

EL MERCADO DEL COLECCIONISMO: LA MEMORABILIA

Agustín Tuduri Riera
Universidad a Distancia de Madrid. UDIMA
Ana Vico Belmonte
Universidad Rey Juan Carlos

RESUMEN:

El mercado de bienes artísticos y de colección presenta un amplio abanico de sectores, entre ellos el de la Memorabilia, un mercado en el que el atractivo de las piezas radica en lo memorable de su historia particular, quién lo poseyó o dónde y en qué momento estuvo presente. El coleccionismo de este tipo de bienes surge en Estados Unidos centrado en el ámbito del cine y el deporte, sin embargo poco a poco toma mayor relevancia la memorabilia histórica.

ABSTRACT:

The art market has a wide range of sectors, including the Memorabilia, a market in which the attractiveness of the pieces is as memorable for its particular history; who owned it or where and how remarkable historical moment was present. Collecting this type of property arises in the United States focused on the field of cinema and sports, but gradually becomes more relevant historical memorabilia.

PALABRAS CLAVE: *Coleccionismo, memorabilia, mercado del arte, historia.*

KEYWORDS: *Collecting, memorably, Art market, key, history.*

1.- INTRODUCCIÓN AL FENÓMENO COLECCIONISTA

El coleccionismo como tal ha existido desde que el hombre consideró un objeto valioso, de ahí que haya variado a lo largo de la Historia, pero siempre ha consistido en una actividad que reúne, selecciona y conserva piezas destacables por encima de su función primaria y de su original, para simplemente, poseer algo singular y eminente.

Actualmente una obra se colecciona por el valor artístico, por su función, por el valor emocional, por el valor económico que pueda reportar y el motivo principal: por el instinto de posesión, inherente en el hombre, ya sea por móviles idealistas o económicos.

En este artículo veremos cómo la memorabilia se ha revelado un tipo de coleccionismo muy particular, el cual no se valora por el material de la pieza o por

su antigüedad; sino que lo que realmente toma importancia es el valor icónico, histórico y sentimental de ellas.

El comportamiento que comprende al coleccionismo, podemos observar cómo el ser humano tiende a acaparar objetos que poseen un valor especial para sí mismo. Por ejemplo en la infancia, los niños coleccionan cromos, ciertos tipos de juguetes, estampas, chapas, canicas, etc. Posteriormente en la adolescencia, cambian los perfiles y los jóvenes recopilan fotografías de sus ídolos o música. Mientras que en la edad adulta, la cantidad de tipos de colección puede ser infinita, siempre al gusto de cada uno. En ocasiones sin que representen un gran valor económico, pero sí sentimental. Es así cómo sin darnos cuenta, comenzamos a formar una relación estrecha con los elementos que nos rodean, empezamos a amar nuestras cosas, e incluso a veces a apasionarnos con ellas. Es en estos casos donde podemos y estamos hablando de memorabilia.

En el término más estricto de la palabra, memorabilia es una palabra inglesa³⁸⁵ que proviene de la palabra latina “memorabilis” que significa “aquello que es digno de ser recordado”. Hay que acudir al diccionario inglés de Oxford que define memorabilia como: “Objetos que la gente colecciona porque una vez pertenecieron a algún famoso, o porque están conectados con algún sitio particular, un evento o con una actividad”.³⁸⁶

³⁸⁵ El diccionario de la Real Academia Española no recoge esta palabra, por eso utilizamos el anglicismo.

³⁸⁶ Memorabilia: “*Things that people collect because they once belonged to a famous person, or because they are*

Por tanto, podemos concluir que la memorabilia son los recuerdos, sentimientos, nostalgia, pasión, experiencias, en definitiva “*emociones*”, de objetos que alguna vez perteneció a alguna persona de relevancia, lugares particulares, eventos memorables o actividades, que relatan una historia, partiendo de experiencias personales.

La idea principal que abordaremos en este artículo es el análisis de la memorabilia dentro del circuito del mercado del arte y su evolución en él. Atendiendo en conjunto la historia de su coleccionismo con la capacidad económica que genera, ya que separarlo del campo económico implicaría desentenderse de su faceta coleccionista pues como fenómeno, sin su referencia económica, lleva practicándose desde los inicios de la humanidad.

Los inicios de este tipo de coleccionismo dentro del mercado del arte, tienen su origen en los recuerdos deportivos que solían ser coleccionados en Estados Unidos. A finales del siglo XIX, las empresas de tabaco utilizaron una astuta estrategia de marketing para potenciar sus ventas. En 1880, estas compañías fueron las primeras en captar el entusiasmo que despertaba el béisbol a nivel nacional y dirigir ese entusiasmo hacia un mercado de colección. A través de técnicas de publicidad y un sistema de producción en masa, insertaban como una especie de “cromos deportivos” que se podían encontrar en productos que iban desde el tabaco hasta el jabón.

Pero no fue hasta 1887 y 1890 cuando la compañía de Nueva York Goodwin and

connected with a particular interesting place, event or activity.” *Oxford Dictionary of English*, Oxford, 2010.

Co., produjo lo que hoy en día se considera la primera serie de cromos de béisbol. Se lanzaron cientos de cromos que incluían fotografías en tono sepia de los jugadores de béisbol. La locura por completar la serie de cromos fue tal, que se sabe de intercambios económicos para conseguir algún cromo en concreto para completar o aumentar la colección por parte de los coleccionistas.

Fue en 1930 cuando las compañías tabacaleras advirtieron la oportunidad de mercado que abría esta promoción, seriando cada cromo y cada tirada. De esta manera, lo que empezó como un juego para niños que venían en los paquetes de tabaco de sus padres, se convirtió en una demanda total por parte de los coleccionistas amantes del béisbol, que querían adquirir cromos con serigrafías más tempranas. Encontramos a propósito de ello una anécdota sobre el cromo más famoso y difícil de encontrar durante la época de los años 30 en Estados Unidos. El cromo de béisbol conocido como T206 de Honus Wagner, uno de los mejores jugadores de béisbol de la época, fue retirado inmediatamente ya que el jugador no aprobaba³⁸⁷ la promoción. Eso hizo que salieran al mercado muy pocos ejemplares de este cromo y que se convirtiera en un bienpreciado de poseer. En 1933 llegó a ser el cromo de béisbol vendido más caro de la historia con un precio de 50dólares.

A partir de entonces la memorabilia se delató no sólo como una actividad

coleccionista sino al mismo tiempo como una actividad con cierta rentabilidad. Buscando en sus objetos elementos memorables; momentos históricos o anecdóticos que haya sufrido la pieza para que su atractivo coleccionista sea mayor.

A través de este artículo se analizarán los campos donde la memorabilia se ha desarrollado más profusamente, centrándonos más concretamente en los tres pilares fundamentales: el cine, la música y el deporte. Aunque también se presentarán otros ámbitos donde la memorabilia juega un papel algo controvertido para el circuito del mercado del arte.

2.- LA MEMORABILIA A TRAVÉS DEL CINE

Como acabamos de mencionar, la memorabilia dentro de un contexto de mercado económico empezó con aquellos cromos de béisbol que los niños coleccionaban y que más tarde eran revendidos como piezas de colección a precios totalmente dispares a sus originales.

Este fenómeno no tardó mucho tiempo en extenderse a otros muchos más campos, viéndose muy acompañado por la extensión que ya alcanzaba el séptimo arte y las pasiones que levantaban, sus grandes protagonistas, las grandes estrellas del cine americano del momento, cuyo crecimiento y admiración fue en aumento.

En torno a esta idea sobre un coleccionismo de diferentes tipos de piezas que pertenecían a aquellas películas clásicas o que incluso simplemente llevaban actores comenzó a consolidarse, inicialmente casi como un mero pasatiempo y, posteriormente, como una

³⁸⁷ Honus Wagner consideraba una aberración que cromos deportivos destinados a niños fueran regalados por comprar tabaco. Se opuso porque creía que de esta manera se fomentaba el consumo del tabaco entre los más pequeños.

<http://www.cardboardconnection.com/card-t206-honus-wagner>

oportunidad rentable de inversión. Encontrando en esos actores, reconocidos a nivel mundial, la catapulta perfecta que consolidó el coleccionismo y mercado de memorabilia a través de objetos pertenecientes no sólo a grandes actores sino que también hubieran formado parte de películas míticas. Basando justamente el mercado en la búsqueda de piezas únicas e icónicas de una generación.

Desde los inicios y aun en la actualidad, el mayor exponente en este sector es Estados Unidos. Lo que tiene una explicación sencilla, ya que es el cine norteamericano es el que más éxitos y récords ha alcanzado durante el siglo XX. Nos situamos ante la industria de los grandes clásicos de la historia y de las grandes superproducciones de Hollywood y ello se transmite en el mercado en suculentos intereses sobre todo aquello que lo rememore.

A ello hay que añadir el enorme éxito de las superestrellas de Hollywood que convertían en oro todo lo que les rodeaba, y no iba a ser menos para el mercado de la memorabilia cineasta. Es más, actores de leyenda donde su vida fue truncada por reversos de la vida, como James Dean o Marilyn Monroe, hacen que piezas que les pertenecieron se disparen en los circuitos del mercado del coleccionismo.

Aun así la instauración y los primeros estadios de este coleccionismo no fueron tan sencillos. Y aunque que ahora el mercado de la memorabilia cineasta mueve millones de dólares cada año, la verdad es que los inicios fueron totalmente distintos.

2.1 Primeros años

Al inicio de la popularización del cine en occidente, es decir, en los primeros días de la memorabilia cineasta, lo que más se cotizaba eran los autógrafos de grandes ídolos de la gran pantalla o incluso, fotografías originales de rodajes o carteles de la propia película. Entonces nadie podía predecir el gran crecimiento con el que contaría este simple hobby que surgía casi como un fenómeno fan y que posteriormente, derivó en un gran negocio a escala mundial.

Pero nos situamos en un momento remoto del coleccionismo de la memorabilia, en el que, los coleccionistas aún dependían de las escasas publicaciones en revistas y de escasos catálogos de proveedores que ofrecían objetos relacionados con el cine a través de listas y ventas por correo. Acompañado de forma ocasional de eventos especiales, estructurados a través de subastas, donde se podían adquirir objetos relacionados con el séptimo arte. Estas subastas eran muy escasas y de escasa divulgación la mayoría de las veces, ya que la comunidad cinéfila estaba muy fragmentada. Por lo que coleccionistas y comerciantes de todo el mundo, no contaban con una comunicación eficaz y fiable. Les faltaba una vía de difusión recurrente que por aquel entonces todavía no existía.

Un factor que afectó directamente al precio de los objetos que entraban en este mercado y a la provisión de los mismos fue que los elementos utilizados en los rodajes, tales como trajes, accesorios, decorados, etc., no se creaban con vistas a ser puestos a venta con posterioridad, sino que reutilizaban de unos rodajes a otros. Simplemente se concebían para el

rodaje de películas, nunca para una posterior compra por parte de los coleccionistas. Con lo que o se volvían a utilizar en nuevas películas o eran almacenados a la espera de ello. Pero en otros casos, incluso eran abandonados en la basura, ya que al no estar diseñados para la entrada a un futuro mercado coleccionista, los grandes estudios de cine tardaron mucho tiempo en reconocer el valor de estos objetos que eran de su propiedad.

Incluso se conocen casos en los que eran los propios trabajadores de los estudios quienes en muchas ocasiones vendieron piezas que tomaban como recuerdo de la producción sin permiso de la productora, aunque a sabiendas de ello. Ejemplo de ello es la historia de Kent Warner³⁸⁸, que gracias a esta práctica consiguió amasar una gran colección privada de objetos del cine que posteriormente fue vendiendo a coleccionistas interesados en la memorabilia cineasta. Es más, se rumorea que Warner llegó a salvar la gabardina que lució Humphrey Bogart en Casablanca, ya que la productora dio la orden de quemarla una vez finalizado el rodaje.

2.2 La gran subasta de la MGM

Fue en 1970 cuando se produjo uno de los dos grandes hitos que cambiarían totalmente el mercado de la memorabilia del cine. Kirk Kerkorian compró el famoso estudio *Metro Goldwyn Mayer* (MGM) en el año 1969 y se nombró a James Thomas Aubrey como presidente de los estudios.

Económicamente los estudios MGM pasaban un mal momento y el presidente

decidió reducir costes, contratando menos empleados y disminuyendo la calidad de servicios y logística dados durante los rodajes. Fue entonces cuando se tomó la decisión de vender los cientos de miles de objetos que los estudios tenían en su haber y que formaban parte de la historia de los grandes clásicos del cine.

Esta nueva medida fue aprovechada por el gran empresario de las subastas americanas David Weisz, quien propuso a Kerkorian comprar un lote que posteriormente se subastaría, por valor de un millón y medio de dólares, así los estudios MGM rentabilizaba objetos que no daban uso y podía contar con liquidez para afrontar sus deudas.

La subasta tuvo lugar el domingo 1 de mayo de 1970 y con ella se abrió un nuevo mercado de objetos de colección relacionados con el cine de una manera abierta y alejada definitivamente de la citada clandestinidad. La oferta inicial de los lotes se abría en la subasta con unos precios de salida muy bajos, mucho más de lo que los coleccionistas estaban acostumbrados a pagar hasta entonces, por piezas similares o incluso peores.

Incluso el catálogo de esa subasta se ha convertido en la actualidad objeto de deseo. Y es que en ellas se subastaron más de trescientos cincuenta mil trajes. El volumen del material de vestuario era ingente, por lo que Weisz solicitó su ayuda a Kent Warner, para catalogar y preparar la subasta, entre los que se encontraban varios pares de las famosas zapatillas de color rubí de la película “El Mago de Oz”. De los cuales, un par de ellos se convirtieron en una de los remates estrella de la subasta, llegándose a vender por la cantidad de quince mil

³⁸⁸ Importante diseñador de vestuario en Hollywood durante la década de los sesenta

dólares, lo que suscitó que fuera noticia nacional

De entre las piezas subastadas, cabe destacar la Máquina del tiempo de la película “La máquina del tiempo” de 1960, que fue vendida por diez mil dólares por un empresario que utilizó la pieza para mostrarla a lo largo de Estados Unidos a través de ferias ambulantes. Posteriormente se perdió la pista de esta preciada pieza hasta que en 1979 fue hallada en una tienda de segunda mano y adjudicada a un coleccionista de la memorabilia cineasta anónimo.

El éxito de la subasta fue rotundo y David Weisz multiplicó por ocho el precio pagado a Kerkorian. Con lo que la venta supuso un punto de inflexión en el mercado de la memorabilia cineasta, pues a merced del éxito acaecido, le siguieron muchas otras, que aunque no presentaron el mismo nivel de precios y calidad de oferta, consolidaron la existencia de una demanda dentro de los mercados de bienes artísticos y colección internacionales. Otro dato interesante que trascendió de la venta fue que la actriz Debbie Reynolds, fue quien más obras adquirió desembolsando en torno a ciento ochenta mil dólares, suponiendo esta venta el germen de la mayor colección de bienes de memorabilia cinéfila más relevante de la historia como veremos en páginas siguientes.

2.3 El auge de la memorabilia cineasta

Tras los éxitos acaecidos, no pasó mucho tiempo hasta que otros estudios de cine como *Paramount Pictures* también decidieron vender por subasta los objetos y accesorios que poseían, aumentando así la oferta de piezas en el mercado de la

memorabilia norteamericano para alegría de los coleccionistas.

Pero no todos los objetos que comprende la memorabilia del cine proceden exclusivamente de los rodajes. Los grandes premios se incorporaron tras el gran interés mostrado por los coleccionistas y galardones como los célebres “Oscar” de la Academia de Cine Americana, se convirtieron en el mayor de los tesoros. El gran referente que encontramos a este respecto es la gran expectación generada por la historia sufrida por la estatuilla otorgada a Orson Welles por el mejor guion original en la película “Ciudadano Kane”. El galardón fue entregado el 26 de febrero de 1942 en el Hotel Biltmore y tras ello permaneció en paradero desconocido durante años, de hecho la Academia decidió realizar una copia para la hija de Welles, Beatrice Welles, única heredera. Sin embargo, en 1994 el cineasta Gary Graver hizo pública su posesión al ponerla a venta, por lo que fue demandado por la hija del gran director que dudaba de su autenticidad³⁸⁹. Finalmente la venta del premio se materializó en una subasta en la que alcanzó la increíble cifra de 861.542 de dólares. Un valor que no corresponde al valor del metal, ni al de otros galardones similares ofertados en otras subastas.

³⁸⁹ El juicio demostró que la estatuilla era genuina, tras comprobarse que su composición coincidía con la real, es decir: 92,5% en estaño y un 7,5% en cobre bañado en oro. En las placas de mármol belga de la base se puede leer: “Academia de las Artes y las Ciencias Primer Premio 1941” y en otra: “Primer Premio de la Academia a Orson Welles / Por Redacción / guion original de ‘Ciudadano Kane’”. El premio pesa 7 libras, 5 onzas. Algunos rasguños se pueden encontrar en la estatuilla, sobre todo a la zona de las piernas de la figura. Incluso el fieltro de la base coincidía presentando mínimos desgastes, que hicieron a los expertos coincidir en su autenticidad.

Sobre el incremento de su remate final, no cabe duda que repercutió lo carismático del galardonado, la eminencia de la película y guión en particular, así como también lo anecdótico de la historia que sobre él se tejió, con el añadido que es la única estatuilla que ganó el legendario director, lo que lo convierte en una pieza magnánima.

Como vemos los detalles, las anécdotas, la historicidad, y el éxito que rodean a la pieza o su propietario inicial influyen en ese precio final. Los coleccionistas desean poseer piezas únicas que sean parte de la historia del cine y, ante ello, pagan altísimas cifras por piezas que analizadas formalmente, no valdrían ni una milésima parte del precio final pagado.

Son muchas las subastas que han sucedido a esa célebre de 1970, subastas que han explorado el horizonte de las posibilidades de este mercado y de la inquietud coleccionista por hacerse con un preciado tesoro de sus películas favoritas. Así por ejemplo, en el año 2008 se subastó una miniatura usada durante el rodaje de unas de las naves espaciales de la película de “Star Wars Episodio IV Una nueva esperanza” de 1977 por el precio de 402.500\$. La saga de Star Wars se ha convertido en un icono del cine, con gran cantidad de seguidores. Otro caso lo encontramos en la venta del poster original de la película Metropolis que en el año 2005 se remató en 690.000 dólares.³⁹⁰ E incluso en subastas o-line encontramos relevantes ventas como la del disfraz del personaje del león cobarde de la película El mago de Oz. El traje, que fue realizado con piel de león

auténtico y que fue cosido posteriormente para formar el conjunto del vestuario, fue vendido por 805,000\$ en 2006.

Estos ejemplos son una pequeña muestra de cómo poco a poco este mercado se ha ido consolidando. Los objetos de recuerdo de películas es un género de colección que ha crecido en popularidad en la última década. Durante este período, se estima que se han producido ventas de objetos que han llegado a generar alrededor de cincuenta millones de dólares por año.

2.4 Debbie Reynolds. La gran subastadora

Otro hito de este mercado que marcó un antes y un después en la historia de la memorabilia del cine es la subasta que se realizó en 2011 de seiscientas piezas de las más de cinco mil que tiene Debbie Reynolds en su haber. La actriz, decidió sacar a subasta parte de su gran tesoro que ha ido recopilando durante décadas sobre vestidos y elementos del cine de todos los tiempos, en lo que muchos han calificado como la mejor colección reunida jamás.

La subasta fue realizada por la casa de subastas Profiles in History, que estimaba la venta total de la subasta entre 2,8 y 4 millones de dólares. Pero los pronósticos fallaron en más de veinte millones de dólares, pues se rondaron los veintiséis millones de precio final total. Un hecho que desató la locura en Beverly Hills, lugar donde se celebró la subasta. Y es que entre los lotes se encontraban piezas tan míticas como el tocado que lució Elizabeth Taylor en “Cleopatra”, el famoso sombrero de Charlie Chaplin o el vestido que llevaba puesto Audrey

³⁹⁰ Solo hay cuatro posters originales que se conservan de esta película y uno de ellos se encuentra expuesto en el MOMA.

Hepburn en *Mi bella dama* que fue rematado en dos millones y medio de dólares. Pero sin duda la gran estrella del evento fue la subasta del vestido blanco que lució Marilyn Monroe en “*La tentación vive arriba*” que superó los tres millones doscientos mil dólares millones de dólares.

De esta manera Debbie Reynolds se despidió de la mayor colección de cine de Hollywood que jamás nadie hubiera reunido, pues según citaba a los medios antes de la venta la actriz, no encontraba otro modo de repartir la responsabilidad que sentía de conservar y atender los objetos, que parecía que nadie más quería hacer. Así, continuaba la actriz hacer. Así cada uno disfrutaría y cuidaría su compra.

3.- LA MÚSICA Y LA MEMORABILIA

Otro sector primordial dentro de la memorabilia es la música. La memorabilia musical y la del cine están muy unidas en realidad ya que muchos de los famosos del último siglo han cosechado éxitos en ambos campos y sus carreras cinematográficas y musicales, se han visto fusionadas. El mercado de la memorabilia musical no presenta una demanda tan alta como el cine ni alcanza sus rentabilidades, pero es uno de los pilares a tener en cuenta en este sector del coleccionismo, debido a su difusión a nivel mundial.

Así como en el cine eran los elementos propios de los rodajes lo que los coleccionistas más buscaban, en la música serán elementos propios de conciertos o giras, como instrumentos o vestuarios, así como imágenes fotografiadas por los grandes ídolos y el gran merchandising que se genera alrededor de estos grupos,

donde por supuesto, cuanto más exclusivo más valor podrá alcanzar en el mercado.

3.1 El Rey del Rock

Sin lugar a dudas, si hablamos de memorabilia musical no podemos pasar por alto la figura de Elvis Presley. Cualquier objeto que certifique haber sido de su posesión genera un alta demanda. De hecho, incluso el gran merchandising que se generó entorno a él como sellos, tazas, vestidos, etc. Y por ejemplo un permiso para portar armas de fuego donde figuraba su fotografía, su huella digital y su propia firma se vendió por 2.800 dólares. Se trata de un mercado que a día de hoy sigue prosperando, pero incluso elementos fabricados posterior a su muerte, en 1977, como reediciones de vinilos o copias de sus trajes, siguen cotizándose a precios muy altos.

Actualmente, es difícil adquirir productos que hayan sido de su propiedad o que él mismo usase en los escenarios, casi nunca salen a la venta en ninguna casa de subastas. Hace unos años se vendieron trajes que usó en Las Vegas, algunas tarjetas de crédito, gafas de sol que usó y ciertos objetos más, pero no es lo normal poder encontrar estos objetos en subastas fiables. En esa subasta un par de gafas de sol llegaron a la cifra de 26.450\$. Los coleccionistas están dispuestos a pagar lo que sea por hacerse con objetos de quien fue probablemente la estrella más mediática de la música de todos los tiempos. Un mechón de pelo suyo fue vendido en 2002 por 115.212\$.

Pero sin lugar a duda la venta más cara realizada fue el Rolls-Royce de Elvis de 1963 y vendido por 182,385\$. Este modelo era el que utilizaba la reina Isabel

II de Inglaterra y el gobernador de Hong Kong entre otros exclusivos personajes. Solo se hicieron 516 coches en todo el mundo como éste y no se sabe cuántos quedan hoy en día.

Como hemos podido observar, los coleccionistas fans de Elvis están dispuestos a pagar cantidades exageradas por conseguir algo único de quien fue y será posiblemente el mayor icono musical de todos los tiempos.

3.2 Los artistas “malditos”

Por macabro que pueda parecer las anécdotas y las “maldiciones” también son un factor que incrementa el interés de los coleccionistas. Y de hecho, suelen ser muy aclamadas las pertenencias de cantantes o bandas musicales que por reveses del destino, por una posible depresión permanente o el uso incontrolado de drogas cuya leyenda ha crecido después de su muerte.

Ejemplo de ello es el caso de grupos como Nirvana, The Doors, Amy Winehouse o Joy Division. De hecho, Kurt Cobain, cantante y líder del grupo Nirvana es uno de los personajes favoritos para los coleccionistas. Considerado como el artífice del movimiento musical Grunge, han sido sus actos de rebeldía lo que han marcado y dinamitado el mercado de memorabilia que gira en torno a él.

Así por ejemplo, una carta que mandó Kurt Cobain a la compañía musical MTV expresando su enfado y rechazo hacia ellos, fue subastada en 2010 por la casa de subastas Julie’s por 12.800\$. Para explicar este hecho hay que entender el contexto histórico en que fue mandada esa carta, en ser quizás el primer artista en rechazar a esta potente compañía musical y en sus

ideales que le llevarían a la autodestrucción. Estas características son las que realmente el coleccionista entiende y por eso quiere tener esa epístola en su haber, ya que en la historia de la música es un hecho que será recordado. El objeto de memorabilia de Nirvana más caro fue la guitarra Mark IV Gospel que utilizó durante la gira de su CD más famoso, y que todavía se encuentra en su estuche original, fue subastado en 1994 por 75.000\$, posteriormente la casa Christie’s la subastó en 2004 por 117.500\$ y en 2006 volvió a ser vendida por 131.000\$. Como se puede observar, las ventas siempre han ido en aumento. Por tanto, son objetos que con el paso del tiempo, y las leyendas que le rodean, dan a pensar que siempre se revalorizarán pase lo que pase.

Jim Morrison, cantante del famoso grupo The Doors, es también es un buen reclamo para el mercado del arte y los coleccionistas que buscan rentabilidad. Así pues, la casa Christie’s subastó en 2012 una fotografía del cantante que esperaban conseguir entre 4.000 y 6.000\$ dólares y al final fue vendido por 10.000\$. Una fotografía que corresponde a una ficha policial en blanco y negro realizada el 20 de septiembre de 1970.

3.3 “The 4 Fabs”

Pero sin duda alguna, si tenemos que hablar de memorabilia musical no podemos pasar por alto a quien está copando y ha copado todos los precios de este sector en el mercado del arte. Nos referimos a la famosa banda de Liverpool The Beatles.

Durante las últimas 3 décadas, el comercio de objetos de memorabilia de esta banda se ha convertido en una

industria potente en todo el mundo, creando un despertar en los coleccionistas que va mucho más allá del valor intrínseco de las reliquias, de quien por muchos críticos musicales, es considerada la mejor banda de música de la historia. No sólo hay un mercado para las letras de canciones, portadas de discos firmados o coches de sus integrantes; hay un mercado para cualquier tipo de objeto que tenga que ver con ellos, desde nóminas, resguardos de institutos y hasta un diente.

Los precios de la memorabilia de The Beatles continúan subiendo. Hace quince años, se subastó una guitarra acústica barata que era de propiedad de John Lennon por unas 155,500£. Hace menos de un año la misma guitarra se subastó por 626,000£. Y lo más curioso es que aunque haya sido una banda europea, eso sí, reconocida a nivel mundial, el comprador fue un japonés anónimo. Es más, se cree que una gran cantidad de objetos que salen a subasta que pertenecieron a The Beatles terminan en Japón, donde se calcula que hay cerca de 75.000 coleccionistas de la banda.

Y es que todo lo que rodea a la banda es coleccionable. En 2003 se subastaron por 43,474£ tres nóminas de trabajo del grupo de uno de sus primeros conciertos. Se trata de trozos de papel en mal estado de un viejo libro de cuentas donde se muestra que los músicos solo ganaban 15 libras a la semana. En 1986 la casa Sotheby's vendió un Rolls-Royce de John Lennon que estaba pintado en sintonía con el movimiento Hippie por más de 1,4 millones de libras.

Las erratas también son muy apreciadas por los coleccionistas ya que son objetos únicos que suelen tender a retirarse del

mercado para su corrección. Así, en 1962, más de 250 singles de su primer disco Love Me Do fueron puestos en la calle con la errata en uno de los nombres de los integrantes "McCartney". Rápidamente fue subsanado el error, pero el año pasado se subastó uno de estos singles que pertenecía a la biblioteca de Radio Luxemburgo por 13.500£, todo un record para un vinilo de una sola canción.

Las letras a mano de las canciones convertidas en himnos son también muy buscadas por los coleccionistas. En 1999 la letra escrita del puño de John Lennon de la canción I am the walrus se vendió alrededor de 80.000£. En 2010 se llegó al máximo record jamás logrado por una letra escrita a mano que se vendió por 421.250£ perteneciente a la canción Give Peace a Chance.

Cabe mencionar que no solo la faceta musical se valora en estos casos. En junio de 2014 la casa Sotheby's subastó la colección privada de dibujos y manuscritos de John Lennon que él mismo había diseñado por más de 1,8 millones de dólares, el doble de lo que la casa de subastas esperaba recaudar. No hay que olvidar la pieza más curiosa que se ha subastado en referencia al grupo, que se trata de del primer molar podrido que perteneció a John Lennon. El comprador fue un dentista canadiense, Michael Zuk, que pagó en 2011 19.500£ por él. Lennon había dado el diente a su ama de llaves para que se lo regalara a su hija que era una gran fan del grupo. Hoy en día se encuentra en una vitrina de la clínica dental de Zuk.

Por tanto, podemos concluir que son miles los objetos que rodearon a los 4 de Liverpool y que a día de hoy siguen teniendo una gran demanda dentro del

mercado del arte. Al ser considerado como la mejor banda de la historia, no es atrevido decir que sus objetos siempre se revalorizarán y seguirán copando el mercado de la memorabilia musical a nivel mundial.

En definitiva, hemos podido observar como la memorabilia musical es una gran fuente de ingresos para el mercado coleccionista y como cada vez los objetos asociados a las grandes figuras musicales de la historia aumentan su valor y seguirán aumentando en un futuro. Parece que estos objetos nunca tendrán techo aunque eso dependerá siempre de lo que los coleccionistas de memorabilia musical estén dispuestos a pagar por hacerse con parte del legado del último siglo.

4.- EL GRAN COLECCIONISMO DE LA MEMORABILIA DEPORTIVA

Anteriormente hemos comentado cómo a través de la memorabilia deportiva se afianzó este tipo de coleccionismo y se integraba dentro de un mercado económico. Durante los últimos 10 años este tipo de coleccionismo ha cambiado significativamente. El coleccionista amateur, que busca una fotografía firmada de sus ídolos o algún objeto especial de las celebridades, debe competir contra grandes empresas que se han posicionado dentro de un mercado que cada vez está más en alza. Estas empresas compran y venden artículos deportivos para obtener una rentabilidad; son coleccionistas inversores que actualmente están copando el mercado y desbancando al coleccionista amateur tradicional.

El coleccionista adquiere nuevas y singulares piezas en los grandes eventos deportivos como campeonatos del mundo de fútbol, la Superbowl, los playoffs de la NBA o los juegos olímpicos. Estos eventos siguen funcionando como si fueran ferias de la memorabilia deportiva que permiten la opción de conseguir objetos nuevos de las celebridades del momento o de anteriores. Existen una gran variedad de artículos en referencia a la memorabilia deportiva. No solo son las clásicas pelotas de béisbol firmadas por los jugadores, sino que podemos encontrar camisetas de jugadores autografiadas, jerséis o sudaderas de entrenamiento, botas de fútbol de algún partido que tuviera importancia histórica para el deporte o incluso partes del terreno de juego de algún deporte como el Hockey sobre césped o el Fútbol. La mayoría de estos objetos son limitados pues se cotizan más las piezas firmadas por grandes estrellas o que se sepa con seguridad que lo usó en alguna ocasión especial. Al haber poca oferta y mucha demanda, pueden llegar a alcanzarse precios de venta muy altos. Por ello es importante destacar que en el último año la memorabilia deportiva generó alrededor de cinco mil millones de dólares en el mercado mundial, un quinto de los corresponde exclusivamente al mercado estadounidense, donde existe un gran seguimiento por los objetos de memorabilia deportiva.

4.1 El gran negocio del béisbol

No volvemos a recordar que el béisbol fue el origen de este tipo de coleccionismo. De hecho, un gran número de objetos insertos dentro de esta categoría proceden de la década de los cincuenta cuando se hizo muy popular,

que los coleccionistas esperasen en las entradas del campo de béisbol para que los jugadores firmaran sus cromos, pelotas de béisbol o cualquier tipo de equipamiento deportivo relacionado. Con el autógrafo, el objeto se revalorizaba inmediatamente dando lugar a este negocio.

Actualmente, la MLB³⁹¹ es el segundo deporte dentro de Estados Unidos que más objetos de memorabilia deportiva vende, copando el 26% del mercado, sólo desbancado por el Fútbol Americano que ocupa un 34% de número total de ventas. Los artículos más vendidos son aquéllos menos relacionados con el béisbol, como camisetas autografiadas, que representan el 24%, fotografías, que suponen el 23% del volumen de ventas y a partir de ahí en menor volumen cascos o pelotas firmados (8%), bates (5%), etc.³⁹²

Como en casos anteriores, también en este campo encontramos un aliciente para el incremento de demanda en las anécdotas deportivas hacen que el precio de la pieza aumente como en el caso del jersey que Don Larsen utilizó durante un partido en 1956 única vez dentro de una serie mundial de béisbol, donde el citado lanzador, logró hacer un partido entero sin que ninguno de sus bateadores rivales pudiera darle ni una sola vez a la pelota. Este hecho justifica el precio alcanzado de 756.000 dólares.

Deteniéndonos en el cromo de béisbol mentado anteriormente, el cromo T206 de Honus Wagner, del que se sabe que existen 57 ejemplares en el mundo. Destacamos que en 1930 tenía un precio

³⁹¹ *Major League Baseball* es la liga profesional de Béisbol en EE. UU.

³⁹² Fuente de estudio de 2012 realizado por SportsMemorabilia.com

de cincuenta dólares, pero en 1991 el jugador de Hockey Wayne Gretzky desembolsó 451,000 dólares por él. En 1996 se ofertó de nuevo por 640,00\$ y en el año 2000 por 1,26 millones de dólares. De nuevo en 2007 salió a venta alcanzando los 35 millones de dólares para finalmente en 2008 lograr su precio record de 2,8 millones de dólares. Esta evolución permite presentar una revalorización de un 521%³⁹³, desde luego un dato extraordinario y que sólo puede ser justificado por su alta demanda entre un coleccionismo muy selecto en cuanto poder adquisitivo.

A pesar de todo la pieza más cara de la historia de la memorabilia del deporte mundial fue el jersey que llevaba Babe Ruth cuando se incorporó al equipo de los Yankees alrededor de 1920. Una prenda que batió en la subasta realizada en 2013 por la casa Leland, cualquier record esperado, al alcanzar la fortuna de 4.415,658 dólares.

4.2 La NBA y sus ídolos

En cuanto al baloncesto, restringimos su memorabilia principalmente a Estados Unidos, pues es donde mayor pasión levantan y más piezas se ofertan, ante el gran reconocimiento alcanzado por su liga profesional; NBA³⁹⁴ En este país, el baloncesto es el tercer deporte más importante dentro del sector de la memorabilia deportiva, representando un 10% en el número total de ventas. En

³⁹³ Una revalorización extraordinaria, aun cuando el cromo estaba poco descolorido y tenía una forma extraña, lo que llevó a los historiadores a creer que de alguna manera había sido alterado o mal impreso, pero se confirmó posteriormente su autenticidad.

³⁹⁴ National Basketball Association es la liga profesional de baloncesto de EE. UU.

este deporte la revalorización es menor al no tratarse de un sector tan pasional y sólo en los casos de grandes encontramos objetos que realmente generen expectación entre los coleccionistas.

Igual que en otros sectores encontramos rarezas como los objetos relacionados con el equipo de los Boston Celtics entre 1957 y 1969, que ganó 11 veces el campeonato en 12 años. Su máxima estrella, Bill Russell, no solía autografiar ningún objeto y en torno a él encontramos una motivación de compra basada la rareza de la pieza que ha originado algún capítulo de estafas y falsificaciones. Sólo en 2011 se subastó una camiseta suya autografiada de su última temporada con los Celtics, por 112,000\$. Desde luego precios más bajos que los que se pagaban por las leyendas del béisbol.

Sin duda, el máximo exponente de la memorabilia del baloncesto lo encontramos en Michael Jordan, considerado por muchos críticos deportivos como el mejor jugador de baloncesto de todos los tiempos. Su figura ha supuesto el principal motor de la memorabilia del baloncesto en Estados Unidos e incluso a nivel mundial. En 2008 se subastó una camiseta de Jordan perteneciente a sus días universitarios y cuando jugaba en el equipo de la universidad de Carolina del Norte. Un hallazgo casual de uno de sus preparadores del equipo universitario y que alcanzó los 114,000\$. Aun así el récord está en la venta de la cancha de baloncesto de los Delta Center donde Jordan consiguió su último campeonato y que fue comprada por un millón de

dólares en 1999 por la compañía Upper Deck³⁹⁵.

A pesar de su menor cotización, encontramos en el segundo puesto del ráking de precios de este sector los documentos originales de las reglas del baloncesto escritas en 1891 por James Naismith, director de deportes de la Universidad de Kansas. Conocido como el acta de nacimiento del baloncesto, se subastó por 4,338 millones de dólares, muy cerca del ya mencionado jersey de Babe Ruth.

4.3 El deporte “Rey” europeo

El fútbol es sin lugar a dudas el deporte rey en países de Europa y Sudamérica. Aun así la memorabilia que gira en torno suyo no alcanza unas grandes expectativas de mercado, comparables con lo expuesto en Estados Unidos.

Existe un mercado a escala menor de diferentes artículos como botas de grandes jugadores, balones de partidos importantes firmados por varios jugadores, camisetas o sudaderas utilizadas por los deportistas durante un partido en concreto. Es un mercado con bajos precios que permite el acceso a coleccionistas amateurs y con menos capacidad económica.

No obstante encontramos algunos hitos en el mercado como la venta de una colección completa de entradas de todos

³⁹⁵ Pero la leyenda de este deportista es tan grande que incluso elementos con poca relación con el deporte, pero sí con su persona han alcanzado importantes remates. Es el caso en 2013 de su anuario de instituto de 1981 vendido por 3,750 dólares. O incluso la subasta de una salsa que vendía un restaurante de comida rápida en 1992 para aderezar una hamburguesa llamada McJordan en honor al jugador por la que se pagaron diez mil dólares en el año 2012.

los partidos del mundial de 1950 disputado en Brasil y que fueron vendidas por 10,000 dólares. El valor de esta colección reside precisamente en que se trata de una colección completa de un evento deportivo cuyo valor se fue mayor que si se hubieran vendido las entradas por separado. Otro caso es la camiseta autografiada que lució la leyenda del fútbol Pelé durante su estancia en el equipo de Cosmos de Nueva York subastada por 4.925 dólares. Aunque la pieza más cara, igual que ocurrió en baloncesto, fue el libro de reglas originales de Fútbol que fue escrito en 1858 a mano y que se cree que es la única copia que queda en el mundo, vendida por la casa Sotheby's por 1,4 millones de dólares.

Concluimos detallando que la memorabilia deportiva es el sector de mercado que más beneficios genera y que gran parte de ellos es debido al gran peso que tiene Estados Unidos en este campo, lo que reduce geográficamente su extensión a ese país casi exclusivamente.

5.- LA CONTROVERSIA DEL COLECCIONISMO NAZI

Hasta el momento nos hemos centrado en lo que previamente habíamos descrito como los tres grandes pilares de la memorabilia dentro del mercado del arte, los tres campos que generan más beneficios y que reúnen a un mayor número de coleccionistas. Pero estos tres ámbitos no son los únicos que tienen importancia dentro de este campo coleccionista. La memorabilia se puede aplicar a cualquier ámbito y sus posibilidades son infinitas, la cuestión es

que debe tener cierto mercado para generar los suficientes coleccionistas.

Paralelo a él encontramos otro sector que debe ser tratado con delicadeza por las sensibilidades que genera y es el referido a una época histórica y política concreta; el Nazismo. Un mercado que genera controversia y polémica pero que genera relevantes resultados económicos a sus propietarios.

Su entorno llega a ser en ocasiones polémico y de hecho en 2013 fue suspendida en Francia una subasta que tenía que ver con objetos nazis³⁹⁶. De hecho hay países como Austria o Hungría en los que es ilegal vender este tipo de piezas. En Alemania está permitido comprar y vender objetos de época nazi siempre que cualquier símbolo que haga referencia al nazismo esté borrado o debidamente tapado, ya que está penado por la ley el uso público de estos símbolos. Es más, según se recoge en el código penal alemán, está totalmente prohibido importar o fabricar objetos con símbolos nazis al descubierto. Por el contrario, encontramos otros países que este mercado es totalmente legal y que los símbolos nazis no tienen por qué ser tapados. Estos países son Italia, Estados Unidos e Inglaterra.

A nivel mundial encontramos un importante mercado de objetos militares denominada como *Militaria*, basado en medallas históricas, uniformes, armas o libros que se pueden encontrar en pequeños mercados, Internet o las denominadas subastas militares con un

³⁹⁶ En Francia la ley prohíbe la compra-venta de estos artículos.

<http://www.dw.de/the-right-approach-to-nazi-memorabilia/a-17573542>

espacio destacado para la oferta de piezas de esta época. Casi todos sus objetos provienen de Polonia y el paso del nazismo en ese país.

En el perfil de los coleccionistas no dominan en ningún caso los coleccionistas extremistas o radicales, con afiliación al movimiento nazi. Sino amantes de la Historia e interesados en este importante y controvertido periodo en particular³⁹⁷.

En una casa de subastas británica en 2012 se subastó una bandeja de plata presentada a Adolf Hitler por su 50 aniversario. En ella se puede ver el águila con las alas plegadas flanqueada por las iniciales AH. La estimación de la subasta era de entre 600 y 800£ pero al final se llegó a vender la pieza por 28.000£. El veto que se ejerce en tantos países a este tipo de piezas, aumenta el interés coleccionista, con suntuosas ofertas por hacerse con este tipo de objetos. Incluso con elementos que no han llegado a demostrar su autenticidad como una sábana subastada también en Inglaterra en noviembre de 2012, que nunca se ha llegado a autenticar que perteneció a Hitler por 2000£. En 2010 se vendió un bastón de Hitler a un coleccionista de Nueva York por 7000£. Incluso hay encargos de coleccionistas privados que mandan a ladrones hacerse con piezas como sucedió en 2009 cuando se robó la placa de metal que había sobre la entrada del campo de concentración de

Auschwitz, con las palabras *Arbeit macht frei*.³⁹⁸

Sin duda es un aspecto muy polémico y sensible dentro de mercado, que para muchos puede herir la sensibilidad de los que sufrieron el horror del Holocausto, pero que para otros son simplemente unos objetos históricos más, que deben ser tratados como tal.

Las motivaciones coleccionistas de memorabilia nazi son y serán muy dispares, unos porque siguen sintiendo afinidad al nazismo, otros porque al poseer una pieza de esta época es como si se estuvieran burlando de todo el movimiento nazi y otros por simple inversión esperando a que el objeto se revalorice. Lo que sí es seguro es que este mercado existe, aunque esté prohibido en algunos países de Europa, y mientras haya coleccionistas hagan ofertas por la adquisición de estas piezas, el mercado seguirá aumentando y floreciendo de manera legal o clandestina, tal como ha estado ocurriendo en estos últimos años.

6.- IMPACTO DE LA MEMORABILIA DENTRO DEL MERCADO DEL ARTE

La memorabilia dentro del mercado del arte ha tenido un registro económico más que sobresaliente en estos últimos 30 años. Si observamos el Gráfico 1, vemos cómo en 2012 el sector recaudó más de 16 millones de dólares sólo en subastas. Por ello ocupa la cuarta posición en cuanto a volumen de negocio y la segunda en el mayor número de bienes subastados.

En la siguiente tabla mostramos el volumen de ventas en 2013 dentro del

³⁹⁷ Los políticos alemanes han estado debatiendo la manera adecuada de cómo abordar estas posesiones de objetos nazis durante décadas. Pero a pesar de todo, en Alemania la memorabilia nazi sigue siendo legal siempre y cuando se cumplan ciertos requisitos comentados anteriormente.

³⁹⁸ En alemán: “*El trabajo te hace libre*”.

Mercado de bienes artísticos y de colección, debiendo mencionar que en la actualidad los ingresos recaudados el año pasado en el sector de la Memorabilia superaron los 20 millones de dólares, lo que nos confirma que es un mercado en crecimiento y potencial, más si cabe si lo comparamos con las cifras de 1982 donde sólo llegaban a recaudarse 200.000 dólares.

Tabla 1. VOLUMEN DEL MERCADO

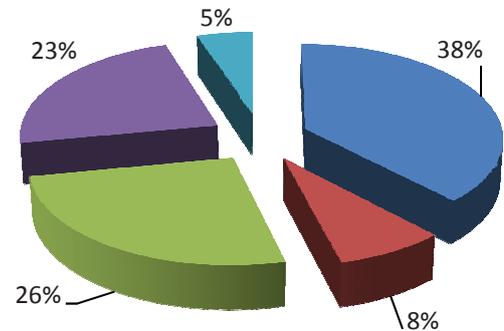
Fuente: TEFAF, 2013.

Tipo de Bien	Bienes subastados	Resultados acumulados	Porcentaje resultado	Volumen de negocio
Escultura	428	77.283.941	10,78%	6,02%
Pintura	4.655	616.153.473	85,95%	65,52 %
Imágenes (Fotografía y Memorabilia)	714	16.540.154	2,31%	10,05 %
Muebles	986	5.253.261	0,73%	13,88 %
Instalaciones y Videos de Arte	8	172.450	0,02%	0,11%
Libros y Manuscritos	32	477.100	0,07%	0,45%
Vino y Champagne	267	816.598	0,11%	3,76%
Joyería	15	138.400	0,02%	0,21%

Gráfico 1. PROCEDENCIA ON LINE DE LOS OBJETOS DE MEMORABILIA

6.1 Internet. El canal revolucionario de distribución

Sin lugar a duda, en estos últimos años el canal de distribución que ha hecho que la memorabilia se dispare en cuanto a número de ventas ha sido Internet. Desde portales como eBay, hasta las casas de subastas más prestigiosas han habilitado la opción de poder pujar por los lotes de objetos de memorabilia en subastas cibernéticas que han hecho que puedan acceder coleccionistas de todo el mundo a la compra de estas piezas. También las galerías de arte online han tenido un gran auge en estos últimos años, así como subastas específicas a través de Internet o ventas directas. En el Gráfico 2 podemos observar cómo se reparten la venta online de piezas de arte en este sector.



- Galerías on-line
- Subastas exclusivamente on-line
- Subastas con opción on-line
- Empresas con galería on-line
- Otras fuentes

Fuente: Tefaf, 2013

Desde el inicio de su uso, el coleccionismo vi en la gran plataforma de internet una nueva vía de comunicación y apoyo donde grupos como Usenet, compartían noticias, ofertas e incluso ventas de bienes de memorabilia.

Pero realmente el gran cambio fue en 1997 con la consolidación del portal de subastas eBay, que se convirtió rápidamente en el mercado alternativo que ponía a todos los compradores en sintonía y que fue creciendo cada año a una velocidad vertiginosa. Debido a esta gran revolución en el mundo de las subastas en general, y en el de la memorabilia en particular; muchos profesionales percivieron la oportunidad de llegar, a través de Internet, a un público mucho más amplio a nivel mundial, cerrando sus establecimientos físicos en favor de la apertura de otros virtuales para enfocar todo su negocio en los sitios web y el futuro del mercado online.

La apertura de los mercados virtuales generó unos precios muy dispares. En realidad el valor de un objeto de memorabilia es el que el comprador, o en este caso coleccionista, esté dispuesto a pagar por él. Los coleccionistas se quejaron de la falta de regulación que se estaba produciendo en Internet y con el paso del tiempo fue uno de los grandes retos que las empresas centradas en este canal de distribución han ido subsanando. A día de hoy, los precios suelen estar establecidos salvo las realizaciones de subastas online donde nunca se sabe el precio que puede llegar a alcanzar cualquier pieza.

Aunque casi todas las grandes casas de subastas han habilitado ya las subastas online, existe una legislación, que depende de cada sitio web, en cuanto a los objetos de memorabilia que pueden ser subastados. Así, volvemos a encontrar que los objetos nazis de memorabilia están casi vetados por la gran mayoría de casas de subastas online, eBay por

ejemplo, tuvo que retirar y prohibir el contenido de estos objetos a causa de miles de denuncias que recibía el portal web.

De las cifras citadas anteriormente sobre el volumen que genera el mercado del arte actual, de esos 51.000 millones de euros generados en 2014, el 6% provienen de ventas realizadas a través de Internet, unos 3,3 millones de euros. El gran problema es que los compradores siguen dudando de las compras online ya que prefieren estudiar previamente el objeto. Por eso las grandes subastas como Christie's o Sotheby's continúan manteniendo una mayor importancia que la puja online, aunque es cierto que esta última cada vez está aumentando más. De hecho este aumento se hace más palpable aún es en las piezas de memorabilia con valores inferiores entre los 1.000 y 50.000 dólares.

8.2 El gran lastre en la memorabilia. Las falsificaciones

Así pues, hemos visto como Internet ha crecido de una manera espectacular en los últimos años como apuesta por los coleccionistas para adquirir objetos de memorabilia, aunque si es cierto que sigue existiendo un gran problema en este tipo de mercado y que además es muy propenso que suceda, el problema de las falsificaciones.

Las falsificaciones han existido desde que la memorabilia pasó a formar parte de un mercado económico. El sector más afectado es la memorabilia deportiva, ya que es la que genera mayores beneficios y más seguimiento tiene. Es muy fácil falsificar autógrafos en camisetas o pelotas de algún deporte en concreto y venderlas como si fueran verdaderas a

precios desorbitados. Por estos objetos de colección se acompañan de certificados de autenticación, aunque ni siquiera hoy en día esta medida es totalmente segura. Por ello se aconseja el acudir a profesionales y no atender a suculentas ofertas injustificadas.

Los autógrafos más falsificados en la historia son los de Elvis Presley y el grupo The Beatles. Según los datos recogidos por el servicio de autenticación de memorabilia³⁹⁹, ni la mitad de los autógrafos de estas dos leyendas de la música son auténticos. Le siguen objetos de memorabilia de Neil Armstrong, John F. Kennedy y Michael Jackson. La liga de Fútbol Americano, que es el deporte que genera más beneficios de toda la memorabilia, es uno de los sectores más afectados por las falsificaciones. Según datos del gobierno americano, el año pasado se incautó de mercancías por un valor de 21 millones de dólares solo referidos a este deporte.⁴⁰⁰

Por ello, muchas empresas dedicadas a los objetos de memorabilia, están intentado dificultar la tarea de los falsificadores añadiendo sellos holográficos o números de serie. También ciertos distribuidoras del sector pueden acreditar la autenticación del objeto a través de cartas notariales de los deportistas, músicos o famosos, así como facilitar certificados de autenticidad por parte de expertos reconocidos en la materia.

³⁹⁹ PSA/DNA

<http://www.psacard.com/dnacert/>

⁴⁰⁰

<http://www.aol.com/article/2015/02/02/how-to-spot-fake-sports-memorabilia/21137944/>

7.- CONCLUSIONES

El coleccionismo es algo innato en el ser humano, tras estudiar la historia de este campo vemos como el hombre necesita y quiere abarcar cantidad de objetos que puedan transmitirle estatus social, poder o simplemente por placer estético. Así nace la memorabilia, como un sentimiento por parte del hombre de aferrarse a los recuerdos de su propia historia y de mantener los objetos que una vez marcaron un hecho importante y que ahora el coleccionista tiene la oportunidad de tener en sus manos.

Después del análisis del mundo de la memorabilia por sus diferentes sectores, y de su repercusión dentro del circuito del mercado del arte, la conclusión general que podemos sacar es que se trata de un sector del coleccionismo que cada vez está ganando más adeptos y que con los datos en mano, cada año aumenta su número de ventas y su número de ingresos. Está claro que la memorabilia todavía se encuentra lejos del volumen de negocio que generan otros sectores dentro del mercado del arte como la pintura moderna o la escultura, pero hay que destacar que este sector se trata de un tipo de coleccionismo que ha entrado en el circuito del mercado del arte muy recientemente. Con menos de 100 años, ya se trata de un sector del mercado del arte a tener en cuenta por los expertos y que proporciona la satisfacción a los coleccionistas de poseer objetos de sus ídolos o momentos históricos importantes, para el coleccionista, que crean una vinculación psicológica para los compradores con lo que la pieza de memorabilia pueda representar para ellos.

Y es que podemos concluir que existe un factor muy importante que ha propiciado

el gran éxito de la memorabilia en estas últimas décadas; nos referimos a la globalización de la cultura y el arte. Nos encontramos en un periodo donde el mundo entero se encuentra totalmente conectado entre sí, y este hecho también ha afectado a la cultura, y por tanto, ha repercutido positivamente en el mercado de la memorabilia. La posibilidad de que personas en el mundo, que pertenezcan a diferentes países o incluso continentes, puedan disfrutar de las mismas películas, bandas de música o eventos deportivos han hecho que en los últimos años los ídolos y famosos de cada sector sean reconocidos no sólo a nivel local o nacional, sino que han dado al salto a nivel mundial. Por eso se ha incrementado y potenciado la memorabilia en el mercado del arte, ya que la difusión que tienen los objetos que componen este sector cada vez llegan a muchísimo más público internacional y que hace que se conviertan en posibles compradores en potencia.

En esta difusión ha tenido mucho que ver los medios de comunicación, quienes han sido los grandes encargados de transmitir todo tipo de información a nivel mundial, y por tanto, de contribuir a la globalización cultural. Cadenas de televisión, emisoras de radio y sobre todo formatos digitales que tienen como máximo exponente de distribución Internet, son los que han propiciado que se haya producido este hecho y que haga que el mercado de la memorabilia cada vez tenga más peso dentro del mercado del arte internacional.

Se ha podido comprobar cuáles son los tres principales motores de este sector del coleccionismo y como su evolución ha sido positiva en las últimas décadas.

Analizando los datos aportados anteriormente, podemos concluir que desde los inicios en Estados Unidos hasta las grandes fortunas pagadas recientemente hacen que la memorabilia deportiva siga siendo el pilar más sólido en este tipo de mercado. La idolatría por parte de los coleccionistas hacia las figuras deportivas más relevantes hace que cada año se generen miles de millones de dólares solo en este sector. Y es que los eventos deportivos son los acontecimientos que más público arrastran a nivel mundial. El deporte es la actividad favorita para la mayoría de las personas en todo el mundo para ocupar su tiempo de ocio en la vida. Este factor hace que el seguimiento del deporte profesional tenga una importancia relevante en la mayoría de la población y que se haya creado todo un entramado de diferentes negocios en torno a él. Y la memorabilia deportiva no es más que otro de los muchos negocios que se lucran con el deporte profesional y que hace que se generen una cantidad económica anual de vértigo. Al ser un sector con tanto seguimiento y expectación por parte de la mayoría de la población hace que los objetos de memorabilia deportiva tengan muchísimo más valor ya que son objetos totalmente exclusivos pero con un público muy alto que quieren conseguir piezas únicas de sus deportistas favoritos a toda costa. Por tanto, como la oferta es baja pero la demanda es alta, hace que los objetos dentro de este sector de la memorabilia sean muy cotizados y sean los que mayor número de ganancias generan dentro del mercado.

Como en todos los sectores existen diferentes tipos de coleccionistas pero en

el mercado de la memorabilia hay un tipo de coleccionista que es muy importante. Son muchos coleccionistas los que buscan la revalorización de las piezas de la memorabilia por encima del placer de poseer un objeto que está atado a un recuerdo. Este tipo de coleccionistas hay que tenerlos en cuenta ya que son ellos los que hacen que las piezas más buscadas no se queden en colecciones privadas para siempre, sino que dan la oportunidad de ser conocidas y de seguir alimentado el funcionamiento de este sector. Además que son ellos los que generan que los remates de subastas de estas piezas alcancen precios más elevados. Por tanto, nos encontramos ante una dualidad que favorece pero a la vez perjudica el mercado en el caso de que se intente especular para sacar una revalorización a corto plazo. Lo favorece ya que consiguen que la cantidad económica generada sea anualmente más alta y por tanto, posicionan el mercado de la memorabilia en lugar más alto con respecto a otros sectores; pero por el contrario perjudica al sector estableciendo precios y valores que las piezas seguramente no valgan. Es decir, se infla el precio de una pieza, por parte de los especuladores, pero su valor no crece al mismo ritmo. Este hecho puede traer consecuencias fatídicas tal como pasó en la crisis que sufrió el mercado del arte a finales de la década de los 2000, por culpa de la especulación del arte contemporáneo y que llevó al propio mercado a reajustar el valor de las piezas que estaba muy por debajo del precio que se había pagado con anterioridad por ellas. Como se trata de un mercado relativamente reciente, existen muy pocas piezas, en comparación con la oferta que hay, que realmente puedan presentar un

valor refugio. Este factor convierte al mercado de la memorabilia en uno de los mercados del arte con mayor riesgo de inversión.

Sin lugar a duda, la memorabilia ha encontrado a su gran aliado en las nuevas tecnologías y sobre todo en Internet, donde coleccionistas de todo el mundo han podido recopilar, procesar y transmitir información con otros coleccionistas del mismo sector que ellos estén especializados. Además, que el gran auge que están sufriendo las subastas y ventas online hace que las casas de subastas y empresas dedicadas a los objetos de memorabilia puedan incrementar su cartera de clientes casi a nivel mundial. El hecho de que Internet haya facilitado ese intercambio de información entre diferentes coleccionistas es sin duda el punto fuerte que hace que sea este canal el que se esté convirtiendo en el principal motor de distribución del mercado de la memorabilia. Y no solo hay que destacar este punto, sino el hecho de que gracias a Blogs, páginas web y redes sociales hacen que los coleccionistas estén cada vez más conectados y cerca de los ídolos que tanto admiran. Este acercamiento consigue afianzar la relación de admiración que siente el coleccionista hacia la persona famosa, y esto se transforma en un punto a favor para el mercado de la memorabilia. Cuanto mayor sea el grado de admiración de una persona hacia un famoso, mayor será la posibilidad de que esta persona quiera hacerse con algún objeto de un famoso para tenerlo en su posesión y sentirse así de alguna manera vinculada con la persona que idolatra. Así que de esta manera, esta persona se está convirtiendo

en un comprador en potencia que acudirá al mercado que ofrece la memorabilia para conseguir su objetivo. Por tanto Internet ha potenciado mucho el crecimiento de la memorabilia en casi todos los sentidos.

Quizás el gran problema que surge con las ventas online y que sigue azotando al mercado de la memorabilia es el de las falsificaciones, ya que hay tantos objetos pertenecientes a tantos campos diferentes de este tipo de coleccionismo que es imposible tasar y autenticar todos. Es aquí donde bajo mi punto de vista es el coleccionista quien debe ser cauteloso y no dejarse llevar por aparentes gangas o precios irreales a objetos que no corresponden.

Una conclusión negativa que he podido sacar durante la realización de este artículo es la falta de información que existe acerca de este mercado. Hay muy pocas fuentes contrastadas que hagan o hayan hecho estudios del verdadero impacto que tiene la memorabilia dentro del mercado del arte. El hecho de que Estados Unidos sea el único país donde este mercado tenga un peso muy importante, hace que escasee la información. Seguramente, y gracias al gran crecimiento que está teniendo la memorabilia en el mercado del arte, en

los próximos años se realizarán estudios profesionales sobre este tema, que, bajo mi punto de vista, hoy en día son nulos y las líneas de investigación del tema totalmente inexistentes, salvo la línea de investigación histórica.

Por tanto, y como conclusión final, creo que la memorabilia es un mercado que no parará de seguir creciendo durante la próxima década y que cada vez se irá alimentado más y más de nuevos acontecimientos que ocurran en cualquiera de los ámbitos que afecta a la memorabilia. Sí que es cierto que el hecho de que el objeto de memorabilia que se ponga a la venta perteneciera una celebridad famosa, hace que su valor aumente ya que no habrá más objetos que puedan atribuirse a esa persona. Así que, con el paso del tiempo, todos los ejemplos que hemos visto durante este trabajo, y muchos que quedan por aparecer, serán objetos que se revalorizarán económicamente y que cada vez será más difícil para el coleccionista amateur hacerse con una pieza para su colección, sino es imposible ya.

8. - BIBLIOGRAFÍA

VV.AA. Beatles memorabilia: la colección de Julian Lennon. Madrid, Editorial Grijalbo, 2010.

LATORRE, Luis Sánchez. Memorabilia: impresiones y recuerdos. Santiago de Chile, Editorial LOM, 2000.

DOGGET, Peter. Christie's Rock and Pop Memorabilia. Universidad Estatal de Pensilvania, Billboard Books, 2003.

PARADO, Francisco. "Inversión en arte: Memorabilia del Rock y el cine". Galería Antiquaria, nº 221, 2003, págs. 102-107.

11.1 Enlaces web:

<http://multescatola.com/biblioteca/tempo-libero-e-sport/memorabilia.php>

<http://www.cheatsheet.com/sports/7-most-expensive-sports-memorabilia-in-history.html/?a=viewall>

<http://touchinvest.com/touchable-assets/collectibles/touch-collectibles-sports-memorabilia/>

<http://www.cbs19.tv/story/28170267/oscars-countdown-the-history-of-movie-memorabilia>

http://www.hollywoodgoldenguy.com/1970_MGM_Auction.html

<http://news.bbc.co.uk/2/hi/entertainment/6182113.stm>

<https://www.fayerwayer.com/2014/07/music-vault-sube-12-000-videos-ineditos-de-bandas-legendarias-a-youtube/>

http://www.repubblica.it/spettacoli/musica/2013/06/03/news/memorabilia_rock_red_ronnie_mette_all_asta_i_testi_autografi_di_jimi_hendrix_e_jim_morrison-60251913/

<http://www.billboard.com/articles/news/6502423/elvis-presley-memorabilia-juliens-rock-auction>

http://articles.baltimoresun.com/1994-07-08/business/1994189172_1_elvis-presley-presley-died-presley-memorabilia

<http://www.moneymagpie.com/article/make-money-collecting-elvis-presley-memorabilia>

<http://www.liverpoolecho.co.uk/news/liverpool-news/beatles-memorabilia-among-most-expensive-8998583>

<http://theweek.com/articles/465943/10-expensive-items-beatles-memorabilia-sold-auction>

<http://www.dailymail.co.uk/news/article-2442711/Taxpayer-paid-2m-Beatles-memorabilia-worth-just-300-000.html>

<http://defensorabogado.com/bufete/Sobre%20Sports%20Memorabilia%20/>

<http://whatwhyguide.com/negocios/a-medida-que-los-precios-de-deportes-memorabilia.php>

http://www.prosportsmemorabilia.com/michael-jordan-autographed-memorabilia-and-collectibles-_2031083963_pg.html

<http://www.complex.com/sports/2013/02/the-most-expensive-michael-jordan-memorabilia-ever-sold/delta-center-basketball-court>

<http://www.dw.de/the-right-approach-to-nazi-memorabilia/a-17573542>

http://en.wikipedia.org/wiki/Nazi_memorabilia

<http://www.dailymail.co.uk/news/article-2104785/Adolf-Hitlers-birthday-gift-tray-goes-auction-Bristol-March.html>

<http://artes-y-oficios-es.blogspot.com.es/2011/04/memorabilia-deportes-forjado.html>

http://www.bbc.co.uk/insideout/content/articles/2008/03/21/north_west_sport_memorabilia_s13_w4_feature.shtml

<http://www.elmundo.es/economia/2015/05/17/555382f6268e3e32138b4584.htm>