

## EL MITO Y LOS METADATOS COMO VALOR AÑADIDO EN LA OBRA DE ARTE

### THE MYTH AND METADATA AS ADDED VALUE TO THE ARTWORKS

Santiago López Sánchez

Universidad Complutense de Madrid

theartofsantiagolopez@gmail.com

**Resumen:** Que vivimos inmersos en la era de la información donde los medios nos aportan un caudal inasumible de datos, sucesos y noticias es un hecho incontestable. Que sin una guía que nos marque una ruta a seguir dentro de este océano de información acorde a nuestras necesidades, intereses o demandas estaríamos irremediablemente perdidos, tampoco es cuestionable y sobre todo desde la llegada de internet ya nadie parece dudar de que los únicos capaces de poder proponernos viajes seguros a través de la información y el conocimiento son los "metadatos", ellos nos permiten recorrer sendas satisfactoriamente hasta llegar a visitar a nuestros objetivos.

Erróneamente solemos asumir que los metadatos solo se producen y utilizan en el mundo virtual, pero un metadato puede ser cualquier elemento nominativo que aporte información sobre otro, por ejemplo puede ser una etiqueta de producto en un supermercado, una marca de un coche, una cartela de un museo, e incluso los apuntes en una clase de historia o las anotaciones en los márgenes de un libro.

El metadato en sí, es un valor añadido, también para una obra de arte. Si analizamos una obra que posea muchos enlaces hacia otros lugares del pensamiento, el arte, la vida, etc. y otra que en cambio no los tenga, es muy probable que el valor de ésta última sea bastante inferior a la primera.

Uno de los metadatos clave para añadir valor a la obra de arte es el mito, que como metadato visual y narrativo se postula como un vehículo útil, idóneo para enlazarnos con otras épocas, culturas, formas de pensamiento, y también es capaz de llevarnos de viaje por todas las obras de arte que trataron el mito en cuestión con anterioridad; y cómo no, este valor añadido tiene su reflejo en el mercado de arte español.

**Palabras clave:** Mito, metadatos, mercado, arte, España.

**Abstract:** That we are immersed in the information age where the media provide us a wealth of data unaffordable, events and news is an indisputable fact. Without a guide to mark us a way forward in this ocean of information according to our needs, interests and demands we would be hopelessly lost. It is not questionable and especially since the advent of the internet, and no one seems to doubt that the only ones able to propose travel insurance through information and knowledge are the "metadata", they allow us to cross paths successfully reaching our goals to visit.

We often mistakenly assume that the metadata is produced and used only in the virtual world, but a metadata can be any nominative element that provides information about another, for example, it may be a product label in a supermarket, a car brand, a bracket a museum, and even notes in a history class or annotations in the margins of a book.

The metadata itself is added value, even for a work of art. If we analyze a work that holds many links to other places of thought, art, life, etc. and other one that do not have them, it is likely that the value of the latter is considerably lower than the first.

One of the key metadata to add value to the work of art is the myth as a visual and narrative metadata that stands as a useful vehicle, suitable to link up with other eras, cultures, ways of thinking, and is also able to take us to all that artworks that addressed the myth in question before; and of course, this added value is reflected in the Spanish art market.

**Keywords:** Mith, metadata, market, art, Spain.

Que vivimos inmersos en la era de la información donde los medios nos aportan un caudal inasumible de datos, sucesos y noticias es un hecho incontestable. Que sin una guía que nos marque una ruta a seguir dentro de este océano de información acorde a nuestras necesidades, intereses o demandas estaríamos irremediabilmente perdidos, tampoco es cuestionable y sobre todo desde la llegada de internet, ya nadie parece dudar de que los únicos capaces de poder proponernos viajes seguros a través de la

información y el conocimiento son los "metadatos", ellos nos permiten recorrer sendas satisfactoriamente hasta llegar a visitar a nuestros objetivos<sup>1</sup>.

Erróneamente solemos asumir que los metadatos solo se producen y utilizan en el mundo virtual, pero un metadato puede ser cualquier elemento nominativo que aporte información sobre otro, por ejemplo, puede ser una etiqueta de producto en un supermercado, una marca de un coche, una cartela de un museo, e incluso los apuntes en una clase de historia o las anotaciones en los márgenes de un libro.

Podemos deducir de esta idea, que los metadatos no son solamente útiles para los ordenadores, sino que pueden utilizarse como estructura de organización del pensamiento para cualquier persona. Un claro ejemplo de esta última afirmación, llevada al terreno creativo, la encontramos en la producción textual de Picasso. En la mayoría de ellos, el autor los llena de anotaciones al margen, asteriscos, tachones, rectificaciones, de grafismos decorativos, fechas y series de números, dibujos, caligrafías en varios colores y de infinitas correcciones salvo en los signos de puntuación y resto de la gramática. Aquí Picasso genera un ecosistema de metadatos muy rico, que nos permite lecturas múltiples dentro del mismo texto en varias direcciones, que a su vez nos remiten a otros textos y también a otras obras no textuales. Desde sus poemas podemos hacer un viaje por toda su producción artística y desde luego por su vida personal.

Nos interesan esos datos o pistas que nos pueden llevar de viaje a cualquier parte del mismo Picasso, sobretodo porque esos metadatos son capaces de contar muchas historias, por ejemplo, uno de los viajes que nos propone este texto sería aquél que nos proporciona su fecha, Diciembre de 1935, que nos puede transportar a un pequeño retrato que hizo de su hija Maya en el mismo mes y que desmontaría el extendido relato de que Picasso dejó por completo de realizar obra plástica para centrarse solo en la

---

<sup>1</sup>Para una mayor comprensión del concepto básico del „metadato“ y de la „sociedad datacéntrica“, ver: GILLILAND-SWETLAND, Anne J., *La definición de los metadatos*, en BACA, Murtha, Introducción a los metadatos. Vías a la información digital, Getty Research Institute, Los Ángeles, 1999.

escritura, desde poco tiempo después de terminar " La Minotauromaquia" hasta ya bien entrado el 37.<sup>2</sup>



Picasso, Pablo. *Quiero decir un plato*. 21 Diciembre 1935. Copyright © Estate of Pablo Picasso/ (ARS), New York, y Picasso, Pablo. *Maya a los tres meses y medio*, 24 de Diciembre de 1935. © Estate of Pablo Picasso/ (ARS), New York <https://picasso.shsu.edu/> <http://www.arsny.com>

El metadato en sí, es un valor añadido, también para una obra de arte. Si analizamos una obra que posea muchos enlaces (ya sean visuales o conceptuales) hacia otros lugares del pensamiento, el arte, la vida, etc. y otra que en cambio no los tenga, es muy probable que el valor de mercado de ésta última, sea bastante inferior a la primera.

*“Cualquier obra de arte que se precie como tal mantiene una específica y propia singularidad. Esta cualidad hará que dos obras similares del mismo artista (en cuanto a factores técnicos, temática, etc.) adquiera diferentes valores subjetivos, partiendo de una cierta equiparación de salida en cuanto a sus valores relativos”<sup>3</sup>.*

2 Rafael Inglada hace referencia a este hecho puntual de la biografía de Picasso en el prólogo de su obra: INGLADA, Rafael. *Pablo Ruiz Picasso, textos españoles 1894-1968*. Málaga. 2006.

3 ESPEL, Miguel. “Fundamentos económicos del mercado del arte”, en *El Mercado del Arte, Reflexiones y Experiencias de un Marchante*. Gijón, 2013, pp. 55-82

No queremos entrar a analizar de manera exhaustiva el mercado del arte ni sus problemáticas comerciales, ni tampoco la forma en la que el mismo mercado configura el valor de una obra de arte, por haber ya numerosas y muy buenas publicaciones que se ocupan de dicho tema, y por no ser este el objeto concreto de esta investigación, pero si queremos asociar la idea del metadato que aquí se expone con la manera en la que Miguel Espel desarrolla su concepto de valor de la obra de arte<sup>4</sup>, la cuál me parece la más sencilla y a la vez acertada de entre todas las publicaciones recientes que tratan el asunto. Él establece dos tipos básicos de valor, el relativo y el subjetivo.

El primero se configura en base a términos objetivos y económicos comparativos, por ejemplo, la cotización actual del artista, el estado de conservación de la pieza en cuestión, etc. La segunda define consideraciones de índole personal y factores externos condicionantes, en este punto es donde se insertaría, entre otros elementos posibles, el metadato, porque a través de él se establecen conexiones que sobrepasan las fronteras de la propia obra y establece un diálogo con agentes externos a la misma, que en cierta medida son susceptibles de configurarla.

Esto sucede porque la obra en sí tiene su propio peso y también el peso, la información y todas las características de la obra u obras a la que remite, es decir, una obra con metadatos es más rica que una sin ellos. Pongamos por ejemplo la obra de Francis Bacon, "*Estudio según el retrato de Inocencio X por Velázquez*", además de todas las características formales y conceptuales de la obra en sí, el hecho de que nos remita al *Inocencio X* de Velázquez le aporta un plus de significado y lo que es más importante, le da a la obra de Bacon la oportunidad de beber de las virtudes del lienzo del pintor español, al configurarse de nuevo la imagen de la pintura de Velázquez en la mente del espectador. Una vez establecida la relación, el grito sordo de la obra de Bacon nos lleva inevitablemente de viaje hacia la mirada severa de la obra del pintor sevillano, y hace evidente los sentimientos que de ella emanan, revela el verdadero alma del personaje retratado por Velázquez, desnudándole de la pompa con que éste estaba envuelto, en palabras de Deleuze:

---

4 Ibidem, p. 59

“(…) *“Inocencio X grita, pero grita justo detrás de la cortina, no sólo como alguien que no puede ser visto, sino como alguien que no ve, que no tiene nada que hacer, sólo tiene que funcionar para hacer visibles estas fuerzas invisibles que hacen llorar, las potencias del futuro.”*<sup>5</sup>



*Estudio según el retrato del Papa Inocencio X por Velázquez de Francis Bacon, 1953, Art Center Des Moines, e Inocencio X de Diego Velázquez, 1650, Galería Doria Pamphili.*

<http://cajondesastre.juegos.free.fr/Images/ejercicios/cultura/pintores/inocencioX.jpg>

[http://blog.uncovering.org/archives/2008/06/os\\_papas.html](http://blog.uncovering.org/archives/2008/06/os_papas.html)

Pero llegados a este punto, cabría preguntarse si cualquier obra de arte que apele a otra anterior, es susceptible de adquirir su importancia y además ganar una propia en base a una identidad nueva. Lo cierto es que no, ya que en este juego dialéctico entre piezas no todo vale, ¿Cuál es pues el criterio a seguir para la correcta utilización del metadato para aportar valor añadido a una obra de arte? El primero e imprescindible, es que la obra a la cual se referencia ha de ser conocida por el espectador, el autor ha de haberse ganado una “fortuna crítica”<sup>6</sup>, si bien, esto implica múltiples factores en los que

<sup>5</sup> DELEUZE, Gilles, Francis Bacon, *Logique de la sensation*, Seuil, 2002, pág. 41

<sup>6</sup> Javier Portus desarrolla esta idea de “fortuna crítica” como elemento diferenciador para el valor de una obra de arte y la relaciona directamente la importancia de un autor con la visibilidad de su obra vinculada a la dispersión territorial de la misma. Ver en: PORTUS, Javier, “Prólogo”, en SOCIAS,

no vamos a entrar en detalle por la limitación de tiempo y espacio de esta investigación, como son: creatividad, relevancia en su contexto temporal, repercusión en la historia del arte, impacto mediático, y otros elementos que pueden elevar a ciertas obras de arte “comunes” al imaginario colectivo.

El segundo ingrediente posible para que una pieza traspase sus propias fronteras es el mito. El mito apela al origen, a ese pequeño rincón del pensamiento humano que guarda los saberes primigenios de la especie, es un espacio grabado a fuego innato a todos nosotros, es pues, el denominador común que nos une y toda llamada a él siempre obtiene una respuesta<sup>7</sup>. Por medio del metadato visual o textual que evoca a un mito, podemos poner en contacto una pintura con otras muchas que representaron en su momento ese mito concreto y con el relato cosmogónico del mismo. En definitiva, el mito es una apuesta segura para la interrelación entre varias obras e historias, y más aún, es un enlace directo hacia nosotros mismos, una conexión inevitable según Rocío del Pilar:

*“La mentalidad creadora de mitos» abarca más aspectos que la creación de mitos en sí. Suele estudiarse desde el mito y sólo algunos prestan evidencias claras de la relación que sostiene con el arte. La mayoría deja entrever esta relación. Esto se puede explicar porque dicha mentalidad «contiene» en sí los principios de la creación artística. Como también contiene los principios de la mayoría de los temas que componen «las ciencias de la cultura». Se podría decir que todas las disciplinas que se ocupan de los aspectos existenciales de la naturaleza humana hunden sus comienzos en los principios míticos.*

*Cuando hablamos de «mentalidad creadora de mitos» no sólo hablamos de mitos. Existen suficientes contenidos teóricos como para confirmar la relación que sostienen el mito y el arte. La posibilidad de comprender la lógica del mito abre nuevas perspectivas de relación con los medios artísticos puesto que «objetiviza» una realidad que está más allá de lo cotidiano en una forma inmediatamente tangible. Si no buscamos componer una «teoría estética» en el*

---

Inmaculada y GKOZGKOU, Dimitra, Nuevas Contribuciones en torno al mundo del Coleccionismo de Arte Hispánico en los siglos XIX y XX, Gijón, 2013, p. 13

7 ELÍADE, Mircea, *Lo Sagrado y lo Profano*. Barcelona, 1998.

*sentido de Worringer*<sup>8</sup>, sabremos que no es posible separar la esencia del arte de las concepciones míticas.<sup>9</sup>

Podemos afirmar tras poner en común las teorías de Miguel Espel, Javier Portus, Mircea Eliade y Rocío Del Pilar, que el metadato mítico por consiguiente es un activo seguro que incrementa el valor de la pieza de arte.

Un episodio precedente de la historia del arte que se dio en nuestro país a principios del siglo XX, concretamente en el periodo de entreguerras, nos puede ayudar a corroborar esta última afirmación, y ésta a su vez, puede explicar el gran interés que los principales marchantes de arte y galerías de Europa tenían en el arte procedente de monasterios de clausura españoles.

Un episodio que desentraña de manera magistral María José Martínez en un trabajo titulado “Depredadores de conventos”<sup>10</sup>, donde explica cómo buena parte del patrimonio de estos espacios eclesiásticos que representaban pasajes religiosos, y por ende míticos<sup>11</sup>, acabaron en los grandes puntos del comercio de arte como Londres, París o Nueva York de la mano de grandes marchantes como Lionel Harris o Arthur Byne, gracias por supuesto al beneplácito de autoridades locales, tanto eclesiásticas como también políticas; como ejemplo de expolio consentido o venta autorizada (según el punto de vista desde el que se mire) podemos citar a la pintura titulada “*La Partida de San Pedro Nolasco*” de Zurbarán, cuya ubicación original fue el convento de La Merced Calzada de Sevilla, hoy se halla fuera de nuestras fronteras, en el Museo Franz Mayer de Ciudad de México<sup>12</sup>.

---

8 La teoría estética de Wilhelm Worringer se basa en que el impulso de satisfacción se culmina en la belleza de lo orgánico; mientras que por otro lado, el impulso abstraccionista encuentra su dicha en la belleza inorgánica, en lo que se rige por leyes y necesidades abstractas.

9 DEL PILAR, Rocío. *La Mentalidad Creadora de mitos y la Escultura Contemporánea*, Tesis Doctoral, Universidad Complutense de Madrid, 2004, p. 485.

10 MARTINEZ, María José, “*Depredadores de conventos. Comercio de antigüedades en el entorno de las clausuras españolas.*” en ALSINA, Esther, *El Reverso de la Historia del Arte*, Gijón. 2015.

11 En HUBERT y MAUSS, *Magia y sacrificio en la historia de las religiones. Colección estudios y ensayos*. Buenos Aires, 1946. se expone que las religiones son evoluciones de las mitologías antiguas.

12 MARTINEZ, María José. “*Entre Negocios y trapicheos: anticuarios, marchantes y autoridades eclesiásticas en las primeras décadas del siglo XX: el caso singular de Raimundo Ruiz*”, en PÉREZ, Fernando y SOCIAS, Inmaculada. *La Dispersión de Objetos de Arte, Fuera de España en los Siglos XIX y XX*, Barcelona. 2011, pp. 151-190



Si queremos tener un referente más cercano en el tiempo para con la relación entre valor-metadato mítico, tenemos como ejemplo una de las obras que recientemente han marcado récord en una subasta, “Les femmes d’Alger” (versión “O”) de Pablo Picasso que se vendió en Mayo de 2015 en Nueva York por 160,9 millones de euros<sup>13</sup>, la obra más cara jamás subastada, vemos que su alto valor en el mercado del arte y el hecho de que el cuadro de Picasso sea una revisión cubista de la obra con mismo título de Eugène Delacroix, no es casualidad.

Si nos centramos en la siguiente obra más cara en una subasta por detrás de la citada ya anteriormente, encontramos a “Tres estudios de Lucian Freud” realizada por Francis Bacon (142,4 millones de euros<sup>14</sup>); este tríptico pone en conversación a ambos artistas y de nuevo el valor añadido que obtiene la obra de arte gracias a los metadatos que los unen, se hace patente.

No obstante, el mito juega un papel fundamental en las pinturas de Picasso y Bacon, a través por supuesto de Delacroix y Freud, pues pese a que está soterrado, estas obras tienen como denominador común, la referencia a historias universales de la mitología occidental, concretamente insertas en el ámbito de la cultura grecolatina.



---

13 Vendido por Christies.

14 Vendido por Christies.

Les Femmes d'Alger, Pablo Picasso, 1955. Catar, y *Mujeres de Argel en su apartamento*, Eugène Delacroix, 1834. París

<http://arte.laguia2000.com/pintura/mujeres-de-argel-delacroix>

En el primero de los casos observamos una suerte de harén dentro de la composición de Delacroix y que Picasso toma de referencia, este motivo orientalista nos lleva de viaje mucho más allá. En primer lugar nos traslada al mito del paraíso, (no entraremos a debatir aquí el ya sabido interés por las mujeres de sendos autores) pero también tiene su conexión con la mitología grecolatina, haciendo referencia claramente a las representaciones pictóricas pasadas del mito de Dionísios<sup>15</sup> o Baco, donde el hedonismo es el principal protagonista de todas ellas; tanto en la obra de Picasso como en el lienzo de Delacroix, hay un intento por redescubrir la antigüedad.<sup>16</sup>

En el caso del tríptico de Bacon, tiene también sus connotaciones míticas detrás de los tratamientos de la materia corpórea de su amigo Lucian Freud, pues dentro de la misma se haya una revisión de los monstruos antropomórficos de la mitología griega, donde la transformación de un cuerpo humano en otro radicalmente distinto (como por ejemplo tenemos las innumerables transformaciones de Zeus) nos lleva a repensar si realmente la obra de Bacon no es un intento más de exorcizar esos monstruos que nos acompañan desde tiempos inmemoriales<sup>17</sup> y que se han visto representados en tantas y tantas ocasiones a través de la mitología y las obras de arte inspiradas en ella, o si bien, pretende mediante su ejercicio matérico-pictórico, elevar la condición de su amigo y colega pintor a la de un ser sobrenatural, a imagen y semejanza de Proteo<sup>18</sup>, capaz incluso de trascender su propio cuerpo y mezclarse con el del autor, expresando así, de una manera muy plástica y a la vez conceptual, una relación de influencia mutua que los unía y contaminaba entre sí.

---

15 Dionísios era hijo de Zeus y Semele. Dios del vino, simboliza la dicha de vivir, es exaltador del placer y del optimismo. En MELQUÍADES, Prieto. *Diccionario de la Mitología Mundial*, Madrid, 1981.

16 ESCHENBURGH, Bárbara y GÜSOW, Ingeborg, «El Romanticismo y el Realismo» en *Los maestros de la pintura occidental*, Colonia, 2005, pág. 433

17 BLUMENBERG, Hans. *Trabajo sobre el mito*, Barcelona, 2003. p. 78.

18 Proteo es nombrado por Homero en la Odisea como “anciano hombre del mar”, hijo de Poseidón en la teogonía olímpica, capaz de predecir el futuro y de cambiar de forma a su antojo.



Francis Bacon, *Tres Estudios de Lucian Freud*, 1969. Londres

<http://www.arteducacao.pro.br/as-obras-de-arte-mais-caras-ja-leiloadas-tres-estudos-sobre-lucian-freudo-triptico-do-pintor-britanico-francis-bacon-1909-1992-s.html>

Si queremos fijarnos en cómo afecta el componente mítico dentro de la obra de arte creada por un artista español en el devenir real del mercado del arte, no podemos centrarnos exclusivamente en el mercado del arte español, pues debido a sus peculiaridades, los artistas españoles son capaces de vender más y mejor fuera de nuestras fronteras según el último estudio del mercado del arte español de la fundación Arte y Mecenazgo:

*“La mayor parte del valor y del volumen global de las ventas en subastas se genera fuera de España. En 2013 únicamente el 3% del valor de obras de artistas españoles vendidas en todo el mundo procedía de ventas realizadas en España, ventas que tan solo representaban el 26% de la totalidad de las operaciones.”<sup>19</sup>*

De este modo, y a fin de no dar información sesgada, vamos a tener estas peculiaridades del mercado del arte español en cuenta y ampliaremos el terreno de análisis a uno más global a la hora de hablar de ventas de obras de artistas españoles.

---

19 MCANDREW, Claire. *El Mercado del Arte Español en 2014*. Cuadernos de Arte y Mecenazgo N°3. Obra social la caixa. Barcelona. 2015, P. 16.

Hace unos días entré, como es habitual en mí cuando paso por delante, en la Galería Benedito Ubicada en Málaga, donde descubrí una interesante exposición que se había inaugurado hace poco del artista veleño José Casamayor, pero lo más interesante fue darme cuenta de que la única obra vendida hasta el momento era una pequeña escultura realizada en bronce y que tenía una silueta familiar, incluso para cualquiera que tenga unos conocimientos muy básicos sobre arte, era una reinterpretación en bronce de la figura central del lienzo de *Las Meninas* de Velázquez.

Esta obra de Casamayor era muy parecida a las esculturas de Manolo Valdés (evidentemente por tener en común el mismo referente), y en concreto me recordó a una titulada *Reina Mariana*, vendida en una subasta en 2013 en la ciudad de Nueva York por unos 365.321 euros<sup>20</sup>, este hecho me presentó de manera evidente el fuerte interés del mercado del arte en obras españolas con metadatos míticos, independientemente del lugar donde se vendan o del artista que tenga la autoría, e incluso de la relevancia del mismo; no hay más que pasarse una tarde por los aledaños del Museo del Prado para ver cómo la gente (sobretudo turistas) compra pequeñas pinturas o dibujos con metadatos míticos que son reinterpretaciones de las obras que alberga la pinacoteca madrileña, como *El Saturno Devorando a un Hijo* de Goya, *Las Meninas* de Velázquez, *Las Tres Gracias* de Rubens o la *Venus y Adónis* de Tiziano, en contraposición nos podemos acercar al vecino Parque del Retiro y ver cómo los artistas allí presentes que realizan pequeñas acuarelas del estanque y su entorno, representaciones de escenas cotidianas y retratos originales, en definitiva obras sin metadatos míticos, obtienen un número mucho menos elevado de transacciones por sus obras. Este sin duda es un posible caso de estudio muy interesante para el futuro que abre nuevas vías de investigación.

Si echamos un vistazo a las 20 obras de arte más caras en subastas internacionales en 2013 por artistas españoles<sup>21</sup> (donde curiosamente aparece la obra de Manolo Valdés anteriormente citada), nos daríamos cuenta tras un primer encuentro visual, de que al menos la mitad de ellas poseen de manera evidente metadatos míticos. No obstante, esta cifra podría aumentar si las analizásemos pormenorizadamente cada una de ellas, pero éste no es el objetivo principal de la investigación.

---

20 Vendido en la casa de Subastas Christies.

21 La fuente de estos datos es Artseconomics y Artnet (2014)

Esto nos revela otro indicio más del valor añadido que se le otorga a la obra de arte mediante componentes míticos a través de los metadatos y cómo esto se refleja de manera considerable en la información que se extrae del mercado de arte internacional y

Artista	Fecha nacimiento	Título del lote	Precio en euros	Lugar
Pablo Picasso	1881	Femme assise près d'une fenêtre	33.725.118	Londres
Joan Miró	1893	Femme rêvant de l'évasion	9.953.486	Londres
Juan Gris	1887	Guitare sur une table	6.873.315	Nueva York
Salvador Dalí	1904	La musique or l'orchestre rouge or les sept arts	5.908.123	Londres
Edoardo Chillida	1924	Buscando la Luz IV	4.753.616	Londres
Joaquín Sorolla y Bastida	1863	Buscando mariscos, Playa de Valencia	3.667.526	Nueva York
Oscar Domínguez	1906	Machine à coudre électro-sexuelle	2.491.445	Londres
Francisco de Goya	1746	St yerrus los tiras!	1.734.412	Londres
Barotomé Esteban Murillo	1618	Saint Joseph with the Christ Child	860.687	Londres
José de Ribera	1588	A philosopher holding a mirror	838.568	Londres
Julio González	1876	Tête couchée abstraite	817.265	Nueva York
Fernando Zóbel	1924	Hatteccorn	795.478	Hong Kong
Antoni Tàpies	1923	Gran ícs gratada sobre gris	769.335	Londres
Juan Muñoz	1953	Sculpture no. 1 (Louisiana original without small head)	491.866	Nueva York
Maria Blanchard	1881	Nature Morte Cubiste	425.901	Londres
Juan van der Hamen y León	1596	Bodegón con cesta de fruta y plato con cerezas	415.279	Madrid
Manolo Valdés	1942	Reina Mariana	365.321	Nueva York
Jaume Plensa	1955	Alegria I	337.263	Nueva York
Pedro Núñez de Villavicencio	1644	Argolla players	328.380	Londres
Baltasar Lobo	1910	Jeune fille assise de face	319.185	Nueva York

que se refleja en el último estudio de Arte y Mecenazgo.

Lista de las 20 obras más caras realizadas por artistas españoles subastadas internacionalmente en 2013<sup>22</sup>

<http://fundacionarteymecenazgo.org/programas/cuadernos-arte-y-mecenazgo/cuaderno-arte-y-mecenazgo-03/>

<sup>22</sup> Hemos subrayado en color amarillo las obras de esta lista que poseen metadatos míticos tras un primer y somero análisis de las mismas.

De este modo, y por citar unos pocos ejemplos de la anterior lista, podemos observar paralelismos en la obra de Goya “*¡Si Yerras los Tiras!*” con el mito de Diana cazadora, o en la escultura de Chillida “*Buscando la Luz IV*” con todas las representaciones totémicas de la antigüedad referentes al dios sol, como el dios Hathor, Horus y demás deidades egipcias que aglutinaban el culto al astro rey o también su equivalente en la mitología romana, Mitra; de igual manera se nos presenta otro relato mítico en el lienzo de Pedro Núñez de Villavicencio, “*Argolla Players*” como el mito griego de Hermes o como una reinterpretación de los soldados jugadores<sup>23</sup> que acompañan a multitud de representaciones de la crucifixión de Cristo.

Ciertamente este es un trabajo de investigación inserto en el mercado del arte, pero las conclusiones que de él emanan pretendo que sean conceptuales y no cuantitativas, de esta manera, el hecho de que veamos más o menos ceros en las cifras de venta de algunas obras, únicamente nos interesa aquí para medir cierta relevancia de esa obra de arte en base a la influencia de los conceptos que estamos manejando y extraer ideas tras haber hallado patrones en los mismos.

De estos patrones que hemos visto con anterioridad en las mayores transacciones de los principales canales de venta internacionales, se demuestra de manera fehaciente que el metadato mítico es un aporte de valor añadido a la obra de arte que lo contiene muy importante. Esto en cierta medida podría explicar el gran éxito constante de ventas de los artistas españoles más cotizados como Picasso y Miró, ya que en su producción se halla referencias constantes al mito, al origen de las cosas<sup>24</sup>, y esta esencia se conecta directamente a todos nosotros, al alma humana.

La utilización del metadato mítico y su poder de elevar exponencialmente la repercusión y venta de una obra, podría ayudar a superar los nuevos desafíos del mercado del arte español, debido a las deficiencias que hemos observado, ya que la proyección internacional se postula como una de las mayores problemáticas a que tendrá que enfrentarse en los próximos años, tanto en lo que respecta a adquirir visibilidad y presencia en el extranjero como a competir con los números internacionales. Esto a su vez, podría beneficiar a la segunda mayor problemática que

---

23 GIRARD, René.: *La violencia y lo sagrado*. Barcelona, 1983

24 CRUZ, Juan. *Sentido Antropológico del Mito*, Tesis Doctoral, UPN, 2007. pp.42.

podemos extraer de los datos del mercado del arte español<sup>25</sup>, ya que de manera mucho más pronunciada que en el extranjero, pocos artistas vivos españoles alcanzan precios significativos o, sencillamente, tienen un segundo mercado bastante alejado del primero.

Queda por estudiar en un futuro qué hay de consciente y de intencionado en la utilización del metadato mítico en las obras de arte más valoradas y de qué manera se podría cuantificar la elaboración en un futuro de dispositivos de lenguaje plástico que apelasen directamente al ser humano valiéndose de la universalidad del mito, teniendo en cuenta tras este estudio el enorme potencial del mismo, para con el valor subjetivo de toda pieza artística. Y es que cada vez más los profesionales e investigadores de distintas disciplinas tienen más claro la manera en la que los metadatos, bordeando los límites y los “intermezzos” hallados entre ellos, pueden ser incorporados, adaptados y traducidos en un pensamiento algorítmico<sup>26</sup> crítico, capaz de atrapar conocimiento, pero también de producirlo.

El uso de metadatos concretamente míticos en el arte nos abre múltiples cuestiones de índole filosófica o sociológica entre otras, pero lo que también nos brindan la indexación, las funciones booleanas<sup>27</sup>, las formulas estadísticas, y en definitiva la gestión de esos relatos míticos encerrados en los metadatos, es una potente herramienta con la que poder conocer y analizar mejor y más exhaustivamente una obra de arte, y elaborar a través de ellos, nuevos discursos críticos, pero también nuevas fórmulas de gestión, difusión y comercialización de la obra de arte.

---

25 MCANDREW, Claire. Op cit. p. 20

26 FLORES VIVAR, Jesús. *Los contornos de la vida algorítmica*, 26 Julio 2014. Visto online en <http://www.madrimasd.org/blogs/culturadered/los-contornos-de-la-vida-algoritmica/> el 26/10/15

27 LLORENS, Francesc. *Cultural Analytics y producción algorítmica de metateoría*, Visto online: [http://francescllorens.eu/site/?p=2497#\\_edn1](http://francescllorens.eu/site/?p=2497#_edn1) Consultado el 24/10/15