueva York: Phaidon.

Gombrich, E. H. (1950). *La Historia Del Arte*. Diana Mexico (disponible en <https://historiadelarteuacj.wordpress.com/wp-content/uploads/2016/08/gombrich-ernst-h-historia-del-arte.pdf>).

González, D. (2016). *Impresionismo y Mercado: la oficialización de un movimiento rechazado*. Universidad de las Palmas de Gran Canaria (disponible en <https://accedacris.ulpgc.es/bitstream/10553/18608/5/TFM.pdf>).

Haskell, F. (1980). *Patrons and Painters: A Study in the Relations Between Italian Art and Society in the Age of the Baroque* (disponible en https://www2.gwu.edu/~art/Temporary_SL/131/Readings/Haskell_PP.120~145.pdf).

Herrero Prieto, L. C., & Prieto Rodríguez, J. (Eds.). (2021). *La economía de la cultura: una disciplina joven. Estudios en homenaje al profesor Víctor Fernández Blanco*. Universidad de Oviedo.

Hobsbawm, E. J. (1962). *The age of revolution: 1789–1848*. Weidenfeld & Nicolson (disponible en <https://files.libcom.org/files/Eric%20Hobsbawm%20-%20Age%20Of%20Revolution%201789%20-1848.pdf>).

Hobsbawm, E. J. (1975). *The age of capital: 1848–1875*. Weidenfeld & Nicolson (disponible en <https://files.libcom.org/files/Eric%20Hobsbawm%20-%20Age%20Of%20Capital%20-1848-1875.pdf>).

Hobsbawm, E. J. (1992). *Nations and nationalism since 1780*. University Press, Cambridge. Second Edition (disponible en https://keimena11.wordpress.com/wpcontent/uploads/2014/01/hobsbawm_nations_and_nationalism_since_1780.pdf).

Howard, Jeremy R.. "art market." *Encyclopedia Britannica* (disponible en <https://www.britannica.com/money/art-market>).

Kemp, T. (1979). *La revolución industrial en la Europa del siglo XIX* (R. Ribé, Trad.). Editorial Fontanella. (Obra original publicada en 1969) (disponible en <https://cristoraul.org/SPANISH/saladelectura/Historiauniversal/LaRevolucionIndustrialEnLaEuropaDelSigloXIX.pdf>).

Li, Z., Mao, R., & Pu, X. (2022). *Pricing art and the art of pricing: On returns and risk in art auction markets*. *European Financial Management*, 28(5) (disponible en https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3889224).

López, J. R. (2011). *Museos y desamortización en la España del siglo XIX*. Museos de Andalucía (disponible en http://www.museosdeandalucia.com/textos/pdf/Lopez_Rodriguez_2012.pdf).

Marina Suárez y Camila Zapata Gallagher (2011). *El arte autónomo, la gran división del siglo XIX. IX Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires* (disponible en <https://cdsa.aacademica.org/000-034/460.pdf>).

Martín, J. J. (1978). *Problemática de la desamortización en el arte español*. Dialnet.

Mei, J., & Moses, M. (2002). *Art as an investment and the underperformance of masterpieces*. *American Economic Review*, 92(5), 1656–1668 (disponible en <https://www.aeaweb.org/articles/pdf/doi/10.1257/000282802762024719>).

Montagut, E. (2022). *Las clases dirigentes en el siglo XIX: aristocracia y burguesía* (disponible en <https://elobrero.es/historalia/82063-las-clases-dirigentes-en-el-siglo-xix-aristocracia-y-burguesia.html>).

Museo Nacional Thyssen-Bornemisza. (2019). *Los impresionistas y la fotografía* (disponible en <https://www.museothyssen.org/exposiciones/impresionistasfotografia#:~:text=La%20fotografia%20le%20valió%20al,espontaneidad%20y%20la%20ambigüedad%20visual>).

Pevsner, N. (1940). *Academies of art. Past and present*. Cambridge University Press.

Revista de Libros. (2018). *La economía del arte* (disponible en <https://www.revistadelibros.com/la-economia-del-arte/>).

Ruiz, N. (2011). *La obra de arte como objeto de intercambio. Procesos y estructuras del mercado del arte* (Vol. 1). IED Madrid (disponible en <https://books.google.com/books?hl=es&lr=&id=t2pYYs5REvEC&oi=fnd&pg=PT4&dq=+La+obra+de+arte+como+objeto+de+intercambio:+procesos+y+estructuras+del+mercado+del+arte&ots=jVU9UNlmTG&sig=eWNDfe7DtOUao1eeuQtWoOB9Ua4#v=onepage&q=La%20obra%20de%20arte%20como%20objeto%20de%20intercambio%3A%20procesos%20y%20estructuras%20del%20mercado%20del%20arte&f=false>).

Smith, P. (2006). *Impresionismo* (Vol. 6). Ediciones Akal.

Sapiro, G. (2011). *El espacio intelectual en Europa entre los siglos XIX y XXI. Políticas de la Memoria*, 10/11/12, 57–65. Centro de Documentación e Investigación de la Cultura de Izquierdas.

Seara, E. S. D. L. G. (2010). *Arte y mecenazgo. Anales de la Real Academia de Ciencias Morales y Políticas* (Vol. 87, pp. 167-182). Real Academia de Ciencias Morales y Políticas.

Towse, R. (2010). *A Textbook of Cultural Economics*. Cambridge University Press.

Throsby, D. (2001). *Economics and Culture*. Cambridge University Press.

Thompson, E. P. (1968). *The making of the English working class*. Penguin Books (disponible en

https://www.bard.edu/library/pdfs/archives/ThompsonThe_Making_of_the_English_Working_Class.pdf).

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

White, H. C., & White, C. A. (1993). *Canvases and careers: Institutional change in the French painting world*. University of Chicago Press.

Zarobell, J. (2015). *Paul Durand-Ruel and the Market for Modern Art*. University of San Francisco.