

V Encuentro Cultura
e internacionalización
en español

**Las ferias
de arte
contemporáneo
en español:
el caso de
ARCOmadrid**

Campus de Madrid-Princesa
Jueves, 27 de abril de 2023



OBSERVATORIO
NEBRIJA DEL
ESPAÑOL



AR
CO
Madrid



ANTONIO DE NEBRIJA
500 AÑOS



FUNDACIÓN
NEBRIJA

Las ferias de arte contemporáneo *en español*: el caso de ARCOmadrid

Diana Angoso de Guzmán
Universidad Nebrija

José Luis Guijarro
Universidad Nebrija

Pablo Álvarez de Toledo Müller
Universidad Nebrija

Índice

1. Introducción	4
1.1. Mercado del arte y globalización	4
1.2. La globalización y el mercado del arte hispanoamericano. Latinoamérica ¿el auténtico subalterno?	6
1.3. Arte Latinoamericano	6
2. La Era de las ferias de arte	8
2.1. Ferias de arte contemporáneo en países hispanohablantes	8
2.2. Datos sobre la presencia de galerías de países hispanohablantes en las ferias de arte Frieze y Art Basel	9
3. Ferias de arte contemporáneo en español: el caso de ARCOmadrid	11
3.1. Datos cuantitativos acerca de la presencia en la feria de países hispanohablantes y sus galerías de arte	12
3.2. A modo de resumen	13
4. Conclusiones	15
5. Bibliografía	16

Resumen

Estudios sobre la globalización y el sistema del arte (Velthuis 2016, Quemin, 2006) han demostrado la hegemonía del eje euro-estadounidense y las barreras de entrada para acceder a los intercambios internacionales. Sin embargo, apenas existen estudios cuantitativos ni cualitativos sobre la influencia de otros idiomas en el circuito del arte. Este proyecto tiene como objetivo analizar el impacto económico, artístico y social del español en las ferias de arte, una plataforma privilegiada de encuentros en el marco de la globalización. Tomando como objeto de estudio el caso de ARCOmadrid, se cuantifica el número de galerías participantes según el idioma en dicha feria comparándolo con las dos ferias más internacionales, Frieze y Art Basel. La investigación pone de manifiesto la relevancia de la feria madrileña como lugar de encuentro primordial entre la comunidad latinoamericana e hispanohablante y la asimetría frente a otras ferias internacionales. Asimismo, se atiende a cuestiones como la invención de la categoría *Arte Latinoamericano*, la *fairización* del mercado del arte, o la influencia de determinadas situaciones geopolíticas en la diseminación del español como lengua vehicular en circuitos del arte.

Los datos obtenidos suscitan interrogantes para una segunda etapa de la investigación, tales como: ¿existen barreras de entrada por cuestiones idiomáticas en el sistema del arte internacional? ¿Supone la mayor presencia de agentes hispanohablantes en ARCOmadrid una diferenciación estratégica? ¿Puede el idioma español constituir una fuente de diferenciación en el mercado del arte global? ¿Cuál es el impacto económico, social y cultural de ARCOmadrid en el mercado del arte hispanoamericano? En futuras líneas de investigación, el análisis de datos se complementará con valoraciones cualitativas por medio de encuentros con foros de expertos.

1. Introducción

1.1. Mercado del arte y globalización

La globalización en el mercado del arte ha sido objeto de un creciente interés en los últimos veinte años, con aportaciones relevantes en disciplinas como la sociología (Baia Curioni 2020; Duarte, 2020; Velthuis y Brandellero, 2018; Velthuis y Baia Curioni 2015; Quemin 2006; Quemin 2020) o la historia del arte (Belting, Buddensieg y Webel, 2011; 2013). La revisión de la literatura académica arroja notables diferencias de valoración entre los estudios presentados: mientras el historiador del arte Hans Belting y el filósofo Peter Weibel exponen un mundo del arte postétnico caracterizado por el uso celebratorio del término *arte global*, en el otro espectro de la discusión, el sociólogo Olav Velthuis y sus estudios comparativos en torno al mercado del arte han demostrado hasta qué punto la balanza sigue peligrosamente virada hacia un grupo reducido de países hegemónicos (Velthuis *et al.*, 2016).

Ambas corrientes surgen de investigaciones ambiciosas: la primera nace del proyecto GAM (Global Art and the Museums) que tuvo lugar en el Centro ZKM de Karlsruhe (Alemania), bajo la di-

rección de Belting, Weibel y Buddensieg. Iniciado en 2006 y finalizado en 2013-2014, se debatió cómo las instituciones del arte, los artistas y las categorizaciones estéticas entendían el arte global bajo la globalización como fenómeno económico y geopolítico. Entre los años 2009, 2011-2012 y 2013, los simposia, conferencias y reuniones culminaron con tres publicaciones y una exposición.

Mientras el proyecto *Global Art and the Museums* abarca el ámbito museístico y las instituciones artísticas, la segunda corriente está centrada en el mercado del arte. En 2016 se organiza en la Universidad de Ámsterdam *The Art Market in a Global Perspective*, una conferencia dedicada a los estudios comparativos del mercado del arte en Brasil, Rusia, India y China. Aunque en el congreso sí se trató un caso de Latinoamérica, en la publicación posterior bajo la dirección de Velthuis y Brandellero (*Poetics* 2018), no se incluyó artículos sobre este territorio.

Durante los años 90 y la primera década de los 2000, el concepto de la globalización y el multiculturalismo dominó la escena artística, aunque comisarios como Gerardo Mosquera pronto alzaron sus voces para cuestionarlo como una nueva colonización:

Los comisarios de los centros, cual nuevos exploradores coloniales, marchan hacia otros países, regiones y culturas para juzgar cuál es el arte de valor que en ellos se produce, presentarlo en los museos centrales bajo la perspectiva que estimen conveniente por la vía del discurso estructurado en la exposición y su catálogo y, en consecuencia, internacionalizarlo y legitimarlo (...). No quiere decir esto que haya que condenar de entrada a los comisarios transculturales, pues son un medio más de mejorar la comunicación y la interculturación entre culturas diferentes (...) pero el problema es que ese boleo horizontal no existe, porque el mundo se divide entre culturas curadoras y culturas curadas. (G. Mosquera, *Interpretar el arte desde el Norte*, Lápiz, abril 1994, n° 102, pp. 12-14).

La tesis curatorial de la exposición *The Global Contemporary Art Worlds After 1989*, (ZKM-Karlsruhe) en el marco del proyecto de investigación GAM, anteriormente citada, puso el foco en la superación de la oposición entre centro y periferia para dar paso a un nuevo escenario artístico, el de los *mundos artísticos* (Weibel, 2011). Según argumenta el co-comisario Belting, a partir de 1989 esa otredad ya no existe y, de manera similar al *fin del arte* promulgado por Danto, o el *fin de la historia* de Fukuyama, ahora se abre el *fin del arte del mundo*.

A pesar de la asentada noción de la aldea global y la descentralización en el mundo del arte, existen sólidas pruebas que demuestran lo contrario. Como Alain Quemin brillantemente ilumina en su estudio empírico publicado en 2006, un número reducido de países —cinco: Estados Unidos, Alemania, Reino Unido, Francia y Suiza— dominan los intercambios internacionales evidenciando las barreras de entrada por parte de los agentes del mercado del arte y la hegemonía del eje euro-estadounidense (Quemin 2006). Centrado en Francia, uno de los objetos de estudio fue la composición de las colecciones francesas según la nacionalidad del artista, y la legitimización de algunas nacionalidades en el sistema del arte internacional basándose en la Bienal de Venecia. Los datos que arroja este estudio respecto a España son sumamente interesantes pues, si bien en el primer indicador (presencia de artistas españoles en las colecciones francesas) España oscila entre el puesto 11 y el puesto 6 del *ranking* en un periodo de cinco años, en el segundo indicador (presencia de artistas españoles en la Bienal de Venecia) su posición mejora notablemente. Sin embargo, se debe a un factor circunstancial: la bienal analizada, correspondiente al año 2005, fue comisariada por María y Lorena de Corral. Como indica Quemin:

The extraordinary prominence of Spain and other Spanish-speaking countries, but also of countries of the Spanish zone of influence, like Portugal, can to a large extent be explained by the fact that in 2005 the two curators of the international section at Venice were, indeed, Spanish. (Quemin, 2006, 530)

Con relación a España y Latinoamérica, en esta cita se pone sobre la mesa la cuestión del idioma y las zonas de influencia del español, planteándose las siguientes preguntas: ¿existe un circuito específico en el mundo del arte en torno al idioma? ¿Existe un mercado del arte hispanoamericano?

1.2. La globalización y el mercado del arte hispanoamericano. Latinoamérica ¿el auténtico subalterno?

El estudio de Quemin también pone en evidencia una obviedad: el sistema del arte está dominado por el mundo anglosajón, en primer lugar, seguido por el alemán (Alemania, Suiza, Austria). Como argumenta el historiador del arte Miguel Ángel Hernández-Navarro sobre el español:

A pesar de haberse convertido en la tercera lengua más hablada a nivel mundial, el español no ha entrado en el mundo del arte ni en el mundo académico en general. La primacía del inglés dificulta la circulación de textos y saberes escritos en español o sobre artistas españoles: cuando un artista de nuestro país alcanza cierta visibilidad, es, con frecuencia, porque ha tenido la fortuna de ser distinguido y estudiado por un crítico o comisario anglosajón. Bien es cierto que esto no es privativo de los españoles: como escribe Hernández-Navarro, muchas son las causas que se barajan para explicar la falta de internacionalidad del arte español también afectan a otros países (Brasil, México, Cuba, Corea, China...) que, a pese de ello, sí se encuentran presentes en los circuitos globales del arte (2009, 678).

La situación de España y Portugal es atípica puesto que forman parte de Occidente y Europa como países avanzados, pero no participan en el sistema del arte globalizado en una posición dominante (Duarte 2020, Hernández-Navarro, 2009). Según Hernández-Navarro, España solo formó parte del discurso global del arte durante la Guerra Civil, y tras el aislamiento de la dictadura su papel es de receptor sin voz (Hernández-Navarro, 2009).

El caso del arte latinoamericano tampoco está exento de complejidades. Aunque el papel de subalterno o región periférica está más claro, la categoría de 'Arte Latinoamericano' es ambigua debido a la identidad cultural mestiza y cambiante de esta región. El historiador del arte Joaquín Barriendos identifica la invención de la *geoestética de Latinoamérica* a través del estudio de caso del organismo CINAM (International Committee of ICOM for Museums and Collections of Modern Art), argumentando cómo este renovado interés por el arte Latinoamericano —que él define como la "reinención de Latinoamérica"— problematiza cuestiones poscoloniales y refuerza estereotipos. Así, para este autor, la transformación de los museos contemporáneos en los años noventa bajo el paraguas de la globalización generaron una reoccidentalización del arte global al tiempo que, en el mercado del arte, se construyó una nueva categoría, aquella del *Arte Latinoamericano*, difundida como marca para atraer al mercado y analizada en este estudio más abajo (Barriendos, 2013, 104).

1.3. Arte Latinoamericano

La aparición de ferias de arte en países latinoamericanos e hispanoparlantes desde el año 2000 puede ser considerada dentro del contexto más amplio del crecimiento en importancia de la categoría *Arte Latinoamericano* en el mercado de arte global, un proceso que se intensifica en las últimas décadas del pasado siglo. En relación con este asunto, Mary-Anne Martin, creadora del departamento de Arte Latinoamericano en la casa de subastas Sotheby's en 1979, apuntaba en

2010: “Hace 21 años, el mercado del arte latinoamericano no existía. No quiere decir que no se vendieran obras de artistas latinoamericanos en diversos lugares, pero no se comercializaban como categoría de coleccionismo” (Martin, 2010).

Una serie de hitos en relación con diferentes agentes del sistema del arte contribuyen de manera específica a la activación y consolidación de esta categoría. Desde la perspectiva de los museos de arte contemporáneo, cabe destacar la celebración, a finales del siglo XX y comienzos del siglo XXI, de una serie de exposiciones icónicas dedicadas al contexto artístico latinoamericano. Entre estas, dos muestras organizadas por el Museum of Modern Art de Nueva York son especialmente significativas dada la extraordinaria relevancia de la institución en la construcción del canon del arte moderno y contemporáneo (Bertens, 2022). La primera de ellas, celebrada en 1943, fue impulsada y organizada por Alfred H. Barr bajo el título *The Latin-American Collection of the Museum of Modern Art*. La segunda, denominada *Latin American Artists of the Twentieth Century*, se llevó a cabo en 1993 y propuso un recorrido cronológico por el arte de la región entre 1910 y comienzos de los años noventa, reuniendo un número aproximado de 300 obras de 90 artistas latinoamericanos entre los que se encontraban trabajos de Diego Rivera, Frida Kahlo, Tarsila do Amaral, Armando Reverón, Wifredo Lam o Carlos Cruz-Díez.

Por su parte, el conjunto de cinco exposiciones *Versiones del Sur*, celebrado en el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía de Madrid entre 2000 y 2001, tuvo como objetivo principal pensar y organizar el arte del continente latinoamericano desde diferentes perspectivas y miradas curatoriales. La idea común fue la de presentar y articular “las particularidades, conexiones, complejidades y fragmentaciones del arte latinoamericano desde el origen mismo de su proceso de formación hasta sus más recientes creaciones artísticas” (Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, 2001).

También la categoría del ‘Arte Latinoamericano’ encontró en la proliferación de bienales de arte por todo el planeta una plataforma para su expansión y difusión. Este fenómeno, que se intensifica en los años noventa del pasado siglo, provocó la creación en el contexto latinoamericano de una serie de eventos cuya primera edición se produjo en las décadas previas al año 2000. Así, en este periodo comienzan su andadura la Bienal de la Habana, Cuba (1984), la Bienal de Cuenca, Ecuador (1987), la Bienal del Chaco en Resistencia, Argentina (1988) o la Bienal Mercosur (1997), por mencionar solo algunas de las más relevantes.

También el impulso llegado desde el ámbito de las subastas de arte merece ser mencionado. Si bien a mediados de la década de 1970 se realizaron subastas ocasionales en Estados Unidos de obras de artistas latinoamericanos, no fue hasta 1979 cuando se estableció una estructura sistemática de ventas en el mercado secundario. La primera subasta internacional dedicada exclusivamente al arte latinoamericano se celebró en Sotheby's, en Nueva York, en octubre de 1979, con una venta que apenas superó el millón de dólares. Dos años más tarde, en 1981, Christie's lanzó sus propias subastas dedicadas a América Latina y, desde entonces, las dos principales casas de subastas de arte contemporáneo, así como Phillips, la tercera en discordia en el panorama contemporáneo, poseen departamentos especializados en esta categoría específica del mercado.

Tales hitos, que llevan consigo la incorporación de los artistas latinoamericanos al concierto internacional, contribuyen a la consolidación de la categoría *Arte Latinoamericano* y se relacionan de manera directa con la creación de ferias de arte internacionales en diversas ciudades del área hispanohablante desde comienzos del siglo XXI.

2. La Era de las ferias de arte

La proliferación de ferias de arte contemporáneo por todo el planeta constituye uno de los fenómenos más relevantes de la historia del mercado del arte en las últimas décadas desde la celebración en 1967 de la primera feria de arte contemporáneo, KUNSTMARKT 67, en la ciudad alemana de Colonia. Desde entonces y de manera muy particular a partir de los años noventa del pasado siglo, el número de estos eventos ha crecido de forma exponencial. En apenas tres décadas se ha pasado de las catorce ferias que se celebraban anualmente en 1990 hasta las 68 contabilizadas en 2005, las 189 que ya tenían lugar en 2011 y las 365 que en 2021 registraba Melanie Gerlis en su libro *The Story of Art Fairs: A Rollercoaster Ride* (2021). Tal ha sido la relevancia del fenómeno de la feria de arte contemporáneo para el sistema global del arte en las dos primeras décadas del siglo XXI, que diversos autores se han referido a este periodo específico del mercado del arte como *The Art Fair Age* (Baia Curioni, 2012: 35; Barragán: 2008; Eckstein 2006).

El espectacular crecimiento del número de ferias de arte a nivel global en las últimas décadas se ha desarrollado en paralelo a su consolidación como agente fundamental para el buen funcionamiento del sistema artístico. En este sentido, las ferias constituyen una alternativa y un complemento a la tradicional estructura de este mercado, caracterizada por un sector primario —protagonizado por las galerías de arte como principales agentes distribuidores— y el mercado secundario —dominado por las casas de subastas—, para ofrecer un canal o lugar comercial alternativo para la producción artística (Lind y Velthuis, 2012: 7) marcado por su carácter temporal (Baia Curioni, 2012: 117).

La importancia de las ferias de arte para el negocio del arte contemporáneo en las dos primeras décadas del siglo XXI es incontestable. Para los artistas, las ferias son un lugar fundamental en el cual comunicar, visibilizar y comercializar su producción, al tiempo que el lugar de encuentro con potenciales socios para su trayectoria profesional, tales como galerías, comisarios, coleccionistas e instituciones, entre otros. Para las galerías y marchantes es el lugar en el cual, al margen de obtener ingresos por la venta de obras, mantener y generar nuevas relaciones comerciales (Adam, 2014). Tal es la relevancia de las ferias de arte para estos agentes que el informe realizado por Clare McAndrew y Arts Economics en 2022 acerca de la situación del sector de distribuidores de obras de arte en el mercado primario —galerías y marchantes— indica que la participación en estas muestras ocupa el segundo lugar en las prioridades para sus negocios a corto plazo, solo por detrás del mantenimiento de las relaciones con sus actuales clientes (Mc Andrew, 2022: 117-118).

Esta *fairización* del sistema del arte (Barragán, 2008) es sin lugar a dudas uno de los grandes titulares de las últimas décadas para un mercado del arte que, hasta finales del siglo XX, se encontraba limitado a un sector muy restringido de la población caracterizado por su alto poder adquisitivo y su gusto por el arte. Ha sido, además, uno de los principales factores que ha provocado el crecimiento del sector del arte contemporáneo, hoy en día el segmento con mayor cuota de mercado, tanto primario como secundario, a nivel mundial (McAndrew 2022).

2.1. Ferias de arte contemporáneo en países hispanohablantes

En el contexto hispanohablante, con la excepción de la feria ARCO en Madrid, cuya primera edición data del año 1982, el fenómeno de la creación de ferias de arte contemporáneo se ha desarrollado en paralelo a la irrupción de estos eventos por todo el planeta en las dos primeras déca-

das del siglo XXI. Así, comenzando con la primera edición de ArteBA, celebrada en Buenos Aires en el año 2000, la lista de ferias de arte celebradas en centros hispanohablantes se ha expandido con otros eventos:

- ARCOmadrid (Madrid, España). 1ª edición en 1982.
- ArteBA (Buenos Aires, Argentina). 1ª edición en 2000.
- Zona MACO (Ciudad de México, México). 1ª edición en 2003.
- ArtBo (Bogotá, Colombia). 1ª edición en 2004.
- Cha.Co (Santiago, Chile). 1ª edición en 2009.
- ArtLima (Lima, Perú). 1ª edición en 2013.
- Este Arte (Punta del Este, Uruguay). 1ª edición en 2015.

La importancia relativa de estas ferias en el concierto internacional es, no obstante, reducida. Atendiendo de manera exclusiva al contexto latinoamericano, según datos del informe *The Art Market Report 2022* elaborado por Arts Economics en relación con el año 2021, de las 240 ferias registradas a nivel global, solo seis tuvieron lugar en la región, esto es, un 2,5% del total (Mc Andrew, 2022: 97).

Dada la relevancia de las ferias para el mercado del arte en su conjunto, cabe esperar que las cifras recién expuestas guarden relación con la cuota de mercado de Latinoamérica en el contexto global. En este sentido, ninguno de los países del área latinoamericana alcanza el 1% de cuota respecto al mercado mundial, estando todos ellos incluidos en el 8% reservado a todas las naciones cuya cuota no llega a esta cifra. Así, el único país hispanoparlante con una cuota igual o mayor al 1% es España, ocupando el séptimo lugar en un mercado monopolizado por el contexto anglosajón, con Estados Unidos y el Reino Unido sumando el 60%, y el chino con un peso del 20% (Mc Andrew, 2022: 28).

2.2. Datos sobre la presencia de galerías de países hispanohablantes en las ferias de arte Frieze y Art Basel

Para cuantificar la asimetría entre países por cuestiones idiomáticas, se analiza de forma pormenorizada las dos ferias más internacionales, Frieze y Art Basel, según el idioma y el número de galerías participantes en la feria. Frieze, la más joven de las dos, surge de la iniciativa de Amanda Sharp y Matthew Slotover, fundadores y editores de la revista de arte y cultura contemporánea *Frieze Magazine*. Iniciada en Londres en 2003, el éxito de la feria impulsa el lanzamiento de Frieze New York en 2012, seguido por Frieze Los Ángeles en 2019 y recientemente, Frieze Seúl en 2022. El rápido éxito de esta feria ha sido la combinación de *feria curada* con secciones comisariadas por profesionales relevantes, charlas y una oferta diversificada. Por ejemplo, Frieze Londres segmenta la oferta en dos secciones: artistas vivos y contemporáneos después del 2000 en Frieze y dedica Frieze Masters para obras antes del 2000.

El estudio arroja unas estadísticas coincidentes con los estudios del *The Art Market Report 2022*. Tal y como se aprecia en la **Figura 1**, sumando las ediciones de las cuatro ciudades durante el periodo 2022-2023, el número de galerías participantes en feria Frieze asciende a 994, de las cuales solo 29 son del ámbito hispanohablante (Madrid, Barcelona, Vigo, Lima, Bogotá, Buenos Aires, La

Las ferias de arte contemporáneo *en español*: el caso de ARCOmadrid

Habana, Ciudad de Guatemala), frente a las más de 960 de otros idiomas. Así, si el idioma más hablado a nivel mundial es el chino mandarín con 918 millones, seguido por el español con 580 millones, en el mundo del arte predomina el inglés, con 466 galerías de angloparlantes frente a solo 29 hispanoparlantes. De las galerías angloparlantes, 147 pertenecen al Reino Unido, 307 a Estados Unidos, 3 a Irlanda y 9 a Sudáfrica. El segundo idioma más hablado en el mundo del arte es el francés con 83 galerías (Francia, Bélgica), con el alemán aproximándose con 71 galerías entre Suiza, Alemania y Austria.

Figura 1

Ferias Frieze: galerías de arte participantes e idioma principal del país de procedencia

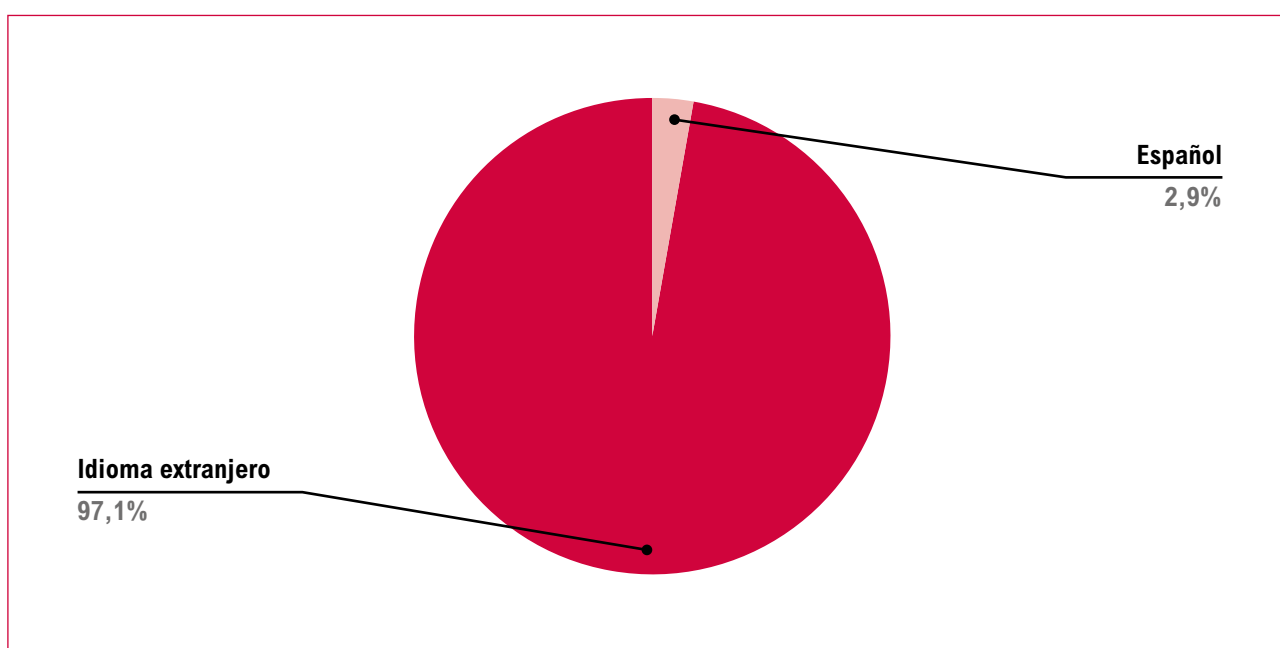


Figura 1. Galerías participantes en las cuatro sedes de Frieze: Frieze London, Masters Frieze, Frieze Los Angeles, Frieze Seoul, Frieze New York, entre 2022 y 2023. Elaboración propia: Observatorio Nebrija del español. Diana Angoso de Guzmán.

Propiedad de la compañía suiza MCH Group, la franquicia de ferias de arte Art Basel comenzó su andadura en 1970 por iniciativa de los galeristas Ernst Beyeler, Trudi Bruckner y Balz Hilt, organizadores del primer evento en la ciudad suiza de Basilea. Desde entonces, la marca se ha expandido por diferentes mercados creando ferias en Miami Beach (2002), Hong Kong (2014) y recientemente en París (2022), reemplazando en este último caso en el Grand Palais a la feria FIAC, celebrada en la capital francesa desde 1974. El caso de esta franquicia es similar al recién mencionado de Frieze: en Art Basel, solo un 6% de las galerías participantes históricamente tienen alguna de sus sedes en un país hispanoparlante (**Figura 2**). Al margen de las 24 galerías españolas que en alguna ocasión han acudido a ferias de la marca Art Basel, solo Argentina (9) y México (13) tienen entre los países latinoamericanos hispanohablantes una presencia relevante, en cualquier caso muy inferior a la de los países con mayor representación, tales como Estados Unidos (246), China (93), Francia (87), Reino Unido (82) o Alemania (79).

Figura 2

Ferias Art Basel: galerías de arte participantes e idioma principal del país de procedencia

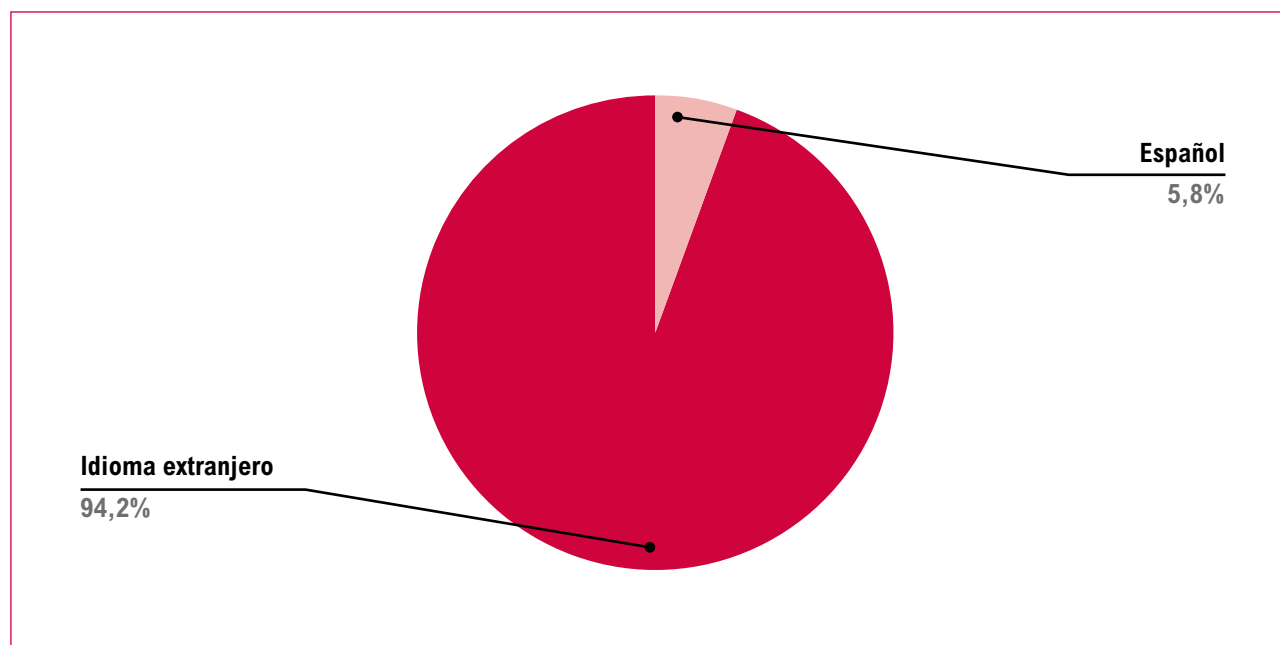


Figura 2. Porcentajes de participación histórica de galerías en las cuatro sedes de Art Basel: Basel, Miami Beach, Hong Kong, París. Elaboración propia: Observatorio Nebrija del español. José Luis Guijarro

3. Ferias de arte contemporáneo en español: el caso de ARCOmadrid

Caracterizada por una red de relaciones económicas, institucionales y afectivas especialmente fértil, la feria ARCO adquirió además una inusitada popularidad entre el público desde sus inicios debido al momento histórico de efervescencia postfranquista. Fundada en 1982 por iniciativa privada de una galerista, Juana de Aizpuru, la feria cuenta con el apoyo institucional público de IFEMA, un consorcio constituido por la Comunidad de Madrid, el Ayuntamiento de Madrid, la Cámara de Comercio e Industria y la Fundación Montemadrid. Desde sus inicios, esta plataforma ha respondido a la necesidad de internacionalizar el mercado del arte español tras los años de aislamiento de la dictadura franquista, contribuyendo a la dinamización del sector y a la difusión y conocimiento entre el público. Más allá de su carácter eminentemente comercial, ARCOmadrid responde además a la necesidad de encuentros sociales entre coleccionistas, artistas, galeristas, curadores y otros agentes del sistema del arte. Contribuyendo a esta línea, se organizan encuentros de profesionales y foros desde el año 1986.

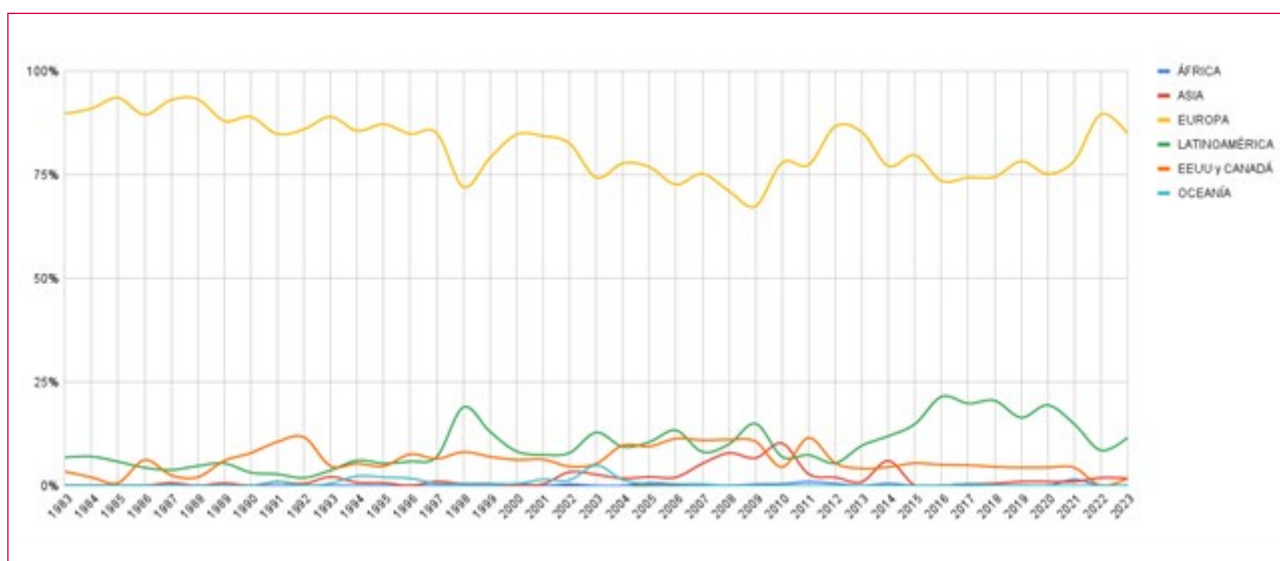
3.1. Datos cuantitativos acerca de la presencia en la feria de países hispanohablantes y sus galerías de arte

En comparación con los casos recién mencionados de las grandes franquicias de ferias de arte Frieze y Basel, la relevancia de ARCOmadrid para la comunidad hispanohablante vinculada al mercado del arte adquiere una dimensión especial relacionada de manera directa con su celebración en la capital de España. En efecto, tal y como apuntaba Raphael Minder en su artículo “Madrid Rivals Miami as a Haven for Latin Americans and Their Money” para el *New York Times*, la ciudad es uno de los principales destinos de exiliados con alto poder adquisitivo y elevados patrimonios procedentes de Latinoamérica (Minder, 2022). Esta circunstancia tiene repercusiones en el mercado del arte local, enriquecido en los últimos años con la llegada de artistas, galerías y coleccionistas latinoamericanos. Así, en relación con lo anterior, Maribel López, directora desde 2019 de ARCOmadrid, vinculaba en 2023 este fenómeno con la estrategia de la feria en unas declaraciones para *The Art Newspaper*:

La afluencia de coleccionistas latinoamericanos y coleccionistas potenciales a Madrid ha aumentado en los últimos años, si bien es algo que ha estado ocurriendo durante casi una década. Y la feria ha ido evolucionando a la par de estos cambios para convertirse en el lugar de encuentro del arte latinoamericano en Europa (Jhala, 2023).

Pese a tratarse desde sus inicios de una feria de carácter internacional con predominio de galerías europeas, la presencia de galerías procedentes de Latinoamérica y por extensión de comunidades hispanohablantes ha registrado un aumento gradual desde la primera edición en 1982 hasta la actualidad. En un primer periodo comprendido entre 1982 y 1996, esta presencia es marginal, situándose entre el 2% y el 7% del total de galerías participantes (**Figura 3**). Se trata de un intervalo de tiempo en el cual las galerías latinoamericanas aún no participan en este tipo de eventos en la región, ya que las principales ferias en el continente solo comienzan a operar a partir del año 2000 con la creación de ArteBA en Buenos Aires.

Figura 3
ARCOmadrid 1982-2023. Porcentaje de galerías participantes por áreas geográficas



Elaboración propia: Observatorio Nebrija del español. José Luis Guijarro.

El punto de inflexión para la relación entre Latinoamérica y ARCOmadrid lo constituye la edición de 1997, año en el cual la región en conjunto protagoniza la sección del país invitado y el porcentaje de sus galerías en el evento asciende hasta el 19%. Desde entonces y hasta la actualidad, esta cifra fluctúa de año en año, repuntando de manera especial en las ediciones en las cuales el país invitado procede de Latinoamérica: México (2005), Brasil (2009), Colombia (2015), Argentina (2017) y Perú (2019) y Chile (2021), si bien en este último caso la invitación no llegó a concretarse dada la situación política del país (**Figura 4**). Cabe destacar además la edición de 2022, en la cual Latinoamérica adquiere un protagonismo especial en la feria con la celebración de la sección *Never the same*, comisariada por Mariano Mayer y Manuela Moscoso, creada con el objetivo de reforzar el posicionamiento de la región en la feria mediante la participación de una selección de artistas latinoamericanos representados por galerías internacionales.

Figura 4
ARCOmadrid. Sección país invitado 1994-2003

ARCO MADRID. PAÍSES INVITADOS 1994-2023					
1994	Bélgica	2004	Grecia	2014	Finlandia
1995	EEUU	2005	México	2015	Colombia
1996	Alemania	2006	Austria	2016	Sin sección 'País invitado'
1997	Latinoamérica	2007	Corea del Sur	2017	Argentina
1998	Portugal	2008	Brasil	2018	Sin sección 'País invitado'
1999	Francia	2009	India	2019	Perú
2000	Italia	2010	Los Ángeles	2020	Sin sección 'País invitado'
2001	Reino Unido	2011	Rusia	2021	Sin sección 'País invitado' (1)
2002	Australia	2012	Países Bajos	2022	Sin sección 'País invitado' (2)
2003	Suiza	2013	Turquía	2023	Sin sección 'País invitado'

(1) El país elegido había sido Chile, si bien la invitación fue declinada por la situación política en el país.
(2) Se llevó a cabo una sección comisariada dedicada a Latinoamérica.

Elaboración propia: Observatorio Nebrija del Español. José Luis Guijarro.

3.2. A modo de resumen

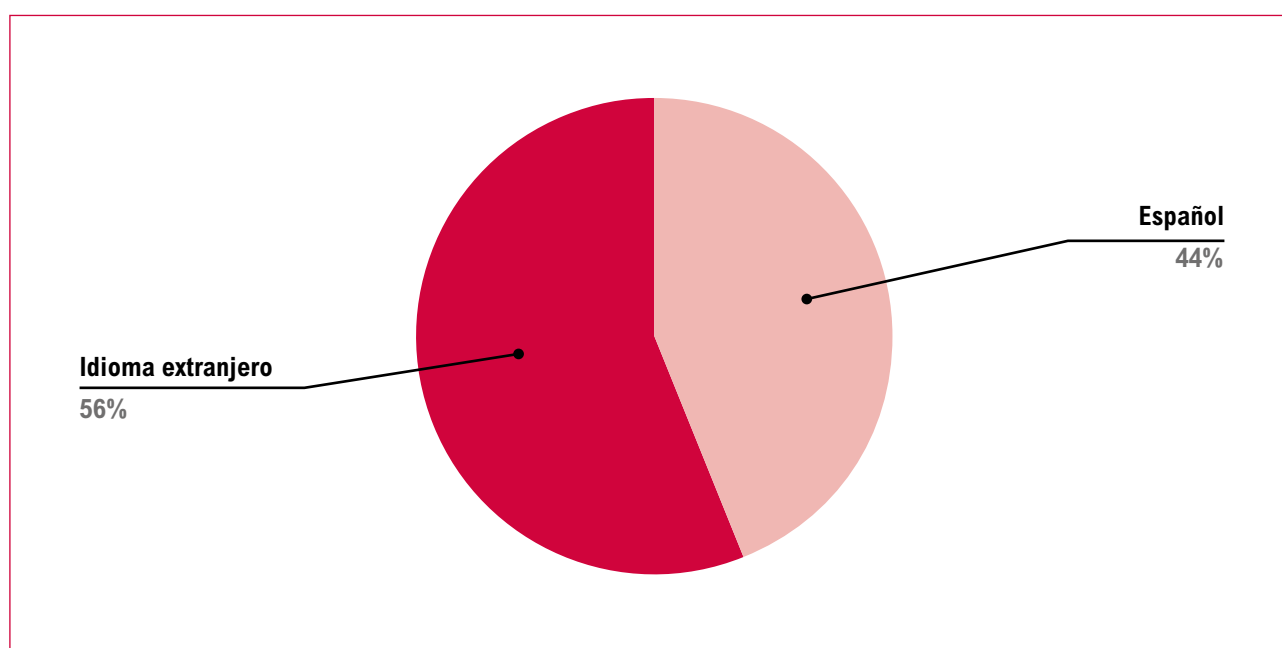
Desde 1997, Latinoamérica es, tras Europa, el segundo continente con más representación de galerías en ARCOmadrid con la excepción de las ediciones de 2003, 2006, 2007, 2009 y 2010. En la última década y de manera especial desde 2015, Latinoamérica aumenta su presencia, con la máxima representación de galerías entre 2015 y 2017, tres ediciones en las cuales el porcentaje se sitúa entre el 20% y el 21% del total de galerías participantes (**Figura 3**).

En el caso específico de galerías de países hispanoparlantes, 2008 marca el momento de menor presencia en la feria con un 28% del total, incluidas las galerías españolas. La reducción en este caso se explica por ser Brasil el país invitado en dicha edición, circunstancia que hace crecer el

Las ferias de arte contemporáneo *en español*: el caso de ARCOmadrid

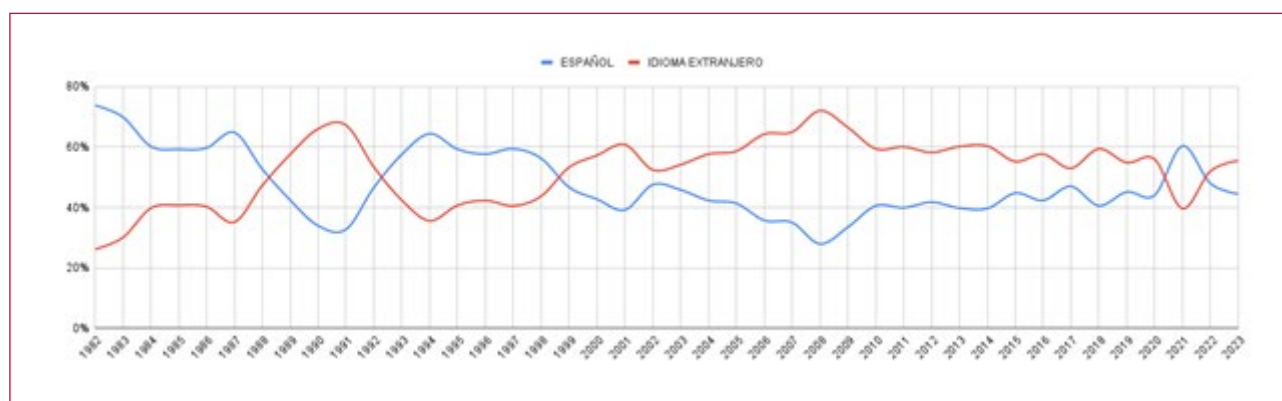
porcentaje de galerías de países no hispanoparlantes hasta el 72%. Desde entonces y hasta 2023 (**Figura 5**), la participación de galerías de países hispanohablantes aumenta de manera gradual, situándose en la mayor parte de las ediciones en la franja entre el 40% y el 50% (**Figura 6**). La excepción en este caso la constituye 2021, edición marcada por la situación derivada de la pandemia global y el cambio de fechas al mes de julio: en dicha edición, dada la reducción en el número de galerías participantes y su procedencia mayoritariamente española, este porcentaje se sitúa en el 60%; en dicha edición, solo un 8% de las galerías participantes viajó desde Latinoamérica.

Figura 5
ARCOmadrid 2023. Porcentaje de galerías participantes por áreas lingüísticas



Elaboración propia: Observatorio Nebrija del Español. José Luis Guijarro.

Figura 6
ARCOmadrid 1982-2023. Porcentaje de galerías participantes por áreas lingüísticas



Elaboración propia: Observatorio del español. José Luis Guijarro.

4. Conclusiones

En el presente estudio se ha revisado el fenómeno de las ferias de arte contemporáneo en el marco de la globalización, y en la medida en que constituyen eventos fundamentales para todos los agentes que operan en este sistema: artistas, galeristas y *dealers*, coleccionistas, curadores, instituciones y patrocinadores, entre otros. De manera específica, se ha situado el foco de atención en aquellas celebradas en contextos hispanohablantes y, de manera concreta, en ARCOmadrid como referente principal en dicho contexto dado su carácter pionero, su ubicación estratégica dentro de Europa y una dimensión internacional que posibilita la coexistencia en la feria de los idiomas español e inglés como principales vehículos de comunicación.

La investigación realizada pone de manifiesto la relevancia de la feria madrileña como lugar de encuentro primordial de la comunidad latinoamericana e hispanohablante dedicada al arte contemporáneo. Por una parte, frente a otras ferias internacionales en Norteamérica, Europa y Asia, en las que el inglés impera como lengua vehicular y donde la participación de galerías procedentes de España o Latinoamérica es muy reducida y además inferior a la presencia de estas en ARCOmadrid. Por la otra, frente a un mercado del arte global en el cual Estados Unidos, China y Reino Unido representan en conjunto un 80% de la cuota de mercado, mientras que la suma de todos los países que comparten el español como idioma principal se encuentra por debajo del 5% (Mc Andrew, 2022).

Junto con lo anterior, la extrema importancia de ARCOmadrid para los agentes del mercado del arte de países hispanoparlantes se hace aún más patente, dada la citada escasez de ferias de arte contemporáneo internacionales en estos contextos. Como mencionábamos en su momento, las siete ferias principales en Latinoamérica y España constituyen apenas un 2,5% del total de eventos de este tipo en todo el planeta, siendo además la feria ARCO la única celebrada en el continente europeo.

Los datos obtenidos en la investigación apoyan la hipótesis que sitúa a la feria ARCOmadrid como enclave principal del mercado del arte latinoamericano y de las comunidades hispanoparlantes, tanto por la existencia de una estrategia específica al respecto, cuanto por comparación con otros eventos similares de carácter internacional. Surgen, en cualquier caso, una serie de interrogantes para futuras etapas de la investigación:

- ¿Existen barreras de entrada por cuestiones idiomáticas en el sistema del arte internacional?
- ¿De qué manera constituye la mayor presencia de agentes hispanoparlantes en ARCOmadrid una diferenciación estratégica respecto a otras ferias de arte a nivel internacional? ¿Puede el idioma español constituir una fuente de diferenciación en el mercado del arte global?
- ¿Cuál es el papel y el impacto económico, social y cultural del idioma español en la expansión del mercado del arte en España motivada por la llegada de agentes procedentes de Latinoamérica?
- ¿Cuál es el impacto económico, social y cultural de ARCOmadrid en el mercado del arte latinoamericano / de los países hispanohablantes?

5. Bibliografía

- ADAM, M. G. (2014). *Big bucks: The explosion of the art market in the 21st century*. Ashgate, Publishing, Ltd.
- APPADURAI, A. (1996). *Modernity at large: Cultural dimensions of globalization*. University of Minnesota Press.
- BAIA CURIONI, S. E. P., Marta; Forti, Laura. (2020). Philosophic Money. The Contemporary Art System as a Market and Cultural Agent. En *Arts MDPI*, 9.
- BAIA CURIONI, S. (2012). A fairy tale: the art system, globalization, and the fair movement. En *Contemporary art and its commercial markets* (pp. 115-151). Sternberg Press.
- BARRAGÁN P. (2008). *The art fair age: on art fairs as urban entertainment centers; art fair curators; expanded painting; collection; and new fairism*. Charta Books.
- BARRIENDOS, J. (2013). Geopolitics of Global Art. The Reinvention of Latin America as a Geoaesthetic Region. En Belting, H.; Buddensieg, A. (eds.) *The Global Art World. Audiences, Markets, and Museums*, pp. 98-110, Hatje Cantz.
- BELTING, H; BUDDENSIEG, A.; WEIBEL, P. (eds.) (2013). *The Global Contemporary and the Rise of the New Art Worlds*, Cambridge, MA: MIT Press.
- BERTENS, L. M. (2022). Modelling the art historical canon. En *Arts and Humanities in Higher Education*, 21(3), 240-262.
- BHABHA, H. (1994) *El lugar de la cultura*. Buenos Aires: Manantial.
- BOREA, G. (2016). Fuelling museums and art fairs in Peru's capital: the work of the market and multi-scale assemblages. En *World Art*, 6(2), 315-337.
- BUCHHOLZ, L. W., Ulf. (2010). Cultural Globalization between Myth and Reality: The Case of the Contemporary Visual Arts. *Art-e-fact. Glocalogue* (04).
- DUARTE, A. (2020). The Periphery Is Beautiful: The Rise of the Portuguese Contemporary Art Market in the 21st Century. *Arts MDPI*, 9, 115. doi:10.3390/arts9040115.
- ECKSTEIN, J. (2006). *The art fair as an economic force: TEFAF Maastricht and its impact on the local economy*. Helvoirt: TEFAF.
- FILLITZ, T. (2014). The booming global market of contemporary art. *Focaal-Journal of Global and Historical Anthropology*, 69, 84-96.
- GERLIS, M. (2021). *The Art Fair Story: A Rollercoaster Ride*. Lund Humphries.
- GUASCH, A. (2009). *El arte del siglo XX en sus exposiciones. 1945-2007*. Barcelona: Ediciones del Serbal.
- HERNÁNDEZ-NAVARRO, M. (2009). Contradictions in Time-Space. In H. B. Belting, Andrea; (Ed.), *The Global Art World. Audiences, Markets, and Museums* (pp. 136-151): Hatje Cantz.
- HEINICH, N. (2014). *El paradigma del arte contemporáneo. Estructuras de una revolución artística*. Madrid, Casimiro.
- JHALA, K. (2023). "Is an influx of Latin American collectors turning Madrid into de art world's next Miami?", en The Art Newspaper, 23 febrero. En <<https://www.theartnewspaper.com/2023/02/21/is-an-influx-of-latin-american-collectorsturning-madrid-into-the-art-worlds-new-miami>> (fecha de consulta: 24-02-2023).
- KANZAKI SOOUDI, O. (2018). Market memories: Collective memory and art market change in Mumbai. *Poetics*, 71.
- KOMAROVA, N. (2018). Between the market and noncommercial art institutions: Early career strategies of contemporary artists in emerging art scenes. *Poetics*, 71.
- LIND, M., & VELTHUIS, O. (2012). *Contemporary art and its commercial markets: a report on current conditions and future scenarios*.

- MARTIN, M. (2010). *The Latin American Market Comes of Age*. En <<https://mamfa.com/the-latin-american-market-comes-of-age-2>> (fecha de consulta: 30-03-2023).
- MCANDREW, Clare. (2022). *The Art Market 2022, Art Basel & UBS*. En: <<https://www.artbasel.com/about/initiatives/the-art-market>> (fecha de consulta: 30-03-2023).
- MEHRING, C. (2008). Emerging Market. *Artforum International*, 46(8), 322, 324.
- MINDER, R. (2022). Madrid Rivals Miami as a Haven for Latin Americans and Their Money. En *The New York Times*, 2 abril. En <<https://www.nytimes.com/2022/04/02/world/europe/spain-madrid-latin-america.html>>. (fecha de consulta: 30-03-2023).
- MOSQUERA, G. Beyond Anthropophagy: Art, Internationalizaion, and the Cultural Dynamics. In H. B. Belting, Andrea; Weibel, Peter (Ed.), *The Global Contemporary and the Rise of the New Art Worlds*. Karlsruhe: ZKM, Center for the Arts and Media Karlsruhe.
- Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía (2011). Versiones del Sur: Cinco propuestas en torno al arte en América. Más allá del documento. En <<https://www.museoreinasofia.es/exposiciones/versiones-sur-cinco-propuestas-torno-al-arte-america-mas-alla-documento>> (fecha de consulta: 30-03-2023).
- Museum of Modern Art (2023). Instituto de investigación Patricia Phelps de Cisneros. En <<https://www.moma.org/research-and-learning/cisneros/about>> (fecha de consulta: 1-04-2023)
- QUEMIN, A. (2006). Globalization and Mixing in the Visual Arts. An Empiral Survey of “High Culture” and Globalization. *International Sociology*, 21(4), 522-550.
- QUEMIN, A. (2020). The market and museums: the increasing power of collectors and private galleries in the contemporary art world. *Journal of Visual Art Practice*, 19(3), 211-224. doi: <https://doi.org/10.1080/14702029.2020.1804705>
- VALDÁS, R. M. (2009). Sistema global del arte: museos de arte contemporáneo, bienales y ferias como mecanismos de posicionamiento urbano en los circuitos globales de intercambio. *EURE, Revista Latinoamericana de Estudios Urbanos Regionales*. 35(106), 155-169.
- VELTHUIS, O. BAIA CURIONI, S. (2015). Making Markets Global In O. B. C. Vilthuis, S. (Ed.), *Cosmopolitan Canvases. The Globalization of Markets for Contemporary Art* (pp. 1-28). Oxford: Oxford University Press.
- VELTHUIS, O. BRANDELLERO, A. (2018). Introduction to special issue on Global art markets. *Poetics*, 71, 1- 6.



OBSERVATORIO
NEBRIJA DEL
ESPAÑOL

observatorionebrijadelespañol.com



www.nebrija.com
www.fundacionnebrija.org
www.nebrija500.es

AR
CO
Madrid



FUNDACIÓN
NEBRIJA



ANTONIO DE NEBRIJA
500 AÑOS



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE ASUNTOS EXTERIORES, UNION EUROPEA
Y COOPERACION