



---

## UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

Programa Oficial de Posgrado

### MÁSTER UNIVERSITARIO EN ECONOMÍA DE LA CULTURA Y GESTIÓN CULTURAL

Trabajo de fin de Máster:

*Mercado de Arte Contemporáneo  
Argentino: la dimensión desconocida*

Valeria I. Darnet

Facultad de Comercio - Valladolid - Julio 2020



# UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

Programa Oficial de Posgrado

## MÁSTER UNIVERSITARIO EN ECONOMÍA DE LA CULTURA Y GESTIÓN CULTURAL

CURSO ACADÉMICO 2019 - 2020

Trabajo de fin de Máster:

### *Mercado de Arte Contemporáneo Argentino: la dimensión desconocida*

Presentado por:

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Valeria Itatí Darnet'.

Valeria Itatí Darnet

Tutores:

Mariano Durántez Vallejo

Ana Bedate Centeno

Facultad de Comercio - Valladolid - Julio 2020

## Mercados de Arte Contemporáneo Argentino

### *La dimensión desconocida*

#### **RESUMEN**

El mercado de arte a nivel global es conocido por las mediciones de las facturaciones realizadas en el mercado secundario, es decir, la estimación aproximada de cuánto facturan anualmente las casas de subastas internacionales acorde a sus propios reportes.

En el panorama argentino, ante la falta de estadísticas y datos oficiales de sus propios agentes, analizamos la estructura de los mercados de arte contemporáneo actuales, a través de fuentes secundarias que nos permitan visibilizar cómo se organizan los mismos, con la finalidad de aproximarnos a sus dimensiones.

Palabras claves: **Mercado – Arte Contemporáneo – Argentina**

#### **ABSTRACT**

The global art market is known for the annual turnover's measurements made in the secondary market, that is, the approximate estimation of how much the international auction houses bill annually according to their own reports.

In the Argentine panorama, in view of the lack of statistics and official data from its own agents, we analyze the structure of current contemporary art markets, through secondary sources that allow us to make visible how they are organized, in order to get closer to its dimensions.

Keywords: **Market – Contemporary Art – Argentina**

## ÍNDICE

---

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>5</b>
<b>Capítulo 1: Sobre el mercado, el arte y lo que los une</b> .....	<b>7</b>
<b>1.1. La simbiosis entre mercado y arte contemporáneo</b> .....	<b>8</b>
1.1.1. Arte Contemporáneo como institución: el circuito del arte. ....	8
1.1.2. El Mercado: entre lo simbólico y lo material. ....	9
1.1.3. La obra de arte como mercancía.....	12
<b>1.2. Panorama mundial: <i>Mercado de Arte Contemporáneo</i></b> .....	<b>14</b>
<b>1.3. Panorama argentino del mercado de arte contemporáneo</b> .....	<b>18</b>
1.3.1. Sinopsis histórica del mercado y el arte argentino contemporáneo. ....	21
1.3.2. Agentes del circuito contemporáneo argentino en el siglo XXI .....	23
1.3.3. Marco legal y fiscal referido a las obras de arte en Argentina .....	25
<b>Capítulo 2: El caso argentino. Un mercado incierto</b> .....	<b>32</b>
<b>2.1. Planteamiento general del estudio de caso</b> .....	<b>33</b>
2.1.1. Propuesta inicial y obstáculos encontrados.....	33
2.1.2. Propuesta secundaria y aplicación .....	34
<b>2.2. Análisis de resultados por segmentos</b> .....	<b>35</b>
2.2.1. Mercado del Conocimiento.....	35
2.2.1.1. La construcción del Valor simbólico .....	36
2.2.1.2. Aportes del Estado Nacional .....	41
2.2.2. Mercado Primario .....	46
2.2.2.1. Ferias de Arte Contemporáneo .....	46
2.2.2.2. Artistas .....	48
2.2.2.3. Galerías.....	53
2.2.3. Mercado Secundario y sector receptor/consumidor .....	56
2.2.3.1. Casas de Subastas .....	56
2.2.3.2. Colecciones en Museos .....	63
2.2.3.3. Coleccionistas de arte contemporáneo en Argentina .....	65
<b>Conclusiones</b> .....	<b>68</b>
<b>Referencias bibliográficas</b> .....	<b>73</b>
<b>Anexos</b> .....	<b>80</b>

## INTRODUCCIÓN

---

Cuando de arte se trata, los teóricos del propio campo debaten entre sí sus teorías sobre cuáles serían las vías más adecuadas para su valoración, pero lo cierto es que la pregunta por *el arte y su esencia* ha quedado en la modernidad, pues más bien lo que interesa saber hoy día es *cuándo hay arte*, si del contemporáneo se trata, y no *qué es o no* el mismo. En lo que muchos teóricos y críticos, sin embargo, sí se han puesto de acuerdo es en determinar que la valoración de una obra viene dada con una doble dimensión: la simbólica y estética, por un lado, y su valor mercantil o económico por otro. Este segundo es del cual reniegan muchos intelectuales, pero también es aquel que pocos pueden explicar.

Es por ello que el presente trabajo intenta dar cuenta de un sector poco estudiado y casi no abordado por las titulaciones universitarias argentinas que se dedican a enseñar Artes Visuales. Muy pocos son los planes de estudios que contemplan en sus contenidos asignaturas referidas al mercado de arte, a la gestión de las instituciones culturales, al abordaje de las industrias culturales y creativas, y mucho menos al hecho de que exista una rama de la economía que estudia a la cultura y sus distintas manifestaciones. Dados estos motivos, que han sido determinantes en la selección de este Máster para ampliar la capacitación académica además de una formación previa como Licenciada en Artes Plásticas y Especialista en Crítica de Artes, es que se ha originado un interés personal y profesional en profundizar sobre el mercado de arte contemporáneo argentino y toda la estructura que contiene al sector comercial, cada vez con más presencia en el campo artístico nacional.

La plataforma *Artprice* es una herramienta digital que nos ofrece el panorama mundial del mercado del arte en general, y según su último reporte del 31 de octubre de 2019 sobre Mercado de Arte Contemporáneo, los grandes jugadores son EE.UU. (39%), Reino Unido (23%), China (28%), Japón (1%), Francia (2%) y Alemania (1%). El resto de los países que comercializan arte, figuran como tal: *el resto*, que constituyen solamente el 6% faltante. Nos cuestionamos entonces qué fracción le correspondería a Argentina para insertarse en ese pequeño porcentaje y resolver cuán mínima sería la misma.

A diferencia de otros países, Argentina no presenta estadísticas oficiales con las cuales medir o evaluar el sector económico de las Artes Visuales, de manera que, el escenario del mercado de arte contemporáneo argentino fue una incógnita a descubrir. Con la finalidad de aproximarnos a esta *dimensión desconocida* -que abarcaría además de una magnitud económica, sus dimensiones funcionales, sociales y culturales dentro del circuito en el cual opera-, se fijaron los siguientes objetivos:

### Objetivo general

- ✓ Dimensionar los mercados dentro del circuito de arte contemporáneo argentino actual.

### Objetivos específicos

- ✓ Esquematar el funcionamiento del circuito de arte contemporáneo.

- ✓ Analizar la estructura de los mercados de arte contemporáneo argentino.
- ✓ Identificar los agentes involucrados en cada mercado del circuito de arte contemporáneo argentino considerando su heterogeneidad.

Para llevarlos a cabo, en primera instancia se diseñaron encuestas electrónicas dirigidas a los principales agentes de los mercados de arte argentino primario y secundario, pero ante la escasa participación de los mismos, se ha optado por utilizar el método de la etnografía virtual -de observación no participante-, con el cual se ha recopilado información de fuentes secundarias para construir las bases de datos y respaldar el estudio, así como ampliar perspectivas no previstas inicialmente, incluyendo en nuestro estudio también al mercado del conocimiento. Por esta razón, nos propusimos indagar los mercados y no solo el mercado en general del arte contemporáneo en Argentina.

Esquemáticamente se da comienzo a este trabajo dando cuenta en el primer apartado de las apreciaciones teóricas que unen mercado y arte contemporáneo, las características de los bienes que se comercializan en él y cómo esta conjunción se manifiesta tanto a nivel global como en el panorama argentino.

En un segundo apartado se presenta el estudio de caso, la propuesta inicial con los obstáculos encontrados ante ella y una segunda propuesta aplicable, en la cual se consideran a todos los agentes involucrados en el circuito donde se desarrollan los mercados de arte contemporáneo argentino. En él también se describen los análisis y resultados obtenidos de fuentes secundarias para cada mercado indagado: del conocimiento, primario y secundario.

Finalmente, abordaremos a modo de conclusión los posibles aportes de esta investigación y los puntos a tener en cuenta en futuras investigaciones sobre este sector.

## Capítulo 1: Sobre el mercado, el arte y lo que los une



## 1.1. La simbiosis entre mercado y arte contemporáneo

---

A la hora de precisar la noción del mercado de arte contemporáneo *-leitmotiv* de este trabajo-, resulta ineludible una revisión literaria sobre las acepciones acopiadas a lo largo de estos años por autores y autoras que lo indagan. Pero antes de introducirnos a dicha unión, consideramos inevitable hacer ciertas aclaraciones por separado de los conceptos que lo conforman como tal. Luego, se esquematiza el funcionamiento del circuito del arte contemporáneo, se procede a analizar las características de las obras de arte como bienes económicos y, finalmente, se presentan los panoramas mundial y argentino respecto al mercado de arte contemporáneo actual.

### 1.1.1. Arte Contemporáneo como institución: el circuito del arte.

---

Lo contemporáneo siempre se asocia a lo actual, y corre el riesgo de pensarse como arte producido por nuestros coetáneos, lo cual implicaría un error. Lo postmoderno no abarca todas las expresiones en el arte sucedidas desde la segunda mitad del siglo XX, por lo tanto, no puede designar una época porque se refiere solamente a un sector de la producción artística mundial producida después del arte moderno. Lo cierto es que no hay fechas exactas para marcar el término del arte moderno y el inicio del contemporáneo, que en muchos casos tuvieron producciones en paralelo.

En arte contemporáneo lo que realmente interesa es la *idea* de arte, no su manifestación material. Gerard Genette (1997) decía que, a partir de los gestos duchampianos de principios del siglo XX, hoy no podrían pensarse las obras de arte fuera de su estado conceptual, sobre todo aquellas nacidas de la mano de la contemporaneidad en el arte. El acto de definir que lo creado/diseñado es *obra* y exponerlo, ya implica un régimen hiperalográfico que no escapa a su reflexión al contemplarse: lo que importa es el gesto y no el objeto (Genette, 1997).

Por otro lado, Arthur Danto (2003) señalaba que lo que determinó el fin del arte moderno fue el hecho de que no hay más reglas que establezcan de antemano qué es una obra de arte, ellas pueden parecerse a cualquier cosa y los artistas pueden crear en cualquier sentido -o sinsentido- lo que deseen. El artista es quien resuelve qué objeto es o no arte para él. Sin embargo, es el *mundo del arte* -compuesto por galerías, museos, escuelas de arte, revistas, instituciones de la crítica, curadores<sup>1</sup> e historiadores- quien decide hoy qué podría ser o no ser una obra contemporánea (Danto, 2003).

Similar planteamiento hace Rodrigo Alonso (2014) al remarcar que en arte contemporáneo muchas veces la valoración de una obra debe estar asociada a elementos del contexto en el que ha sido creada o expuesta, o bien en su relación con la propia historia del arte<sup>2</sup>. Entonces, al no existir pautas o valores definidos para catalogar las obras contemporáneas, depende de un grupo de agentes (instituciones y

---

1 También denominados *comisarios*, en España, sobre todo.

2 Si nos situamos en una posición de análisis metadiscursivo de las obras de arte en la contemporaneidad, sabremos que las mismas no se limitan hoy solamente a su aparición material, sino que se definirán por las relaciones funcionales que éstas mantengan con las prácticas culturales y sociales; lo que nos indica que las obras siempre se definirán históricamente y en contexto.

mediadores) que son quienes decidirán qué producción pertenece a este segmento y cuáles no. Estas instancias de negociaciones que desarrolla la práctica artística es la que se denomina *circuito del arte*, que no es más que un sistema que da cuenta de la producción, circulación y recepción de las obras de arte (Alonso, 2014). Dicho *circuito* tiene dos aspectos fundamentales que deben considerarse:

Funciona independientemente a las obras de arte, y éstas adquieren valor como tal luego de haber transitado los espacios dentro del circuito.

No es homogéneo.

De esta manera, y a los efectos de este trabajo, al referirnos a los términos *mundo del arte* o *circuito del arte*, estaremos hablando de la red institucionalizada y estructurada a través de la cual el arte contemporáneo se manifiesta, actúa, se interrelaciona con otras industrias e intercambia sus bienes, discursos y valores. Nótese también que el mercado<sup>3</sup> está incluido en el mundo del arte y no al revés. Esto implica entonces, advertir, que muchos estudios solamente centrados en los volúmenes de comercialización de las obras de arte en un segmento específico tampoco representan a todo el conjunto institucionalizado como se pretende.

### 1.1.2. El Mercado: entre lo simbólico y lo material.

---

Conocer la dimensión económica de la cultura nos ayuda a entender cómo se crea el valor económico de los bienes culturales, pero también ayuda a comprender que la cultura genera riqueza, empleo, valor añadido y externalidades a través de sus agentes y por ello, los mismos deben ser considerados al investigar sus sectores específicos (Bonet, 2004).

El sólo hecho de que la *economía* haya dedicado una de sus ramas de investigación a las artes y la cultura, nos indica que hay un vínculo entre ambas que no pasa desapercibido en el mundo actual. El Mercado -al igual que el Arte- es una institución, y como tal, el mismo ofrecerá lo que se le demande (Frey, 2000).

Bonet (2004) señaló que tratar de entender la cultura desde una lógica meramente económica convencional, intentando dilucidar el comportamiento "irracional" muchas veces de los creadores que van en dirección opuesta al mercado, es ignorar el hecho de que el valor simbólico importa más que el mercantil en materia cultural, puesto que la *lucha simbólica* que se da en el campo cultural persigue fines ajenos al mercado. Lo que el/la artista busca es el reconocimiento del sistema, sin el cual, el mercado no lo aceptaría. Sin embargo, el capital social que envuelve a la esfera del mercado de arte nos indica que sus efectos no se reducen al conjunto de propiedades individuales de un agente, sino a la pertenencia a un grupo en una red de vínculos instaurada conscientemente para obtener beneficios materiales y/o simbólicos. Los agentes entienden que el capital que cada sector acumula es intercambiable y favorece tanto a la permanencia como a la utilidad de esa red de conocimiento y reconocimiento mutuos (Bourdieu, 2011)

---

<sup>3</sup> En función de este trabajo, vale aclarar que se referirá al término *mercado de arte* cuando hablemos del sector comercial en general dentro del circuito, y se especificará cuando nos referimos a cada uno de los tres segmentos abordados en particular.

Ahora bien, si entendemos que el mercado es ese lugar en dónde oferta y demanda se encuentran para realizar intercambios económicos, es claro que entenderemos, ergo, al mercado del arte como aquel espacio donde se produce la compra y venta de obras de arte -su mercancía principal-. Lo cierto es que, a pesar de la sencillez de esta definición, hay muchos otros factores que hacen que las relaciones en el mercado de arte sean un poco más complejas de lo que parece. Revisamos en la [Tabla 1](#) las ideas de diferentes autores y autoras provenientes de campos disímiles, pero relacionados, para dar cuenta de una simbiosis que no es visible a primeras como se piensa.

Tabla 1. Definiciones de *mercado de arte*.

Autor/a	Definición
Sarah Thornton (2008)	El mercado sólo incluye a quienes compran y venden obras de arte, pero se inserta en el <i>mundo del arte</i> que es de mayor amplitud y del cual depende para realizar las transacciones comerciales del arte. El mundo del arte representa a una economía simbólica donde lo intercambiable son las ideas, y donde el valor cultural interesa más que el rédito mercantil.
Olav Velthius (2005)	Aunque no define al mercado, identifica el sector de las Artes Visuales en dos segmentos comerciales: Mercado primario: donde artistas venden sus obras por primera vez. Mercado secundario: reventa de las obras de arte.
Raymond Moulin (2012)	El Mercado -inserto en el mundo del arte- se segmenta por las características de sus bienes diferenciados por períodos de la Historia del Arte como: Mercado de obras catalogadas: se caracterizan por presentar oferta limitada y un valor artístico reivindicado continuamente por el paso del tiempo y el consenso socio-histórico. Mercado de arte contemporáneo: aún no insertas en la Historia del Arte. Oferta heterogénea e inestable. Demanda con mayor elasticidad.
Isabelle Graw (2015)	El mercado del arte es análogo al financiero: estará donde estén sus operadores. Es una red de actores dependientes entre sí, pero autónomos en cada campo. Además de los mercados primario y secundario, es importante el <i>Mercado del Conocimiento</i> que valida simbólicamente las obras de arte y atraviesa todo el circuito del arte contemporáneo: escuelas, revistas, libros, ferias, bienales, premios, simposios, etc.
Luis Afonso y Alexandra Fernandes (2019)	El Mercado del Arte es el lugar donde las operaciones de oferta y demanda, a través de sus intermediarios, articulan la producción y consumo de obras de arte. Cada sector del mercado dentro del circuito del arte contemporáneo se manifiesta en ecosistemas que germinan o se extinguen, readaptándose constantemente a la naturaleza de las obras de arte que se comercializan y de la cual dependen. Los mercados son una red de redes de agentes e instituciones interconectadas pero independientes entre sí.
Alessia Zorloni (2013)	Conjunto complejo de operadores interconectados dentro de una red mayor -sistema de artes visuales- en la cual se ofrecen artículos de lujo de alto contenido simbólico.
Don Thompson (2010)	Este autor analiza el funcionamiento del mercado, sin definirlo, a través de cada uno de sus agentes y del factor fundamental por el cual el arte contemporáneo se ha transformado en un sector de relevancia en el mercado actual del arte: la marca. El artista de marca, la obra de marca, el marchante de marca, el coleccionista de marca y los museos de marca son quienes deciden el juego de las facturaciones actuales.

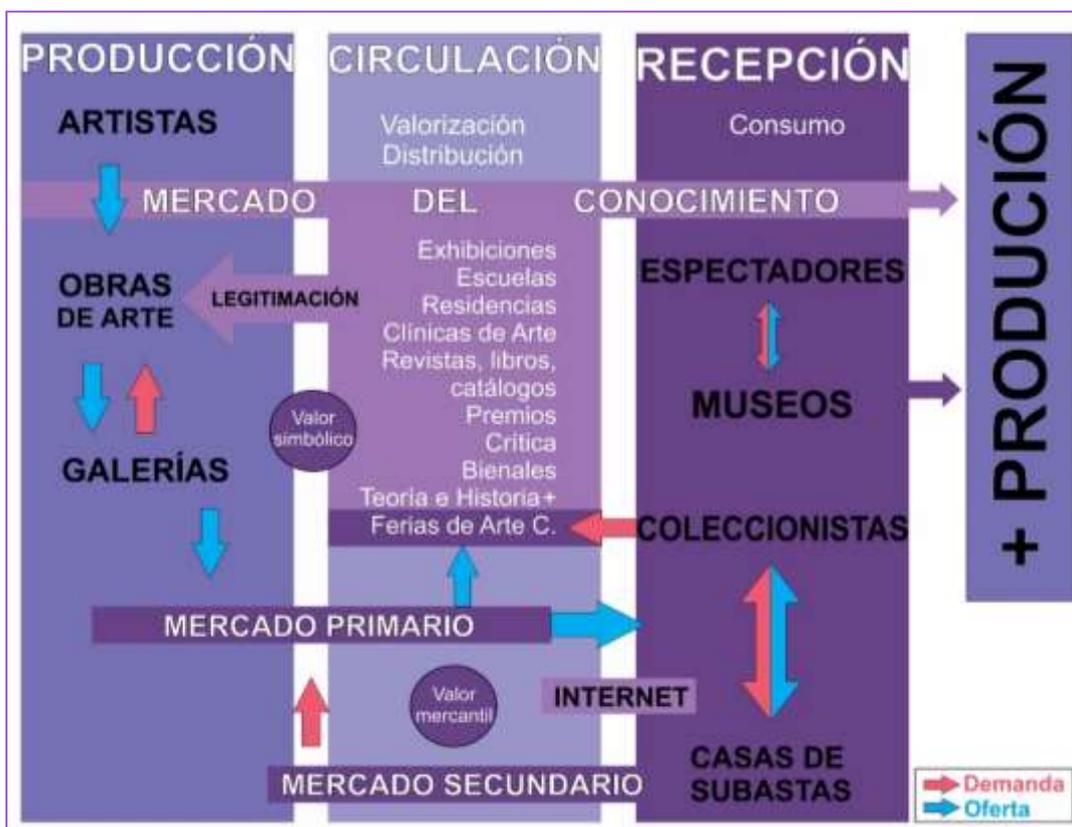
Fuente: Elaboración propia a partir de Thornton (2008), Velthius (2005), Moulin (2012), Afonso y Fernandes (2019), Zorloni (2013), Thompson (2010).

De esta manera, podemos decir que el mercado de arte no está aislado ni funciona en solitario con respecto al mundo del arte. Por lo tanto, en un esfuerzo por aunar la complejidad y heterogeneidad del circuito del arte contemporáneo, esquematizamos su funcionamiento para describir sintéticamente las estructuras y agentes involucrados en él ([Figura 1](#)).

El Circuito del Arte Contemporáneo se divide en tres fases básicas: la producción, circulación (valorización y distribución) y recepción (consumo)<sup>4</sup>.

Es en la fase productiva en la cual los *Artistas* desarrollan su creatividad y la manifiestan a través de *Obras de Arte* que ofrecen al *Mercado del conocimiento* para ser legitimadas y circular. Este último, a través de diferentes espacios e instituciones, valorizan las obras para que productores y *Galerías* tengan el aval necesario para justificar el discurso y la producción artística (valor simbólico)<sup>5</sup> que intentarán distribuir. La distribución se hará en el *mercado primario*, principalmente en las propias galerías, en las *ferias contemporáneas de arte* y directamente a sus clientes principales: los *coleccionistas*, generando así el valor mercantil. También los agentes del mercado primario trabajarán con los del mercado del conocimiento, sobre todo con los de la crítica, la teoría y también con los museos como receptores del sector consumidor para acrecentar el valor de las obras y sus productores.

Figura 1. El circuito del Arte Contemporáneo.



Fuente: Elaboración propia.

El *mercado secundario*, una vez establecidos el valor simbólico y el mercantil, demandará al mercado primario obras para su reventa a través de sus *Casas de Subastas*, quienes intercambiarán

<sup>4</sup> Zorloni (2013) también compara la producción artística con la cadena de valor: producción, distribución, valorización y consumo. Pero aquí la valorización se produce antes de su distribución y discrepamos con la autora ante ello.

<sup>5</sup> Posesión legítima de reconocimiento que implica siempre una forma de trabajo, gasto, tiempo y energía del/la artista (Bourdieu, 2011)

operaciones de oferta y demanda con los coleccionistas interesados, sus principales clientes. Estos últimos también demandarán en las ferias las obras circulantes y contribuirán a que el mercado del conocimiento produzca más valor simbólico.

Con ambos valores ya establecidos, *Internet* será la nueva plataforma de intercambios, ampliando las operaciones entre agentes y convirtiéndose en un agente intermediario más del circuito -hecho que se acrecentó con el COVID-19-. Tanto el mercado del conocimiento, como los primario y secundario, ofrecerán sus productos al sector consumidor, entre los cuales *espectadores* demandarán obras ofrecidas por *Museos* e Instituciones del Arte como las *Bienales* o la *Crítica*, y una vez satisfecha esta necesidad estética, todo el sector requerirá de nuevas producciones, volviendo a comenzar de esta manera el circuito.

Aunque muchos economistas sostengan que el arte es lo que cada individuo quiera creer que es (Frey, 2000), como se observa en el esquema recién descrito la cosa no funciona así con el arte contemporáneo. George Dickie (2005) planteó que no existen obras de arte fuera del circuito, porque las mismas son creadas por artistas conscientes de ese acto creativo, quienes además tienen la intención de presentarla como tal al resto de los espectadores/miembros del mundo del arte, que pueden aceptarla o rechazarla. Aun cuando un/a artista decida aislarse del sistema, si un miembro desde adentro descubre su producción y la reconoce como *obra de arte*, haciéndola circular, ya es parte del circuito, aunque no atraviese todos sus espacios. De hecho, que para que el mercado de arte funcione dentro del campo artístico, debe existir la *ilusión* de que el arte no está influido por él y viceversa.

La obra de arte se define así, como el resultado de su posición dentro la estructura institucional del circuito contemporáneo, en el contexto de una práctica cultural establecida, y este hecho la incluye como mercancía en un mercado específico de competencia imperfecta y tendencias monopólicas, dada la concentración de cuotas del mercado, la información asimétrica en determinados espacios del circuito y el control relativo sobre la asignación de los precios (Thompson, 2006).

### 1.1.3. La obra de arte como mercancía

---

La obra de arte como producto, recién pudo adquirir ese estatus una vez nacida e instaurada la disciplina de la *Estética*<sup>6</sup>, que surge a mediados del siglo XVIII al igual que la *Economía Política* (Graw, 2014). Ambas determinaron desde sus inicios sus respectivas autonomías y optaron por manejarse por sus propias reglas, pero lo cierto es que esa autogestión pretendida por cualquier disciplina es solamente relativa, dado que nunca dejan de incidir unas sobre otras en los campos social, cultural, político, económico, etc. La obra de arte, de esta manera, se liberó por fin del *valor de uso* que se le asociaba artesanal e históricamente, además de poder omitir las demandas ético/estéticas de la Iglesia y de la aristocracia (Bourdieu, 2010).

---

<sup>6</sup> Por Alexander Baumgarten en la segunda mitad del siglo XVIII.

Una clasificación industrial, planteada por Zorloni (2013) y Rascón Castro (2009), dentro de la *economía del arte* identifica las actividades de producción y distribución de obras de arte como bienes pertenecientes a las economías creativas. Esto la ubica dentro de una *economía de la información*, ya no ligada únicamente a la *sociedad de la información* o a su aspecto tecnológico, sino a la especificidad de sus propios operadores o agentes profesionales formados e interiorizados respecto a la naturaleza de los bienes que mercantiliza, cuyos recursos como bienes culturales generan valores añadidos per sé y poseen un alto contenido simbólico. (Méndez, Michelini, Prada, Tébar, 2012). Entonces, como *bien* del mercado podemos otorgarle varias características inherentes a su naturaleza ([Tabla 2](#)).

Tabla 2. Características de la Obra de Arte como bien económico.

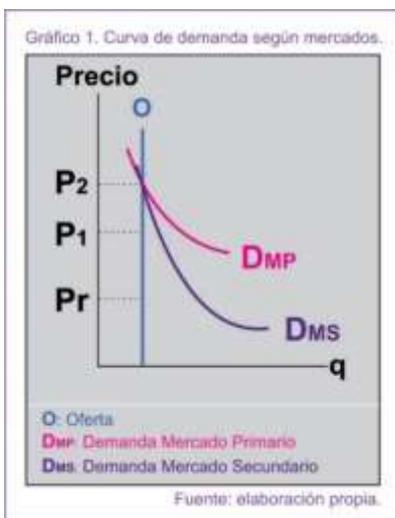
LA OBRA DE ARTE COMO BIEN ECONÓMICO	
Bien único e irrepetible	Algunos consumidores los consideran bienes especiales, ya que no tiene sentido comparar diferentes objetos/productos, porque no son iguales.
Original	Creado a partir de la idea de su autor/a. Implica derechos a la propiedad intelectual.
Bien marca	Puede transformarse en una <i>marca</i> asociada a su creador/a.
Bien duradero	A diferencia de otros bienes, su obsolescencia no está programada y perdura en el tiempo más que otros productos.
Inversión de valor	Con o sin fines especulativos, puede ser considerado un activo.
Bien de lujo	Puede asemejarse a un artículo de lujo en tanto genera estatus social y prestigio simbólico.
Oferta limitada y vertical	Quien la ofrece posee el monopolio sobre la misma, por lo tanto, es rígida su oferta.
Demanda elástica	Sin embargo, como activo su demanda depende de varios factores: la renta o los ingresos, retorno esperado, riesgo en relación a otros activos, las preferencias del cliente (gusto) y la liquidez del activo.
Bien patrimonial	Puede pertenecer al patrimonio artístico y cultural de una nación. Como tal presenta efectos externos positivos: valor de existencia, de legado, de prestigio, de opción y de educación.
Escaso y raro	Al dejar de circular en los mercados, su valor simbólico -y a veces económico- aumenta al destinarse a colecciones tanto privadas como públicas de acceso restringido.
Bien privado con características de público	Tanto su exclusividad como rivalidad dependen del contexto. Adquirido para una colección personal, el bien es privado: exclusivo y rival. Pero, expuesta en un museo de acceso gratuito, la obra es un bien público. Si hay que abonar entrada, es exclusivo, pero no rival.
Valor multidimensional	Es apreciado desde diferentes aspectos, pero en arte contemporáneo su valor simbólico es ambiguo e inestable. Esto significa que los valores estéticos cambian todo el tiempo, independientemente de su escasez o rareza, las tendencias o modas influyen por periodos.
Bien de consumo	Otorga beneficios psicológicos a sus consumidores
Pieza unitaria	Opera en mercados de venta al por menor

Fuente: elaboración propia a partir de Zorloni (2013), Thompson (2010), Moulin (2012).

Hay que tener en cuenta que, a diferencia de otros mercados, en el del arte el factor *tiempo* es determinante para el desarrollo de la producción, circulación y recepción; y esto afecta también tanto la posición de las obras como sus precios (Rascón Castro, 2009). Ampliamos esta cuestión con respecto a la oferta y demanda.

Mientras que la oferta es vertical o rígida (O), ya sea en el mercado primario o secundario, la demanda está afectada por el precio establecido en cada mercado ([Gráfico 1](#)). En el mercado primario la información suele ser asimétrica y costosa. En él puede intervenir o no algún intermediario (galerista o

*marchante*<sup>7</sup>) para vender la obra al cliente interesado. Hay que entender que al operar con obras nuevas (primera venta) los intermediarios deben utilizar estrategias para acrecentar los valores de sus artistas emergentes o en carrera, y esto implica habilidades de promoción que no son inmediatas. En este



escenario, que puede tardar meses de concreción, el precio de reserva ( $P_r$ ) se establece como base de la cual no se baja para ser vendido. A partir de él, cualquier precio superior ( $P_1$  o  $P_2$ ) es factible de convertirse en el real acorde a la demanda que tenga y las negociaciones que realicen los agentes implicados. Usualmente, el valor monetario obtenido se divide entre galerista y artista (50/50, 40/60, 30/70), pero si el/la artista opera directamente la transacción, se queda con el 100% de la venta.

En el mercado secundario de arte, en cambio, al ser públicas las operaciones, los precios que se fijarán en función de la demanda de los potenciales compradores a través del método de

la subasta inglesa<sup>8</sup>. En este escenario las subastas son sencillas, hay un solo vendedor y pueden ser varios compradores interesados. Hay también una base de la cual se parte para pujar por la obra ofreciendo valores superiores, y el precio más alto se lleva la pieza.

Puede suceder en las subastas, que la puja no alcance si quiera el precio estimado de venta, por lo que se retira el lote ofrecido. Este fenómeno incide bastante, y muchas veces de manera negativa, en el valor simbólico de las obras. Cuando esto sucede, la casa de subastas suele adquirir la obra para que forme parte de su trastienda, lo cual significa un fracaso para el/la artista y una baja de cotización importante para las galerías que los/las representan (Thornton, 2008).

## 1.2. Panorama mundial: *Mercado de Arte Contemporáneo*

En el panorama global, son dos las casas de subastas que manejan casi el 98% de todo el mercado mundial de arte: Sotheby's y Christie's, cada una de ellas con sucursales propias en más de 40 países. Moulin (2012) sostiene que estas empresas conforman el duopolio mundial de las subastas en arte. Sin embargo, no habría que perderle el rastro a Phillips que, acorde al artículo de Artprice titulado *Phillips, a reference vendor for Latin American Art* (2016), es una casa de subasta que lentamente se ha convertido en especialista en arte latinoamericano. Desde 2009 hasta el momento de publicado este artículo en 2016, Phillips logró incrementar su facturación de arte contemporáneo latinoamericano en 305% y captar la atención de coleccionistas estadounidenses en este sector.

<sup>7</sup> También denominado *dealer*.

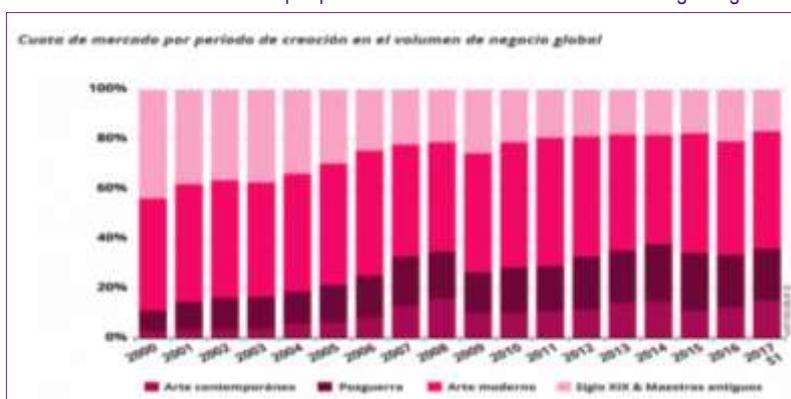
<sup>8</sup> Al contrario de la holandesa (a la baja), donde se establece un precio y a partir de él la oferta es inferior al pautado, en el método inglés (al alza) hay una base y desde ahí las ofertas deben ser superiores.

Artprice, plataforma online número 1 en información sobre el mercado del arte dirigida por Thierry Ehrmann<sup>9</sup>, señala que, si bien a fines organizativos para los análisis de cada segmento de mercado se toma como referencia el año de nacimiento de los artistas intentando ubicarlos en periodos específicos, hoy no podemos mantener la noción de que el arte contemporáneo es solamente atribuible a artistas vivos o nacidos a partir de 1945, pues dicho periodo no sólo se está alargando, sino que las manifestaciones que se incluyen en él, presenta artistas bien disímiles y obras divergentes en su seno.

Aunque Artprice sostiene que esta discriminación les sigue siendo funcional esta para comprender la evolución y desarrollo de cada segmento en el mercado (Artprice, 24/01/2020), reconoce el cambio de paradigma que está sucediendo no sólo en el mercado sino en el campo del arte, en el cual está prevaleciendo un criterio más flexible e interconectivo entre ideas, discursos, producción y su circulación en redes e internet, más allá de las fechas y hechos que la Historia del Arte ha tradicionalmente ofrecido para organizar los movimientos artísticos de manera lineal, por épocas (Artprice, 04/03/2020). Esta consideración ya es tenida en cuenta en el mercado argentino de arte contemporáneo, como veremos más adelante.

En el *Informe Anual del Mercado de Arte Contemporáneo 2017*<sup>10</sup>, Artprice ya señalaba la importancia de considerar la evolución y crecimiento del sector contemporáneo, midiendo el mercado secundario a través de las facturaciones internacionales. En dicho reporte, se sostiene que el segmento que más pesa en el negocio mundial de arte sigue siendo el *Arte Moderno*, pero en lo que va del siglo XXI, el Arte Contemporáneo pasó de pesar un 3% del mercado en 2000 al 15% en 2017, inclusive con fuertes subidas en años de crisis económicas como lo demuestra el [Gráfico 2](#) (años 2008-2009 y 2014-2015), por lo que ya no puede ser tomado como un sector incipiente o marginal, dado que compone una fracción importante de ventas a nivel mundial. La razón de ello ha sido que los coleccionistas comprendieron y comenzaron a dar más valor a la creación contemporánea (Artprice, 2017).

Gráfico 2. Cuota de mercado por periodo de creación en el volumen de negocio global.



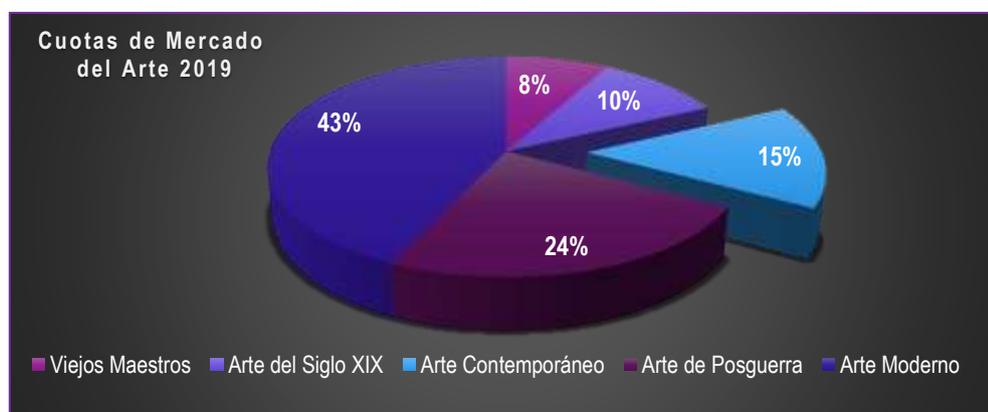
Fuente: Informe Anual 2017, Artprice

<sup>9</sup> Fundador y director ejecutivo tanto de Artprice como de ArtMarket.com

<sup>10</sup> Ver Reporte publicado en <https://es.artprice.com/artprice-reports/el-mercado-del-arte-contemporaneo2017/recuperacion-del-crecimiento>

En el *Informe Anual del Mercado de Arte Contemporáneo 2019*<sup>11</sup>, se puede evidenciar mejor la segmentación del mercado secundario mundial de arte ([Gráfico 3](#)) y la cuota atribuida al *Arte Contemporáneo*, con un total de ventas de 1.890 millones de dólares que lo ubica en el tercer lugar con 15%. El segmento de *Arte Moderno* presenta la cuota más elevada equivalente al 43%, mientras que los *Viejos Maestros* mantienen la cuota más baja con el 8% del mercado. A raíz de la aparición de una nueva generación de coleccionistas que han surgido luego de la crisis inmobiliaria que afectó la economía mundial en 2008 hubo una tendencia de alza en los precios de las obras de arte de artistas vivos y el reporte señala que por la subasta de arte de los *Viejos Maestros* celebrada en Christie's el 1 de mayo de 2019, se obtuvo un total de 33 millones de dólares, frente a 122,6 millones de dólares que obtuvo la de *Arte Contemporáneo* dos semanas después en la misma casa de subastas (Artprice, 2019).

Gráfico 3. Cuotas de Mercado del Arte 2019.



Fuente: Reelaboración propia acorde a Informe Anual 2019, Artprice

Acorde a la plataforma de registros del mundo artístico conocida como Artfacts<sup>12</sup> (2020) se registran alrededor de 21.109 galerías privadas, 6.881 museos públicos de arte, 403 bienales, 2.326 ferias de arte y más de 600.000 artistas en todo el mundo. Pero solamente una fracción de estos agentes llegará a operar en el mercado y otra, aún menor, tendrá éxito en él. A raíz de estos datos, es importante considerar también a las ferias de arte más significativas, que son donde se visibiliza la producción artística cada año y además donde se estima que se efectúan casi el 80% de las ventas de las galerías contemporáneas (mercado primario). Sintéticamente se puede observar en la [Tabla 3](#) las ferias más importantes, las ciudades y países donde se celebran, cantidad de galerías participantes (con discriminación de las argentinas), el número de edición que contabilizan en su historial y sus fechas para el año 2020/2021, algunas con modificaciones a raíz de la pandemia COVID-19.

11 Ver Reporte publicado en <https://es.artprice.com/artprice-reports/the-contemporary-art-market-report-2019>

12 Se puede ampliar en <https://about.artfacts.net/>

Tabla 3. Ferias internacionales de arte contemporáneo más importantes.

FERIA	Fecha. N° edición	Ciudad, país	N° Galerías
Art Basel	17 al 20/06/2021 <sup>13</sup> N° 50.	Basilea, Suiza	Listado 2020 no publicado Edición 2019 Total: 233 Argentinas: 0
Art Basel Hong Kong	25 al 27/03/2021. N° 7.	Hong Kong, China.	Listado 2020 no publicado Edición 2019 Total: 243 Argentinas: 0
TEFAF	7 al 15/03/2020. N° 33.	Maastricht, Países Bajos.	Total: 286 Argentinas: 1
Art Basel Miami	3 al 6 /12/ 2020. N° 18.	Miami, Estados Unidos.	Listado 2020 no publicado. Edición 2019 Total: 204 Argentinas: 3
Art Cologne	19 al 22 /11/ 2020 N° 53	Colonia, Alemania.	Total: 88. Argentinas: 0
Frieze Art Fair	8 al 11/10/2020. N° 18	Londres, Inglaterra. Los Ángeles y Nueva York, E.E.U.U.	Londres: Listado 2020 no publicado. Total: LA.:76 Total: NY: 161 Argentinas: 2 en NY.
ARCO	27 /02 al 02/03/ 2020. N° 39.	Madrid, España.	Total: 209 Argentinas: 5
FIAC	22 al 25 /10/2020. N° 46	París, Francia.	Listado aún no publicado
Arte Fiera	24 al 26 /01/2020. N° 44.	Bolonia, Italia.	Total: 188 Argentinas: 0
Zona MACO	5 al 9 /02/2020. N° 18.	México D.F., México.	Total: 78 Argentinas: 3
ARTBO	15 al 18/10/2020. N° 16.	Bogotá, Colombia.	Total: 51 Argentinas: 7
arteBA	16 al 19/04/2020. N° 29.	Buenos Aires, Argentina.	Total: 67 Argentinas: 35
Art Lima	22 al 26/04/2020. N° 8.	Lima, Perú. Anual.	Total: 20 Argentinas: 1

Fuente: Elaboración propia.

Tanto *arteBA* como *Art Lima* decidieron ambas lanzar ediciones virtuales a la manera en que lo hizo *Art Basel*, para no alterar sus cronogramas y también ante la incertidumbre de fechas y escenario del COVID-19 en que se desconoce realmente cuándo volverá la movilidad internacional a normalizarse. Como se observa en la columna de participación de las galerías, algunos listados del año 2020 aún no han sido publicados y se toma como referencia los listados 2019, o del 2021 en el caso de las ferias *Frieze Los Ángeles* y *Frieze Nueva York* que ya lo publicaron.

Es necesario aclarar que, teniendo en cuenta la cantidad de galerías existentes según Artfacts, la poca participación de las mismas en estos circuitos puede justificarse por los costos de movilidad y pagos de stand que cada feria exige (a precios dólar o euro). En conversaciones informales mantenidas con galeristas argentinas en la Edición 39 de ARCO Madrid (01/03/2020) se nos ha comentado que un stand puede costar alrededor de 30.000 euros por la semana que dura la feria. Sin dudas es un costo a considerar

<sup>13</sup> Se realizó una edición virtual este año, en la que participaron dos galerías argentinas -por primera vez en la historia de la feria- (19 al 26 de junio de 2020)

y, en este contexto actual, las plataformas online y las ferias virtuales se transforman en grandes atenuantes de movilidad para estos casos.

Se suma también a esta información la síntesis de otros eventos del circuito del arte contemporáneo importantes para su legitimación simbólica (mercado del conocimiento) como lo son la *documenta* que se realiza cada cinco años en la ciudad alemana de Kassel desde 1955 y dura 100 días como la mayoría de las bienales, éstas últimas como su nombre lo indica se dan cita cada dos años. Las más conocidas e importantes son la Bienal de Venecia (Italia, desde 1893), la Bienal de São Paulo (Brasil, desde 1951), la Bienal de Sídney (Australia, desde 1973), la Bienal de La Habana (Cuba, desde 1984), la Bienal del Mercosur (Porto Alegre, Brasil, desde 1997).

En el contexto argentino, la BIENALSUR es un formato internacional que ya lleva dos ediciones y a diferencia de las anteriores contempla que el evento no se preparará durante dos años para que suceda, sino que sucede en ese lapso bianual que plantea sobre la marcha e in situ, tanto desde América como desde Europa, de manera presencial y virtual. Ideada en 2017 por docentes argentinos de la Universidad Tres de Febrero (Buenos Aires), han marcado un quiebre paradigmático reivindicando la idea de *proceso* que está presente en todo el arte contemporáneo y se adelantaron a las condiciones actuales. Participan en ella personalidades e instituciones de más de 12 países, entre ellos: Argentina, Perú, Chile, Colombia, Brasil, Paraguay, Alemania, España, Estados Unidos, Inglaterra. Su última edición (2018-2019) se realizó en simultáneo en más de 20 países y de 40 ciudades de todo el mundo.

### 1.3. Panorama argentino del mercado de arte contemporáneo

---

Antes de adentrarnos en el panorama específico nacional sobre el mercado de arte, se considera oportuno presentar aquí brevemente los datos preliminares del país.

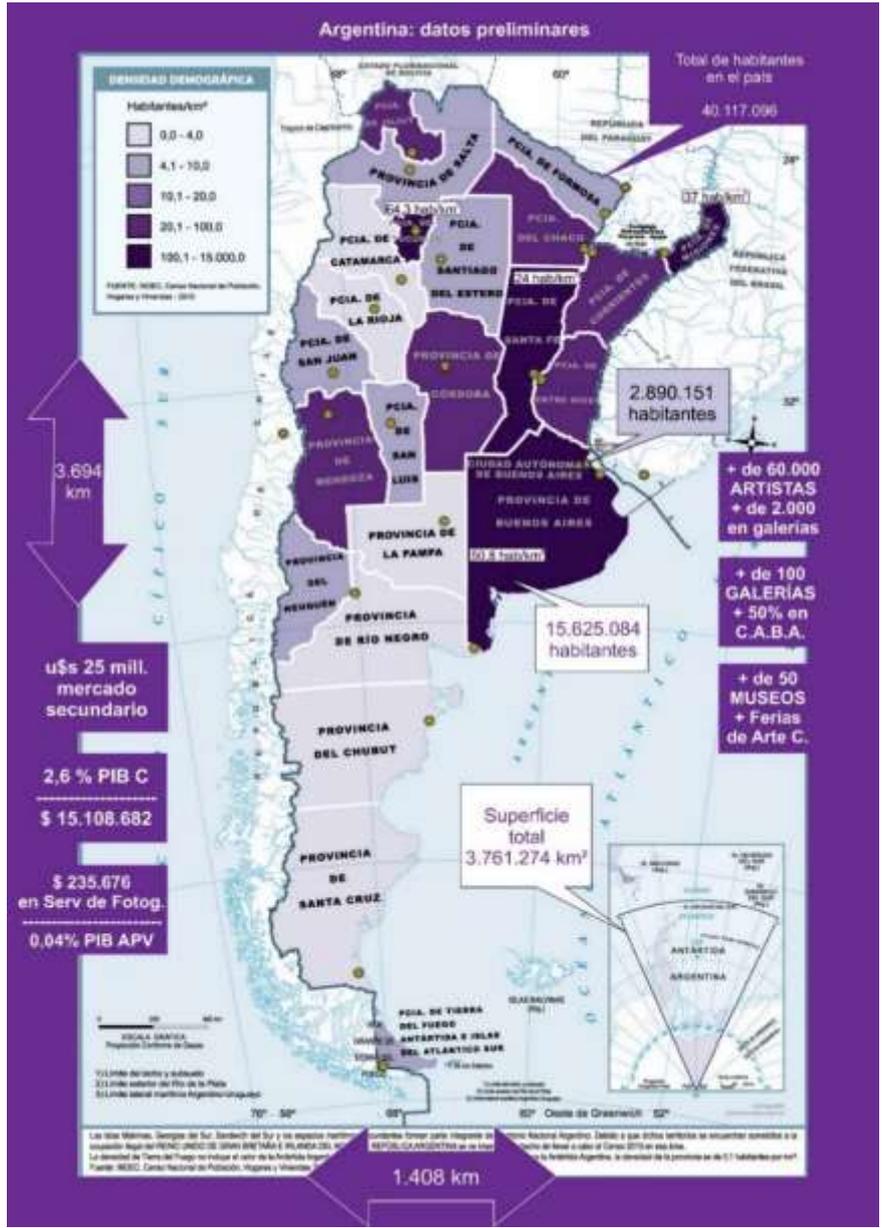
La República Argentina ([Infografía 1](#)) situada al extremo sur del continente americano, posee según el Instituto Geográfico Nacional (IGN) una superficie total de 3.761.274 km<sup>2</sup>, -2.791.810 km<sup>2</sup> correspondientes al Continente Americano y 969.464 km<sup>2</sup> al Antártico-, y se extiende de norte a sur en 3.694km, y de este a oeste en 1.408km. Acorde al último *Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas*, realizado en 2010, el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC)<sup>14</sup> informa que la población total del país asciende a 40.117.096<sup>15</sup>, siendo Buenos Aires la provincia más poblada con 15.625.084 habitantes (de los cuales 2.890.151 se ubican en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires), seguida de la provincia de Córdoba con 3.308.876, Santa Fe con 3.194.537 en tercer puesto y Mendoza en el cuarto lugar con 1.738.929 habitantes.

---

<sup>14</sup> Pueden ampliarse estos datos sobre el territorio nacional en [https://sig.indec.gob.ar/censo2010/?\\_ga=2.141670774.511735173.1588686838-782757726.1587594516](https://sig.indec.gob.ar/censo2010/?_ga=2.141670774.511735173.1588686838-782757726.1587594516)

<sup>15</sup> Con una proyección de crecimiento estimada a julio de 2020 de una población total de 45.376.763. Ver <https://www.indec.gob.ar/indec/web/Nivel3-Tema-2-24>

Infografía 1. Argentina: datos preliminares.



Fuente: elaboración propia sobre mapa de densidad demográfica de INDEC

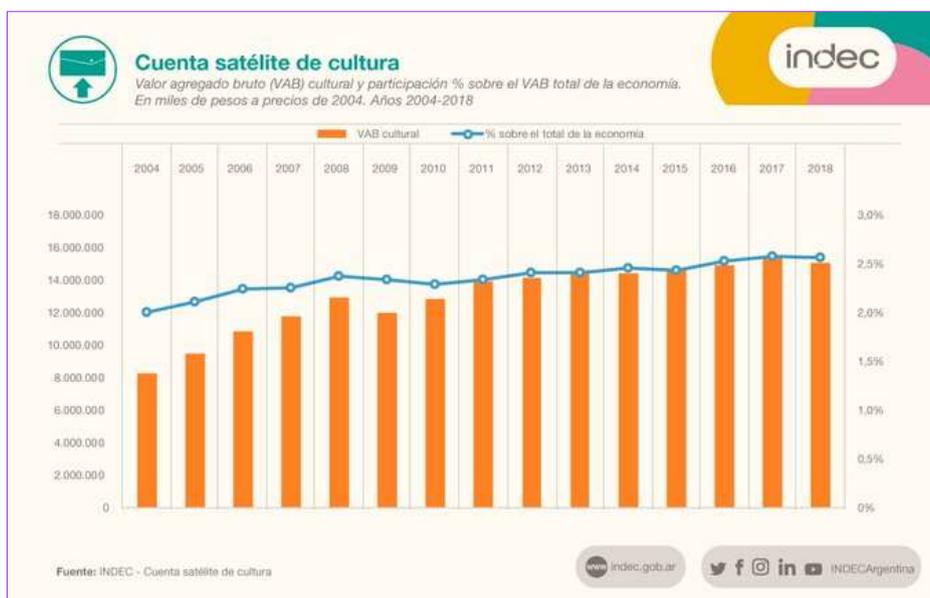
Ahora, si analizamos la densidad demográfica, primero se ubica Tucumán encabezando la lista con 64,3 hab./km², seguida de Buenos Aires con 50,8 hab./km², Misiones, al noreste del país, se ubica en tercer lugar con 37 hab/km² y luego Santa Fe con 24 hab./km².

Las ciudades más importantes del país, tanto a nivel poblacional como económico, son Ciudad Autónoma de Buenos Aires (Capital Federal), en la cual se concentra la mayoría de las actividades y agentes culturales que investigamos en este trabajo; en segundo lugar, se observa a la ciudad de Córdoba con menor actividad pero importancia relevante en el campo de las artes y la cultura; le sigue en esos aspectos Rosario, ubicada en la provincia de Santa Fe, a tan sólo 300 km de Capital Federal.

Ahora bien, los datos nacionales que figuran en el informe anual sobre la cuenta satélite de cultura (CSC)<sup>16</sup> arrojan que por valor bruto de producción cultural para el año 2018, el total ascendió a 29.534.892.- miles de pesos -a precio base del año 2004, según el informe de metodología del INDEC y SinCA-. De ese total de producción, solamente 473.306.- pesos le corresponden al subsector de Artes Plásticas y Visuales.

En cuanto al Valor Agregado Bruto cultural, la cifra es de 15.108.682.- pesos, y correspondiente al subsector de Artes Plásticas y Visuales que nos interesa 235.676.- pesos. Como puede observarse en el [Gráfico 4](#), el VAB cultural participaba con menos del 1,5% en 2004 sobre el VAB de la economía total del país, alcanzando un pico evolutivo en 2008 seguida de una baja, pero repuntando hacia 2010 e incrementándose hasta 2017, para finalmente bajar mínimamente y ubicarse casi en **2,6%** en 2018. Si midiéramos, sobre esta misma información, cuánto aporta el subsector de Artes Plásticas y Visuales a la economía total, nos encontramos con un ínfimo 0,0004, es decir 0,04% de incidencia.

Gráfico 4. Evolución del VAB cultural sobre VAB total de la economía argentina.



Fuente: INDEC, SinCA

Aun con estos datos disponibles, lamentablemente a los efectos de esta investigación no se puede contar con la información recabada y procesada tanto por el INDEC como por el SINCA en la cuenta satélite de la cultura, dado que la medición del subsector que nos interesa estudiar aquí -que comprendería cotejar datos oficiales con galerías, ferias de arte, casas de subastas, museos y artistas productoras/es-, no han sido tenido en cuenta. Según el propio informe que realizaron ambas instituciones para explicar la metodología aplicada<sup>17</sup>, define que para las Artes Plásticas y Visuales se tomaron solamente encuestas a 300 entidades que ofrecen *Servicios de Fotografía*, dentro de la rama genérica de *Servicios empresariales* (SinCA e INDEC, 2019)

<sup>16</sup> Publicada el 16 de agosto de 2019 por el Sistema de Información Cultural de la Argentina (SinCA) y el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC) en <https://www.indec.gov.ar/indec/web/Nivel4-Tema-4-28-154>

<sup>17</sup> Disponible para su descarga en [https://www.indec.gov.ar/ftp/cuadros/sociedad/metodologia\\_25\\_csc.pdf](https://www.indec.gov.ar/ftp/cuadros/sociedad/metodologia_25_csc.pdf)

Está claro que, ante la intención de abordar un estudio sobre el mercado de arte contemporáneo argentino, la información encontrada en fuentes oficiales del gobierno se considera incompleta si la misma solamente se ha centrado en empresas comerciales que ofrecen servicios que no necesariamente dan cuenta de la producción artística, su distribución, circulación y comercialización.

A raíz de esta inconveniencia y la escasez de estadísticas oficiales más abarcadoras en el subsector, una ardua labor etnográfica virtual revelaría que sólo en plataformas web argentinas hay registrados/as más de 60.000 artistas, más de 100 galerías, más de 25 Museos Nacionales de Arte -sin tener en cuenta los provinciales y municipales-, más de 10 casas de subastas, además de una treintena de Institutos y Organismos relacionados al Arte y la Cultura, como se indica en la infografía referida al inicio de este apartado.

### **1.3.1. Sinopsis histórica del mercado y el arte argentino contemporáneo.**

---

La historia del mercado de arte en Argentina se remonta a la segunda mitad del siglo XIX y está marcada, por un lado, por la actividad privada de coleccionistas que dieron origen a museos y circuitos en la esfera artística, constituyendo así la figura del coleccionista como un agente activo del mundo y el mercado artístico (Bermejo, 2011; Baldasarre, 2006; Herrera, 2009; Helguera, 2012). Y, por otro lado, signada por las primeras ventas de telas y bronce artísticos traídos de Europa, consolidando para la década de 1880 la importación de obras de arte como comercio redituable y forjador -de alguna manera- del gusto porteño; lo que también derivó en alquilar locales comerciales específicos para el arte, dejando atrás la modalidad de ventas de “bazar” que los caracterizaba en sus inicios informales (Amigo, 1998; Gutiérrez Viñuales, 1999).

La calle Florida en la ciudad de Buenos Aires, donde se ubicaban los comercios más relevantes, fue la receptora de las primeras galerías de arte en la ciudad de Buenos Aires a principios del siglo XX y lo mantuvo así hasta entrado los años '90. Van Riel inaugurada en 1924 junto a Witcomb de 1878 y al Salón Peuser de 1940 han sido determinantes en promover las vanguardias artísticas argentinas que se oponían a los cánones que el Salón Nacional<sup>18</sup> intentaba imponer desde 1911 con temáticas costumbristas y regionales, en la supuesta búsqueda de un arte nacional.

Todas ellas son referentes no sólo del mercado artístico, sino también por haber habilitado sus salas a exhibiciones tanto como a conferencias y reuniones que se dieron regularmente en sus respectivas sedes por los agentes del mundo del arte: críticos, curadores, intelectuales. Fueron pioneras en comprender que arte y mercado se complementaban y necesitaban en ese contexto.

Fundamental en la historia tanto del arte como del mercado argentino ha sido la Galería Bonino, una mítica galería de vanguardia que funcionó de 1951 a 1979 impulsando artistas contemporáneos argentinos desde los años sesenta. Su fundador, el italiano Alfredo Bonino, fue pionero en su modelo de

---

<sup>18</sup> Salón Nacional dedicado a premiar Pintura, Escultura, Arquitectura y Arte Decorativo, creado en 1907 e inaugurado en 1911.

negocio ya que llevaba en paralelo una sede en Buenos Aires, una en Río de Janeiro (Brasil) y otra en Nueva York (Estados Unidos). Mantenía contratos escritos con los artistas, acondicionaba los lugares expositivos, además de realizar labores de marketing y publicidad sin precedentes en el país. Los artistas más importantes de Argentina han pasado por Bonino.

La serie iniciada en 1949 por el argentino Lucio Fontana, mundialmente conocida como *Concepto espacial*<sup>19</sup>, es un hito fundamental en el inicio de las corrientes contemporáneas en Argentina (Golombek, 2001). Desde entonces y ante la fuerte presencia de artistas argentinos/as capacitándose y produciendo en el exterior -sobre todo en Europa- se contribuyó no solamente a marcar una historia lineal de movimientos artísticos en el país que originarían a las nuevas corrientes (Tabla 4), sino que ayudó también lentamente a ir delineando los periodos segmentados dentro del periodo contemporáneo que operan en el mercado nacional (Tabla 5).

Tabla 4. Inicio de las corrientes contemporáneas del arte argentino.

Movimiento artístico	Épocas	Artistas destacados/as
Arte Concreto – Madí – Perceptismo	Mediados de los años '40	Raúl Lozza, Enio Iommi, Carmelo Arden Quinn, Alfredo Hlito, Gyula Kosice, Tomás Maldonado
Informalismo – Abstracción lírica	Entre 1957 y 1961	Alberto Greco, Sarah Grilo, Kazuya Sakai, Kenneth Kemble, Mario Pucciarelli
Nueva Figuración	Desde 1961	Ernesto Deira, Jorge de la Vega, Rómulo Macció, Luis Felipe Noé.
Pop Art	A partir de los '60. Integrantes del Instituto Torcuato Di Tella	Delia Cancela, Marta Minujín, Dalila Puzzovio, Carlos Squirru, Nicolás García Urriburu, Pablo Mesejean.
Grupos Geométricos y Op Art	Década del '60 en adelante	Julio Le Parc, Alejandro Puente, Rogelio Polesello, Carlos Silva, Ari Brizzi.
Experimentación y Vanguardia	A partir de los '60. Integrantes del Instituto Torcuato Di Tella	Oscar Bony, David Lamelas, Roberto Plate, Rodolfo Azaro
Arte y Tecnología	Desde fines del '60. (Grupo CayC)	Víctor Grippo, Vicente Marotta, Luis Bénédict, Leopoldo Maler.
Pintura: realismos – Nueva Imagen	Década del '70	Guillermo Kuitka, Marcia Schwartz, Pablo Suárez, Osvaldo Monzo, Duilio Pierri
Sin categorías, pero pertenecientes al siglo XX	Artistas consagrados internacionalmente	Antonio Berni, Juan Del Prete, Líbero Badii, Antonio Seguí, Ricardo Carreiro, Roberto Aizenberg, Emilio Renart, Eduardo Antonio Vigo, Alberto Heredia

Fuente: elaboración propia en base a Golombek, 2001

Aunque es a fines del '60 que el arte pop y el arte conceptual se consolidan como movimientos en Estados Unidos, también hubo expresiones de esta clase en el contexto argentino en la misma década, especialmente en la producción de artistas del *Instituto Di Tella* y en las acciones del colectivo *Tucumán Arde*.

Golombek (2001) señalaba que los factores para que el mercado de arte argentino no logre desarrollarse como sucede en otros países, y que se mantenga en un estado estacionario, tienen más relación con el imaginario local que con los recursos financieros y económicos de la población. En la mentalidad argentina de fines del siglo XX no estaba consolidada la noción de patrimonio y legado cultural.

<sup>19</sup> Tres de sus piezas en la Colección del Museo Reina Sofía en Madrid. Ver en <https://www.museoreinasofia.es/coleccion/obra/concetto-spaziale-concepto-espacial-1>

Tabla 5. Periodos contemporáneos del mercado y el arte argentino.

PERIODO	TENDENCIAS ARTÍSTICAS	OBRA REPRESENTATIVA
Transición de lo Moderno a lo Contemporáneo (1949-1960)	Obras enfocadas en conceptualizar el espacio y la materia, rompiendo con toda idea de naturalismo.	<i>Concepto espacial 49 82</i> <sup>20</sup> Artista, año: Lucio Fontana, 1949 en adelante. Técnica: Óleo sobre lienzo (con tajo) Medidas: variables
Contemporáneo Clásico – Vanguardia (1960-1968)	Nueva Figuración e informalismo. Arte político, conceptual y objetual.	<i>La civilización occidental y cristiana</i> <sup>21</sup> Artista, año: León Ferrari, 1965 Técnica: Instalación Medidas: 200 x 120 x 60 cm
Contemporáneo Moderno – Tardomoderno (1969 – 1982)	Arte Conceptual, Arte Político, Intervenciones, pintura hiperrealista, abstracción geométrica. Instalaciones. Arte de sistemas. Videoarte.	<i>Fitotrón</i> <sup>22</sup> Artista, año: Luis Benedit, 1972 Técnica: Instalación con plexiglás, aluminio, lámparas mezcladoras de 250 W, PVC, bomba centrífuga, drogas nutrientes, roca volcánica y plantas vivas Medidas: 300 x 200 x 500 cm
Contemporáneo Actual – Posmoderno (1983-1994)	Arte objetual. Y el retorno de la democracia en el país hizo resurgir a la pintura figurativa.	<i>La consagración de la primavera</i> <sup>23</sup> Artista, año: Guillermo Kuitka, 1983 Técnica: Acrílico sobre tela Medidas: 130 x 270 cm
Contemporáneo - Contemporáneo (1995 en adelante)	Auto referencialidad, sarcasmo y parodia, crítica al entorno, kitsch y resurgimiento del pop.	<i>Peletería Humana</i> <sup>24</sup> Artista, año: Nicola Constantino, 2006. Técnica: Instalación. Medidas: variables.

Fuente: elaboración propia en base a Golonbek, 2001

### 1.3.2. Agentes del circuito contemporáneo argentino en el siglo XXI

Cada paso dado en la carrera de un/a artista es evaluado por sus pares y por agentes de los tres mercados (del conocimiento, primario y secundario) quienes usan esas experiencias como *indicadores* que miden el grado de profesionalidad o potencial artístico, además de la producción artística per sé. Aunque suene ilógico para quienes son ajenos al circuito, la concepción de su funcionamiento es tácito y la economía denegada que se plantea en su seno, es necesaria para mantener el aura de prestigio y hermetismo que los envuelve, especialmente a los mercados primario y secundario (Bourdieu, 2010).

A partir del año 2001, varios factores alterarían los recorridos profesionales de los/las artistas y se sumarían nuevos aportes institucionales de la mano dos coleccionistas claves en Arte Contemporáneo que le dieron una nueva mirada al ámbito artístico cultural de Argentina. Eduardo Constantini, coleccionista apasionado por arte Latinoamericano moderno y contemporáneo, funda en 2001 el *Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires* (MALBA) que actualmente posee una colección permanente de más de 400 obras de 160 artistas latinoamericanos desde las vanguardias de la década de los años '20 hasta la actualidad. Ha sido un aporte fundamental exhibir el patrimonio argentino y de la región, lo que reacomodó la escena para pensar más en la producción local y del sur americano dándole el valor que se merece.

<sup>20</sup> Puede verse una pieza de 1967 en <https://www.robilantvoena.com/artists/30-lucio-fontana/works/2275/>

<sup>21</sup> En colección privada. <https://www.latinamericanart.com/es/obra-de-arte/la-civilizacion-occidental-y-cristiana/>

<sup>22</sup> Es parte de la colección del MALBA. Puede verse en <https://coleccion.malba.org.ar/fitotron/>

<sup>23</sup> En la Colección del Museo Nacional de Bellas Artes. Ver en <https://www.bellasartes.gob.ar/coleccion/obra/9198/>

<sup>24</sup> Pueden verse sus piezas en <http://barro.cc/es/artists/3/nicola-costantino>

Un legado similar nos ha dejado Amalia Lacroze de Fortabat que logró reunir más de 250 obras de todo el mundo y periodos, pero con acento en una de las colecciones privadas más grandes e importantes sobre arte argentino. La *Colección de Arte Amalia Lacroze de Fortabat* fue inaugurada al público en 2008 y reabierta en 2012. Desde 1984 y por casi veinte años los Premios Fundación Fortabat destinados a artistas argentinos/as fueron clave en la consolidación del circuito contemporáneo del arte argentino. En sus salas se pueden encontrar desde objetos egipcios, piezas de Peter Brueghel, Rodin, Warhol, Turner, Dalí hasta obras de Berni, Quinquela Martín, Noé, Soldi, Xul Solar y Nicola Constantino, entre muchísimos/as más.

Con estos dos ejemplos, se observa cómo la figura de un/a coleccionista es clave en la construcción del valor de una obra artística, además de ser esenciales al mercado y al arte al transformar sus bienes privados a públicos, conjuntamente otorgándole categorías patrimoniales de legado, opción, educación y existencia, sin mencionar que se amplía la estructura del sector receptor/consumidor.

También surgieron en los años '90 coleccionistas sin tradición familiar en la actividad que se concentraron en obras de coetáneos y fueron marcando también el ritmo durante la primera década del siglo XXI del mercado primario. Es el llamado *nuevo coleccionismo* que centró su interés en grupos de artistas de determinadas épocas, todas obras producidas una vez reinstaurada la democracia en el país y con un marcado perfil cuestionador hacia las viejas estructuras de legitimación en el campo artístico argentino. Estos nuevos coleccionistas se han convertido en los nuevos mecenas de artistas no tan reconocidos y eso ha impulsado muchas carreras desde entonces (Cerviño, 2011).

El periodo planteado a partir de 1995 por Golonbek (2001) para definir a la producción contemporánea, también tuvo repercusiones en el mercado de conocimiento. Entre 1997 y 2004 se realizan las primeras Clínicas de Arte Contemporáneo en Argentina, a través de Becas de la *Fundación Antorchas*<sup>25</sup>, que se denominaron *Encuentros regionales de análisis y producción de obra para jóvenes artistas*. Este hecho marcaría un nuevo espacio de trayectoria que los/las artistas emergentes deberían atravesar inevitablemente para engrosar sus currículums, poner a prueba de sus pares su producción y colocarse en la órbita de los/las agentes del circuito contemporáneo del arte. A ello se sumarían los nuevos formatos de Residencias de Arte Contemporáneo que también son tomados en cuenta en adelante al evaluar el camino recorrido por el o la artista que se iniciaba en el siglo XXI.

En cuanto a las residencias de Arte Contemporáneo hay más de 66 registradas en la plataforma ARTEINFORMADO<sup>26</sup>, sin embargo, aún vigentes y relevantes mencionamos sólo dos: *Curadora*, en San José del Rincón, Santa Fe y *Manta*, que se desarrolla en San Martín de los Andes, provincia de Neuquén. Ambos proyectos son gestionados por artistas emergentes hace más de siete años y persisten en el circuito presentándose a convocatorias federales, provinciales o municipales del área cultural para financiarlos.

---

<sup>25</sup> La Fundación dejó de funcionar en 2006 tras haber financiado más de 12.000 proyectos relacionados a la cultura, el arte, la educación, las ciencias y la salud en Argentina. Sus fondos provenían de otra fundación madre situada en Liechtenstein que también financió proyectos en Chile y Brasil

<sup>26</sup> Se puede visitar [https://www.arteinformado.com/agenda/premios/residencias-de-arte-en-argentina-ar\\_22](https://www.arteinformado.com/agenda/premios/residencias-de-arte-en-argentina-ar_22)

De la misma manera operarían las bienales surgidas en el lapso de estos últimos 20 años en la región latinoamericana como el eslabón necesario de ser alcanzado por artistas que ya se encontraban encaminados y con algunas ventas en el mercado local. Sin reiterar a la BIENALSUR ya descrita, estas son Bienal Fin del Mundo (Ushuaia, Tierra del Fuego), Bienal Neuquén Contemporáneo (Ciudad de Neuquén), Bienal del Chaco (Resistencia, Chaco), Bienal de Performance (Ciudad de Córdoba).

Finalmente sintetizamos las ferias de arte ([Tabla 6](#)) que más convocan en el país y de mayor relevancia en el circuito actual. Incluimos la primera edición de *otraferia.com* -surgida a raíz de la pandemia- de la cual se han realizado ya tres ediciones virtuales y han contado con una alta participación de galerías nacionales. Una cuarta edición se prevé del 10 al 14 de julio de 2020.

Tabla 6. Ferias de arte contemporáneo más relevantes en Argentina

Nombre de la Feria	Ciudad	Nº galerías participantes, nº de la última edición, fechas
MicroFeria de Arte Rosario	Rosario, Santa Fe	24, Edición 4, 12 al 14/03/2020
MAC: Mercado de Arte Contemporáneo	Ciudad de Córdoba	65, Edición 7, 16 al 18/08/2019
BA photo	Ciudad de Buenos Aires	31, Edición 15, 5 al 8/09/2019
Arte Lamroth	Vicente López, Bs. As.	500 obras de 300 artistas, Edición 9, 6 al 9/11/2019
Otraferia	Internet – virtual	90, abril-mayo-junio-julio/ 2020

Fuente: elaboración propia

### 1.3.3. Marco legal y fiscal referido a las obras de arte en Argentina

En la República Argentina, actualmente se encuentran vigentes más de 40 leyes que alcanzan a los bienes culturales y el patrimonio con respecto a su resguardo, protección y rescate. Dentro de ellas, encontramos legislación específica -y algunas recientes- que abarca a la comercialización, exportación, importación, transferencia, consignación y tráfico ilegal de obras de arte.

Como bien señala Lluís Peñuelas I Reixach (2005) en materia legal cuando se dice que se valora una obra de arte como bien, en realidad a lo que se le otorga valor es al derecho que sobre dicha obra se tiene. Es decir, lo que se valora normalmente es el *derecho de propiedad* sobre la cosa, más que la cosa en sí. Claramente una de las primeras leyes que rige sobre las obras de arte es la del derecho de autor, por lo cual sería lógico pensar que la primera norma establecida al respecto es el actual *Régimen de Propiedad Intelectual* (Ley 11.723) sancionada el 26 de septiembre de 1933. Aunque el mismo ha sufrido modificaciones a lo largo de estos años, ninguna ha sido de carácter estructural.

A continuación, en la [Tabla 7](#) presentamos de manera sintética y cronológica las leyes relacionadas, encontrándose todas ellas vigentes. Dado que no ahondaremos en cada una, sí podemos asegurar que, tras la revisión literaria de las mismas, se encuentran referencias a la reciprocidad en el trato de los creadores e inventores en los países que han firmado y/o ratificado los convenios internacionales que competen a los derechos de autor y patentes, como así también a marcos regulatorios internos sobre

la actividad creativa en Argentina. Se abordarán muy brevemente las cuatro de ellas que están resaltadas, relacionadas directamente a las Obras de Arte y/o a sus productores/as.

Tabla 7. Leyes más importantes en materia cultural argentina.

<sup>27</sup> Ley n°	Fecha	Denominación
-	01/05/1853	Constitución de la Confederación Argentina
272	09/07/1868	Tratado de Amistad, Comercio y Navegación con Bolivia
11.723	26/09/1933	Régimen de Propiedad Intelectual
13.585	29/09/1949	Convención sobre Propiedad Literaria y Artística, suscrita en la IV Conferencia Internacional Americana
14.183	13/05/1953	Ratificación de la Convención Interamericana sobre el Derecho de Autor en Obras Literarias, Científicas y Artísticas
12.088 (Dec.Ley)	02/10/1957	Ratificación de la Convención Universal sobre derechos de Autor
17.251	25/04/1967	Aprobación de la adhesión a la Convención de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas
1224/1958 (Dec.Ley)	03/02/1958	Creación Fondo Nacional de las Artes <sup>28</sup>
17.648	22/02/1968	Sociedad Argentina de Autores y Compositores de Música
18.082	29/01/1969	Aprobación del Convenio Cultural entre Argentina y Paraguay
18.143	12/03/1969	Aprobación del Convenio Cultural entre Argentina y Túnez
18.159	14/03/1969	Aprobación del Convenio Cultural entre Argentina y Rumania
19.344	18/11/1971	Aprobación del Convenio de Cooperación Cultural, Científica y Técnica entre Argentina y Bolivia
20.115	23/01/1973	Sociedad General de Autores de la Argentina de Protección Recíproca
31.417	16/09/1976	Aprobación del Convenio Cultural entre Argentina y Uruguay
22.195	17/03/1980	Aprobación del Convenio sobre Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, Acta del Convenio de París para la protección de la Propiedad Industrial y Acta del Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas
22.362	26/12/1980	Ley de Marcas y Designaciones
23.207	25/07/1985	Tratado de Nairobi sobre la Protección del Símbolo Olímpico
23.921	21/03/1991	Aprobación de la Convención Internacional sobre Propiedad Intelectual en Fonogramas
24.039	27/11/1991	Tratado sobre el Registro Internacional de Obras Audiovisuales
24.269	03/11/1993	Aprobación de la Recomendación Relativa a la Condición de Artista
24.376	21/09/1994	Aprobación del Convenio Internacional para la Protección de las Obtenciones Vegetales
24.633	15/04/1996	Circulación Internacional de Obras de Arte
25.036	14/10/1998	Modificación de artículos 1°, 4°, 9° y 57 e incorporación del artículo 55 bis a la Ley N° 11.723
25.140	24/09/1999	Aprobación del Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas; el Tratado de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual y el Tratado de la OMPI sobre Interpretación o Ejecución y Fonogramas.
25.588	09/05/2002	Aprobación de la Enmienda al Convenio que establece la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI)
26.662	16/03/2011	Protocolo por el que se enmienda el Acuerdo sobre los ADPIC <sup>29</sup> , adoptado en Ginebra – Confederación Suiza.
27.444	30/05/2018	Ley de Simplificación y Desburocratización para el Desarrollo Productivo de la Nación <sup>30</sup>
27.522	20/11/2019	Disposiciones sobre Bienes Culturales
27.534	20/11/2019	Aprobación del Convenio de Cooperación Cultural y Artística entre Argentina y Kuwait

Fuente: elaboración propia en base a las leyes citadas.

<sup>27</sup> Todas las leyes referenciadas están disponibles para su lectura online en el Sistema Argentino de Información Jurídica, [www.saij.gob.ar](http://www.saij.gob.ar)

<sup>28</sup> Derogación artículos 69 y 70 de la Ley 11.723.

<sup>29</sup> Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados al Comercio: OMC, GATT. Licencias obligatorias para países miembros exportadores/importadores. Fecha de entrada en vigor del protocolo 23/01/2017.

<sup>30</sup> Introduce cambios relativos a Marcas y Patentes (ley 22.362), así como dedica un capítulo completo a las Obras de Arte.

La ley 24.269 sancionada en 1993 y trata sobre la *Recomendación Relativa a la Condición de Artista*, a través de la cual el estado nacional debe contemplar el trabajo remunerado, digno y regulado en la economía laboral la figura del o de la artista productor/a, cuestión que aún no está legislada en Argentina. En la misma<sup>31</sup> se estipula que,

A los efectos de la presente Recomendación:

Se entiende por “artista” toda persona que crea o que participa por su interpretación en la creación o la recreación de obras de arte, que considera su creación artística como un elemento esencial de su vida, que contribuye así a desarrollar el arte y la cultura, y que es reconocida o pide que se la reconozca como artista, haya entrada o no en una relación de trabajo u otra forma de asociación

La palabra “condición” designa, por una parte, la posición que en el plano moral se reconoce en la sociedad a los artistas antes definidos, sobre la base de la importancia atribuida a la función que habrán de desempeñar y, por otra parte, el reconocimiento de las libertades y los derechos, incluidos los derechos morales, económicos y sociales, en especial en materia de ingresos y de seguridad social de que los artistas deben gozar. (Ley 24.269, Art. 1)

Chirotarrab (2016) explica que, desde el asentamiento de las economías neoliberales que todo lo validan bajo el lema “hágalo usted mismo” y festeja el emprendedurismo como el ejemplo a implementarse, en Artes Visuales en Argentina es sumamente necesario no sólo cuestionar cuál es el papel que se atribuye al artista como figura capaz de auto-gestionarse “como pueda”, a pesar de las propias restricciones de la realidad económica y del mismo sistema. No es casual que, a junio de 2020, el colectivo latinoamericano *Trabajadores del arte* publique acuerdos con Tarifarios por país para que artistas y profesionales que viven en esta economía sepan cuánto vale su labor y cómo exigir sus contratos<sup>32</sup>.

A pesar del crecimiento que el arte contemporáneo argentino ha demostrado a comienzos del XXI, no se han contemplado aún desde la economía del trabajo todas las prácticas que desarrolla el/la principal productor/a del mercado artístico, como tampoco se ha regularizado las condiciones de su labor artística, su escasa o nula remuneración o desnaturalizado la inestabilidad laboral a la que se someten en su cotidiano. La profesionalización del arte también implicaría, por parte de las instituciones legitimadoras del mundo del arte, comprender que la remuneración no puede seguir sosteniéndose simbólicamente basada en la visibilidad y en la posibilidad de exhibir su trabajo (Chirotarrab, 2016).

Por otro lado, vale observar la preocupante ignorancia de la administración pública sobre la economía de los/las artistas y galerías nuevas, quienes además de mantener trabajos secundarios para subsistir muchos/as de ellos/as, deben inscribirse al régimen de *Monotributo* -un equivalente al Régimen de Autónomos español- y abonar mensualmente sus impuestos aún sin tener ingresos regulares. Que, además, dependiendo de cada provincia deberá abonar *Impuestos a los Ingresos Brutos* y las *tasas municipales* que cada ciudad le imponga por efectuar actividades comerciales.

---

<sup>31</sup> Disponible en <http://www.saij.gob.ar/24269-nacional-aprobacion-recomendacion-relativa-condicion-artista-Int0003896-1993-11-03/123456789-0abc-defg-g69-83000tcanyel?q=%28numero-norma%3A24269%20%29&o=0&f=Total%7CTipo%20de%20Documento/Legislaci%F3n%7CFecha%7COrganismo%7CPublicaci%F3n%7CTema%7CEstado%20de%20Vigencia%7CAutor%7CJurisdicci%F3n&t=1>

<sup>32</sup> El acuerdo puede descargarse en [http://www.trabajadoresdearte.org/site/acuerdos\\_por\\_pais/argentina/argentina\\_2020\\_v5-1.html?fbclid=IwAR2\\_jiafqXT1kFFkny6rQAoSUMHh7XCp66GGmVFuEqIGwiCHS1UD9oV32g](http://www.trabajadoresdearte.org/site/acuerdos_por_pais/argentina/argentina_2020_v5-1.html?fbclid=IwAR2_jiafqXT1kFFkny6rQAoSUMHh7XCp66GGmVFuEqIGwiCHS1UD9oV32g)

Razones similares de desconocimiento sobre la realidad del sector llevaron a la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP) en 2015, a crear el *Registro Fiscal de Operadores de Obras de Arte*<sup>33</sup>, que regulaba tanto la declaración de tenencia de obras artísticas, como cada operación onerosa con Obras de Arte, sea ésta compra o venta, al por menor o al por mayor, importación y exportación, sin tener noción de quienes son los agentes que luchan en el mercado de arte para afrontar el 21% del *Impuesto al Valor Agregado* (IVA) por cada venta, más los *Impuestos a las ganancias*, más las *Tasas Aduaneras* en caso de que la venta sea al exterior y cuyos costos son superiores al valor de las obras, sin mencionar los *Ingresos Brutos* provinciales e impuestos locales.

En mayo de 2018 se promulga la ley 27.444 llamada de *Simplificación y Desburocratización para el Desarrollo Productivo de la Nación*. Esta norma vigente, que introduce cambios en artículos de 44 leyes previas, está compuesta de catorce capítulos de variada temática, de los cuales destina el séptimo a tratar la naturaleza de las obras de arte, su comercialización dentro y fuera del país. Aunque ha recibido varias críticas de distintos sectores, en materia de Obras de Arte ha sido redactado de manera exhaustiva y permite identificar con claridad sus alcances al comercio nacional o exterior. Lo complementa la ley 27.522 sancionada el 20/11/2019 sobre la *Disposición de los Bienes Culturales*<sup>34</sup> que proporciona un marco regulatorio para los diferentes actores que participan en la comercialización de Antigüedades, Obras de Arte y otros Bienes Culturales. Así define como

b) Obras de Arte: Los bienes de interés artístico tales como pinturas y dibujos hechos sobre cualquier soporte y en toda clase de materias; grabados, estampas, litografías, serigrafías originales, carteles y fotografías; conjuntos y montajes artísticos originales cualquiera sea la materia utilizada; producciones de arte estatuario. (Artículo 2, inc. B, Ley 27.522, 2019)

El artículo 3 establece la creación de un nuevo *Registro Nacional de Comerciantes de Antigüedades, Obras de Arte y otros Bienes Culturales*, que será de información pública sólo para quienes estén obligados a registrarse, para realizar operaciones de venta, compra, consignación o transferencia de los bienes citados. Esta decisión del gobierno actual se apoya, además, en cumplir con lo establecido en el artículo 10 de la *Convención sobre las medidas que deben adoptarse para prohibir e impedir la importación, la exportación y la transferencia de propiedad ilícitas de bienes Culturales* (Ley 19.943).

Hay, sin embargo, un antecedente de registro de bienes con la ley 23.966 sancionada en 1991 y en la cual se estipula el *Impuesto a los combustibles líquidos*, el *Impuestos a los combustibles gaseosos* y el *Impuesto sobre los bienes personales*. Este último recae sobre las Obras de Arte que sí forman parte del patrimonio que se debe declarar y abonar. La mayoría de las obras en posesión nunca se declaran a pesar de que la ley está vigente.

---

<sup>33</sup> Deja de operar el 07/06/2019 por derogación del decreto por la misma A.F.I.P.

<sup>34</sup> Disponible en <http://www.saij.gob.ar/27522-nacional-disposiciones-sobre-bienes-culturales-Ins0006776-2019-11-20/123456789-0abc-defg-g67-76000scanvel?q=%28numero-norma%3A27522%20%29&o=0&f=Total%7CTipo%20de%20Documento/Legislaci%F3n%7CFecha%7COrganismo%7CPublicaci%F3n%7CTema%7CEstado%20de%20Vigencia%7CAutor%7CJurisdicci%F3n&t=2>

El nuevo *Registro* -mencionado previamente- en Argentina debería considerar la labor conjunta de la administración pública con los agentes del mercado y de las instituciones artísticas para mantener la trazabilidad y el control de la ubicación de la obra de arte. Muchas obras que han sido robadas no fueron denunciadas por temor a que la Administración Federal de Ingresos Públicos ataque a interrogatorios al perjudicado, en vez de salir a encontrar el bien.

El tráfico ilegal y los robos de Obras de Arte a nivel global se ubican en el tercer lugar como delito luego de las drogas y las armas. En noviembre de 2018, la Interpol investigaba en la Argentina el robo de 4.800 obras que fueron denunciadas y en el transcurso de los años 2002 a 2017 fueron recuperadas en total 12.277 obras por el Departamento de Protección del Patrimonio Cultural de Interpol-Policía Federal de Argentina (Dinatale, 2018).

La ley 24.633 sancionada en 1996, era la encargada de legislar la *Circulación Internacional de las Obras de Arte*, pero en 2018 sus artículos 1 a 15 fueron sustituidos con los artículos 42 a 50 de la ley 27.444 ya reseñada previamente<sup>35</sup>. En 2019, para reglamentar tanto la importación como la exportación de obras de arte, consideradas bienes culturales característicos, la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP) sancionó la Resolución General 4553/2019 en la que trata sobre *Exportación de obras de arte. Artículo 11 de la Ley N° 24.633 y sus modificaciones*<sup>36</sup>.

Las obras consideradas “de arte” tanto para la importación como la exportación en dicha legislación incluye pinturas, collage y *assemblage*, esculturas, grabados, estampas y litografías originales, cerámicas y arte textil (Ley 27.444, 2018). Esta norma estipula que para poder exportar dichas obras al extranjero es necesario dar un “aviso de exportación” a las autoridades aduaneras y tramitar la correspondiente *Licencia de Exportación de Obras de Arte* expedida por la Dirección Nacional de Bienes y Sitios Culturales, en el ámbito de la Secretaría de Gobierno de Cultura.

Gracias a estas licencias, el gobierno sí puede medir efectivamente la salida de esta clase de bienes, como se puede observar en el último informe número 27 presentado por el Sistema de Información Cultural (SinCA) en diciembre de 2019 titulado *Coyuntura Cultural. El Comercio Exterior de bienes y servicios culturales*. En el capítulo tres del mismo, se presentan los resultados obtenidos sobre el comercio exterior de bienes culturales característicos, que son aquellos de carácter netamente cultural como las películas, los libros, los discos y las obras de arte, que para la serie entre los años 2013-2018 arrojan un saldo deficitario equivalente a 66 millones de dólares, a causa de los sucesivos incrementos en la importación de dichos bienes.

En el [Gráfico 5](#) se puede visualizar la evolución del saldo comercial (deficitario) sobre el comercio exterior de los bienes culturales característicos desde 2004 a 2018. Los valores se expresan en millones de dólares.

---

<sup>35</sup> Disponible en <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/ley-27444-311587/texto>

<sup>36</sup> Ampliar en <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/325000-329999/326975/norma.htm>

Gráfico 5. Saldo comercial de bienes culturales característicos. 2004-2018.



Fuente: Elaboración propia en base a Informe 27, SinCA.

Sin embargo, en el desglose del año 2018, se registra un incremento del 62% en las exportaciones, sobre todo del sector Editorial y el de las Artes Plásticas y Visuales, aportando un 47% cada uno de ellos ([Infografía 2](#)), mientras que los bienes más importados con un 90% de incidencia han sido los libros y publicaciones.

Infografía 2. Participación sectorial en el total del comercio exterior de bienes culturales característicos. 2018. En porcentajes.



Fuente: CSC (DNCN-SinCA)

Interesante sería una catalogación de obras exportadas por parte de la administración pública argentina, para saber de qué periodos y qué objetos artísticos son realmente exportados del sector contemporáneo, pero comprendemos que estos estudios deberían contar para ello con el *Registro - operativo y funcional-* de dichos bienes.

A pesar del esfuerzo evidente de la Dirección Nacional de Aduanas y la Dirección Nacional de Cuentas (DNCN), si el estado nacional no sondea o no intenta implementar algún régimen especial impositivo a los bienes culturales dentro del país, problemas como la no declaración y las no denuncias seguirán sucediendo sin detrimento de las posibles sanciones que la administración pública realice a sus agentes. Sería hora de empezar a pensar juntos el sector y las condiciones para que el mismo se convierta en una economía rentable para los/las agentes argentinos/as involucrados/as.

## Capítulo 2: El caso argentino. Un mercado incierto.



## 2.1. Planteamiento general del estudio de caso

---

El desafío de dimensionar el mercado de arte contemporáneo argentino, desde su perspectiva económica como social, implica que este estudio esté centrado en investigar cómo se organiza y se desenvuelve la estructura del mismo, para lo cual es necesario recabar información estadística oficial del gobierno argentino sobre el sector específico de las artes visuales. Esto nos llevaría a sondear los aportes públicos y privados al sector, los movimientos de compras y ventas de obras de arte, como así también conocer los volúmenes de importación y exportación, además de consultar directamente a los mismos agentes implicados en los mercados primario y secundario.

A diferencia de otros países, Argentina no debe declarar públicamente la información de sus empresas y no hay una base de datos similar a la que España, por ejemplo, ofrece en su página web del Instituto Español de Estadística como el Directorio Central de Empresas (DIRCE) con el cual se puede obtener datos del país, las Comunidades Autónomas y sus ciudades respecto a las empresas activas, cantidad de asalariados, actividad principal o periodos.

Entonces, dado que la administración pública de Argentina no realiza este trabajo exhaustivamente como lo hace España, si uno necesita realizar estudios estadísticos o de otra índole similar, debe remitirse directamente a las empresas -ya sean pequeñas, medianas o grandes- a través de encuestas u obteniendo algunos datos parciales desde la página oficial del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del país, que, como se ha expresado en el capítulo anterior, presenta un sesgo bastante importante a la hora de medir sus sectores privados.

La recopilación de estos datos suele realizarse a través del método etnográfico virtual -ante la imposibilidad de presencia física debido a las distancias-, en el cual cada investigador/a interactúa como observador/a participante en un *feedback* constante con el encuestado por medios electrónicos, ya sea una entidad jurídica o persona física.

### 2.1.1. Propuesta inicial y obstáculos encontrados

---

Ante la dificultad mencionada de no contar con bases sistematizadas en el país, se ha optado por diseñar encuestas personalizadas a cada sector del mercado de arte contemporáneo argentino que incluye a Galerías, Artistas y Casas de Subastas. Las mismas se adjuntan en el apartado de *Anexos* de este trabajo para ser consultadas. Con la intención de conocer no solamente su estructura económica y organizativa, sino también la magnitud de sus operaciones comerciales, es decir, sus facturaciones anuales en los periodos 2015 a 2019, se han enviado aproximadamente 500 correos electrónicos contactando con cada uno de los/as agentes de los sectores mencionados.

A pesar de haber señalado que las mismas serían tratadas en su conjunto a efectos de estudio del sector y no se mencionarían casos aislados, de manera que los nombres de artistas y las razones

sociales de las entidades estarían codificadas ya que se entiende que son datos sensibles, lamentablemente se ha obtenido la participación de tan sólo 5 artistas y 6 galerías en total.

El mundo del arte defiende su hermetismo en función del prestigio y aura que los envuelve. Ya se ha mencionado que esta economía denegada, que se sabe tácitamente porque es conveniente omitir ante los agentes tanto del circuito como exteriores, opera con un marcado elitismo que incita -erróneamente- al espectador o receptor que no juega bajo las reglas del sistema del arte a pensar que no pertenece a ese ámbito. Esto también conduce a que en el imaginario de la población argentina no se logre construir una apropiación real de su propio legado artístico-cultural ni se identifique con esta industria creativa, lamentablemente.

Este panorama nos ha obligado a replantear tanto la metodología aplicada como el estudio propuesto inicialmente, ya que no contaríamos con los datos económicos buscados para poder medir la magnitud económica del mercado primario ni del secundario. De tal forma, que hemos tenido que idear una segunda propuesta de abordaje y revisar su viabilidad en el proceso.

## **2.1.2. Propuesta secundaria y aplicación**

---

Entendido, en una segunda instancia, que la metodología a abordar sería la etnografía virtual no participante, en la cual el/la investigador/a construye sus propias bases de datos como usuario de las páginas web que navegará sin necesidad de contacto con quienes la administran o gestionan, se procedió a recopilar la cantidad de información cualitativa y cuantitativa que pudiera extraerse de ellas.

De esta manera se ha podido proceder al armado de bases propias con información relevante a los tres sectores, incluyendo en esta ocasión al mercado de conocimiento, usualmente no tenido en cuenta en los estudios de valoración económica. Es cierto que, de haber obtenido participación de los agentes involucrados la calidad de las fuentes primarias nos otorgaría una mayor operabilidad con respecto al tratamiento estadístico de los datos, pero ante estas complicaciones, la rigurosidad de búsqueda en las fuentes secundarias también nos permite ir construyendo un panorama aproximado de lo que se desconoce y se intenta exponer con este trabajo, sin los sesgos propios que cada agente podría aportar.

Una de las primeras tareas realizadas fue indagar la cantidad de galerías que se encuentran operando en el mercado primario local, cuyos datos se obtuvieron de la Cámara de Galerías Meridiano<sup>37</sup> y de los propios catálogos de ferias de arte contemporáneo celebradas en el año 2019 dentro del país. Sobre un total de 135 galerías, se procedió a registrar la cantidad total de artistas representados/as por ellas, obteniendo así una población de 2027 artistas, de cuyo total se discrimina que 1195 son hombres, 917 mujeres y 15 colectivos artísticos.

---

<sup>37</sup> Creada en 2016 para promover el arte argentino en el mundo, integrada por 46 galerías. Ver <http://somosmeridiano.com.ar/>

Para estimar un tamaño muestral sobre la población mencionada (N= 2.027), se utilizó un nivel de confianza del 95%, un margen de error del 6% y una proporción de cumplimiento estimada al 50% y como resultado se extrajo que n= 235. Sobre esta muestra, se procedió a respetar la proporción por cada segmento discriminado, lo que nos llevó a la búsqueda de información sobre 138 artistas hombres, 94 artistas mujeres y 3 colectivos de artistas. Se confeccionó así una nueva base con datos obtenidos directamente de las páginas web de las galerías que los/las representan, sus propias páginas de artistas y otros perfiles en redes sociales.

En los apartados siguientes de este capítulo observaremos los resultados que nos ayuden a dimensionar la estructura y los aportes que cada mercado realiza dentro del circuito de arte contemporáneo argentino. Así, el primer apartado se centra en el *Mercado del Conocimiento*, donde no solamente se incluyen los indicadores que construyen el valor simbólico y describen las trayectorias de los artistas sino también los aportes que el estado nacional realiza a través de premios, convocatorias e instituciones relacionadas.

En el segundo, se introducen los datos efectivos sobre artistas y galerías, considerando también aquí las ferias de arte contemporáneo de Argentina, lo que constituye el panorama del *Mercado Primario*. Finalmente, el tercer apartado se dedica a analizar la estructura del *Mercado Secundario*, ateniéndose a las Casas de Subastas, los Museos como receptores y consumidores del circuito, la relevancia de las colecciones en la construcción de nuevos espacios legitimadores y los coleccionistas más representativos del circuito actual.

## **2.2. Análisis de resultados por segmentos**

---

En el presente apartado se procede a presentar los análisis de datos obtenidos para cada mercado que forma parte del circuito de arte contemporáneo argentino. Como se ha expuesto previamente, ante la imposibilidad de obtener datos de fuentes primarias, se ha trabajado mayoritariamente con fuentes secundarias que respaldan los resultados que siguen. La información sobre importación y exportación de obras de arte encontrada no es más que la presentada al final del capítulo anterior, de modo que no se incluye aquí.

### **2.2.1. Mercado del Conocimiento**

---

Ya en el primer capítulo de este trabajo se dio cuenta de la conformación del *mercado del conocimiento*, compuesto por todas las instituciones encargadas de legitimar la Obra de Arte y hacerla circular. Entre los agentes argentinos de este mercado, nos centraremos principalmente en aquellos que ayudan a construir dicha valorización en la trayectoria de cada carrera artística, sobre la misma base de datos confeccionada sobre los/las 235 artistas que han sido relevados, y también sobre información recopilada en sus páginas web y en bases de datos existentes sobre trabajadores de arte contemporáneo.

### 2.2.1.1. La construcción del Valor simbólico

En Argentina podemos encontrar muchas instituciones encargadas de la legitimación simbólica en artes. Entre las más relevantes, trataremos aquí los resultados de las trayectorias artísticas indagadas, como indicadores de sus incipientes o establecidas carreras en referencia a las cantidades de muestras realizadas, los premios o becas obtenidos, la participación en residencias, clínicas o bienales, la pertenencia de sus obras en colecciones y los aportes de los premios destinados a las artes visuales en el país, como también algunos datos referidos a los/as actores/as del campo que se dedican a la crítica y la historia del arte. Agregamos aquí las características de premios financiados por entidades privadas dejando aquellos que son de carácter público para ser tratados como aportes del Estado Nacional.

Para aproximarnos a una cantidad de personas estimada que se dedica al arte contemporáneo en Argentina, la red colaborativa de Arte Contemporáneo Latinoamericano, conocida como VADB, nos ayuda a establecer por país y disciplina la cantidad de agentes culturales registrados/as en su base de datos. La comunidad VADB está compuesta por artistas visuales contemporáneos, historiadores e investigadores de arte, curadores, críticos, gestores, docentes y estudiante de arte, funcionarios públicos, galeristas, coleccionistas y otros agentes culturales de 20 países americanos y europeos. Los participantes argentinos son 5.159 de un total de 18.806, más de la cuarta parte de los asociados. En la categoría de artistas argentinos hay 2.557 registros, lo cual concuerda bastante con la población de artistas estimada a través de nuestra base propia (2.027)

La información que encontramos resumida en la [Tabla 8](#) nos permite visualizar de esta manera un panorama aproximado. En ella se puede observar que los/as agentes más afiliados a esta red se constituyen de *gestores/as* en primer lugar, luego *curadores/as*, y en tercer puesto les siguen *Investigadores/as de Arte Contemporáneo*.

Tabla 8. Agentes del mercado del conocimiento: Arte Contemporáneo en Argentina.

Profesión	Cantidad	Porcentaje
Gestores/as	292	5,66
Curadores/as	277	5,37
Investigadores/as de Arte Contemporáneo	160	3,10
Docentes universitarios/as	152	2,95
Docentes no formales	80	1,55
Críticos/as	60	1,16
Historiadores/as	46	0,89
Funcionarios/as públicos	44	0,85
Editor/a de publicaciones sobre Arte Contemporáneo	43	0,83
Otros Servicios Asociados	30	0,58

Fuente: elaboración propia según VADB.

Entendemos que sólo nos acercamos a una cantidad estimada de actores/as en el mercado del conocimiento, pero tomamos esta base de la comunidad VADB como referencia por ser la única que presenta especificidad en agentes del arte contemporáneo en el país.

Observaremos a continuación, los datos calculados con la muestra de 235 artistas seleccionada para nuestra propia base y la incidencia del mercado de conocimiento en la actividad artística y en la circulación de la Obra de Arte en el circuito.

Como primeros indicadores de la trayectoria artística suelen describirse la cantidad de muestras individuales y colectivas en las que el/la artista ha participado. En la [Tabla 9](#) podemos observar que el 28,5% de los artistas ha realizado *entre 6 y 10* muestras individuales, seguidos por un 24,26% de artistas que han concretado *entre 11 y 20* exposiciones.

En este apartado y a los efectos de homogeneidad en la descripción, utilizamos intervalos de cantidades. Si uno rastrea los currículums vitae de artistas, no se suelen describir todas y cada una de las exhibiciones realizadas, sino que se hace una selección de las más importantes para informar. Claramente los/as artistas ya en carrera avanzada o consagrados, no registran todas ellas sino las más relevantes por institución, evento o locación; mientras que tal vez los/as emergentes, quienes recién comienzan y poseen pocas en su haber, sí las incorporan.

Tabla 9. Número de muestras individuales realizadas.

MUESTRAS INDIVIDUALES			Frecuencia Relativa	Frecuencia Acumulada	Frecuencia Rel. acum.
Clase	Valor	Frecuencia			
1	0	1	0,0043	1	0,0043
2	5 o menos	31	0,1319	32	0,1362
3	Entre 6 y 10	67	0,2851	99	0,4213
4	Entre 11 y 20	57	0,2426	156	0,6638
5	Entre 21 y 30	35	0,1489	191	0,8128
6	Entre 31 y 50	23	0,0979	214	0,9106
7	Más de 50	21	0,0894	235	1,0000

Fuente: elaboración propia en Statgraphics.

La [Tabla 10](#) nos indica que casi el 24% de los artistas han realizado *entre 11 y 20* muestras colectivas, seguido de un 21,28% que ha realizado *entre 21 y 30* exposiciones en conjunto.

Tabla 10. Número de muestras colectivas realizadas

MUESTRAS COLECTIVAS			Frecuencia Relativa	Frecuencia Acumulada	Frecuencia Rel. acum.
Clase	Valor	Frecuencia			
1	0	1	0,0043	1	0,0043
2	5 o menos	11	0,0468	12	0,0511
3	Entre 6 y 10	46	0,1957	58	0,2468
4	Entre 11 y 20	56	0,2383	114	0,4851
5	Entre 21 y 30	50	0,2128	164	0,6979
6	Entre 31 y 50	29	0,1234	193	0,8213
7	Más de 50	42	0,1787	235	1,0000

Fuente: elaboración propia en Statgraphics.

Mencionábamos en el capítulo anterior que, en Argentina a partir del siglo XXI, las clínicas y residencias para artistas constituyen un paso casi obligado en sus carreras. Las mismas ferias de arte

contemporáneo poseen programas de residencias e intercambios para artistas nacionales con otros/as de países extranjeros con el fin de acrecentar sus currículums y adquirir mayor visibilidad en el circuito.

En las clínicas los participantes se postulan para presentar procesos de producción artísticos y discursivos, que son analizados y evaluados por el conjunto de los/las presentes, y los gastos corren -por lo general- a cuenta de los/as seleccionados/as. En las residencias, en cambio, se brinda alojamiento, asesoramiento, espacio para producir, apoyo y posibilidades de exhibición posterior. Suelen, también, generar publicaciones posteriores a cada programa como registro documental de los procesos realizados en ellas, residencia o clínica. La [Tabla 11](#) nos indica que el 75,32% de los/las artistas indagados han participado en residencias o clínicas en su trayectoria y que menos de 60 artistas no lo han hecho.

Tabla 11. Participación en clínicas y/o residencias artísticas.

CLÍNICAS y/o RESIDENCIAS			Frecuencia
Clase	Valor	Frecuencia	Relativa
1	no	58	0,2468
2	sí	177	0,7532

Fuente: elaboración propia en Statgraphics

La importancia de realizar publicaciones propias o de aparecer en publicaciones de terceros -incluyendo los catálogos de grandes museos e instituciones- está muy ligada al mercado del conocimiento, en tanto circulación como legitimación por parte de la Teoría, la Crítica o la Historia del Arte a la producción artística que se reseña. También aquí 3/4 partes de la muestra de artistas posee publicaciones en su haber ([Tabla12](#)). Es cierto que en sus biografías se suelen describir con mayor relevancia la participación en libros académicos o artísticos, pero también se puede visualizar en aquellos/as artistas con una trayectoria media a larga que publican en sus propias páginas links de artículos críticos en periódicos de renombre o revistas especializadas sobre arte y cultura, así como entrevistas personales que les han realizado.

Tabla 12. Cantidad de publicaciones.

PUBLICACIONES			Frecuencia
Clase	Valor	Frecuencia	Relativa
1	no	57	0,2426
2	sí	178	0,7574

Fuente: elaboración propia en Statgraphics

Tanto el Museo como la Bienal internacionales son los espacios consagradorios de artistas una vez transcurrida gran parte de sus carreras. Existen, sin embargo, casos tempranos en que estos eventos ocurren con anterioridad en el tiempo, y puede suceder con artistas emergentes<sup>38</sup>. Sin lugar a dudas la

---

<sup>38</sup> Que recién comienzan sus carreras, ergo, su trayectoria es corta aún.

participación en estos espacios contribuye considerablemente dada la legitimación del espacio en sí y el proceso de aceptación que debe pasar el/la artista: por convocatoria o por selección curatorial<sup>39</sup>. En la [Tabla 13](#) se evidencia que la mitad de artistas indagados ya han tenido la oportunidad de participar en el dispositivo bienal, al menos una vez.

Tabla 13. Participación en Bienales.

BIENALES			Frecuencia
Clase	Valor	Frecuencia	Relativa
1	no	119	0,5064
2	sí	116	0,4936

Fuente: elaboración propia en Statgraphics.

Los premios tienen un efecto notorio tanto en la carrera del/la artista, otorgándole más notoriedad y reconocimiento simbólico si gana la distinción, como legitimando la Obra de Arte. Por otra parte, condiciona la producción/creación de los/as artistas dadas las especificaciones de cada certamen en cuanto a técnicas, formatos, tamaños. De los premios más conocidos a nivel nacional financiados por empresas privadas, de regularidad anual, se observa en la [Tabla 14](#) cuánto aportaron cada uno de ellos en términos monetarios a la demanda de producción artística. Los premios con carácter de *Adquisición*, destina las obras a las colecciones de las empresas patrocinadoras, de sus fundaciones respectivas, o a museos.

Tabla 14. Premios a las Artes Visuales contemporáneas de financiación privada.

Nombre	Categorías	Cantidad de premiaciones	Valores monetarios en pesos
Premio Federico Jorge Klemm a las Artes Visuales (2019)	General	Primer premio Adquisición	200.000
		Segundo premio Adquisición	100.000
		Mención no Adquisición	20.000
Premio Nacional de Pintura Banco Central (2019)	General	Primer premio	225.000
		Segundo premio	150.000
		Tercer premio	100.000
	Menores de 35 años	Primer premio	95.000
		Segundo premio	75.000
		Tercer premio	50.000
Premio Itaú Artes Visuales 19-20	General	Primer premio	165.000
		Segundo premio	100.000
		Tercer premio	65.000
Premio Fundación Andreani 2020	General	Primer premio	700.000
		Segundo premio	500.000
		Tercer premio revelación	300.000

Fuente: elaboración propia.

Aunque no ha sido incluido en la tabla anterior, pues no se han encontrado datos de que exista remuneración económica en ellos, los *Premios Konex* cuentan con una larga trayectoria en el país. En ellos se destacan a todas las personalidades de la cultura de diez disciplinas que se suceden en ciclos de 10 años. Estas son: *Deportes* (1980, 1990, 2000, 2010, 2020), *Espectáculos* (1981, 1991, 2001, 2011), *Artes*

<sup>39</sup> Significa que los curadores realizan una labor investigativa y seleccionan ellos los/as artistas que participarán.

*Visuales* (1982, 1992, 2002, 2012, 2022), *Ciencia y Tecnología* (1983, 1993, 2003, 2013), y bajo esta lógica se suceden *Letras*, *Música popular*, *Humanidades*, *Comunicación-Periodismo*, *Instituciones-Comunidad-Empresas* y *Música Clásica*. Sus categorías abarcan Premio Konex de Brillante (figura destacable entre los 20 Konex de Platino), Premio Konex de Honor (para figuras fallecidas), Mención especial, 20 Premios Konex de Platino (discriminado para cada disciplina artística), 100 Diplomas al mérito, Premio Konex Mercosur (para figuras destacadas de los países pertenecientes al Mercosur) y Condecoración Konex (para figuras del mundo con trayectorias destacadas y aportes relevantes a la cultura universal).

El *Premio Trabucco*<sup>40</sup> también es de carácter simbólico y consagratorio, y ha sido implementado en 1993 como sucesor del Premio Palanza que otorgaba la Academia Nacional de Bellas Artes desde 1946. Convoca anualmente a una sola disciplina entre *Pintura*, *Grabado*, *Escultura*, *Dibujo* y *Otros Soportes*. Aunque no aporte monetariamente, el galardón tiene carácter de adquisición y la obra es donada por la Academia a un museo nacional, provincial o municipal argentino.

Sobre nuestra base de artistas, podemos corroborar en la [Tabla 15](#) que el 46,81% de artistas ha obtenido *menos de 5 premios o becas* en su trayectoria, y un 28,09% *entre 5 y 10 distinciones o beneficios*. Solamente un poco más del 6% ha obtenido *más de 21*.

Tabla 15. Premios o becas ganados.

PREMIOS y/o BECAS			Frecuencia Relativa	Frecuencia Acumulada	Frecuencia Rel. acum.
Clase	Valor	Frecuencia			
1	0	25	0,1064	25	0,1064
2	Menos de 5	110	0,4681	135	0,5745
3	Entre 5 y 10	66	0,2809	201	0,8553
4	Entre 11 y 20	19	0,0809	220	0,9362
5	Más de 21	15	0,0638	235	1,0000

Fuente: elaboración propia en Statgraphics.

Las becas más codiciadas y de renombre con financiamiento privado en Argentina son dos que otorga la Universidad Torcuato Di Tella (Buenos Aires). La primera de ellas constituye becas de arancel sobre el *Programa de Artistas* destinadas a la producción, discusión y formación artística en el contexto universitario para artistas, críticos y curadores<sup>41</sup>, en el cual reconocidos/as artistas del país desarrollan seminarios y talleres. Y la segunda, la famosa *Beca Kuitca* instituida como un programa para artistas jóvenes que trabajan en todas las disciplinas de las artes visuales, dirigido por el consagrado artista Guillermo Kuitca. Esta beca se financia con aportes de la Fundación Torcuato Di Tella, las familias Guilligan y Navone, y el apoyo en la compra de materiales por *Foundation for Arts Initiatives* de Nueva York<sup>42</sup>.

También entra en esta categoría de financiamiento privado la Beca Trabucco<sup>43</sup>, dirigida a proyectos de investigación en los campos de la Crítica, la Estética y la Historia de las artes visuales

<sup>40</sup> Se puede ampliar en <http://www.anba.org.ar/premio/premio-alberto-j-trabucco-2018/>

<sup>41</sup> Se puede ampliar en [https://www.utdt.edu/ver\\_contenido.php?idcontenido=3503&id\\_item\\_menu=7079](https://www.utdt.edu/ver_contenido.php?idcontenido=3503&id_item_menu=7079)

<sup>42</sup> En [https://www.utdt.edu/ver\\_contenido.php?id\\_contenido=4679&id\\_item\\_menu=9689](https://www.utdt.edu/ver_contenido.php?id_contenido=4679&id_item_menu=9689)

<sup>43</sup> Se puede ampliar en <http://www.anba.org.ar/beca/beca-alberto-j-trabucco-2018/>

argentinas y latinoamericanas. La Beca es organizada en conjunto por la Fundación Alberto J. Trabucco y su creadora<sup>44</sup>, la Academia Nacional de Bellas Artes.

Dado que la cultura también sirve a entes privados para obtener beneficios, no sólo de exención de impuestos, sino también simbólicos, en Argentina son varias las empresas que no sólo financian certámenes, sino que realizan actividades como sponsor o mecenas de cultura. Así hay una larga lista entre las que destacan Bodegas Chandón<sup>45</sup>, Banco HSBC, Banco Galicia, Aeropuertos Argentina, Mercedes Benz, Dell, Telefónica, Coca-cola, Converse, entre otras. Muchas operan también a través de sus fundaciones: Fundación Fortabat, Fundación Rocca, Fundación Roberto Noble, Fundación Espigas, Fundación Proa, Avón, Fundación arteBA, entre otras (Gatica, 2017).

En la ciudad de Buenos Aires la *Ley de creación del Régimen de Promoción Privada de la Cultura* (Ley 2.264) promulgada en 2006, permite que dichas empresas se beneficien con deducciones del *Impuesto sobre los Ingresos Brutos* y financien también proyectos culturales sin fines de lucro destinados a la investigación, capacitación, difusión, creación o producción artística. Esta ley de mecenazgo local es el instrumento legal que une el ámbito empresarial con el cultural y les da la posibilidad a las firmas de abrir nuevos canales de comunicación, publicitar sus marcas y generar prestigio sobre la misma patrocinando actividades culturales.

### 2.2.1.2. Aportes del Estado Nacional

En cuanto a premios y becas de financiación pública, la oferta que presenta el gobierno argentino es vasta, por lo cual nos centraremos en los más relevantes para el mundo del arte contemporáneo. El Ministerio de Cultura de la Nación Argentina presenta anualmente convocatorias, subsidios y becas relacionadas a la producción y movilidad artística. En la [Tabla 16](#) se pueden observar las más relevantes que, aunque no presenten los valores monetarios en todas sus categorías, sí se pueden visualizar los conceptos que cada convocatoria financia.

Otras actividades de carácter gratuito para los usuarios y agentes culturales, comprenden capacitaciones y programas de formación profesional en las áreas de la gestión cultural y el emprendedurismo. También colabora activamente con el festival MICA: Mercado de Industrias Creativas Argentina. El evento anual reúne emprendedores de los seis sectores de las industrias creativas: artes escénicas, audiovisual, diseño, editorial, música, y videojuegos; e incluye rondas de negocios, capacitaciones, charlas y conferencias, performance en vivo de música y artes escénicas. En el año 2019 sumó cuatro sectores al mercado: gastronomía, transmedia, artesanías y artes visuales<sup>46</sup>.

---

<sup>44</sup> La Fundación Alberto Trabucco fue creada por la Academia Nacional de Bellas Artes en 1991 con fondos provenientes del legado que el artista Alberto Trabucco donó a la entidad.

<sup>45</sup> Hace más de 25 años apoya artistas emergentes a través del sector Barrio Joven en la feria arteBA.

<sup>46</sup> Puede ampliarse en <https://www.cultura.gob.ar/institucional/programas/mica/>

Tabla 16. Programas más relevantes financiados por el Ministerio de Cultura de Argentina.

Nombre	Descripción	Financiamiento
BECAR. Becas de Intercambio	Programa de Cooperación para la Formación, Investigación y Creación Artística que apoya la movilidad internacional de artistas y profesionales de la cultura para que realicen proyectos artísticos en Quebec, Colombia, Chile, Paraguay, Italia, Suiza, Cuba y China.	Billetes de avión. Estadía y viáticos por el periodo establecido por Acuerdos con los Ministerios o instituciones culturales del país extranjero elegido.
Fondo Desarrollar	Subsidio económico para mejorar centros culturales, festivales, peñas, milongas, espacios de arte y diseño, teatro, circo y danza independientes.	39.000.000 millones de pesos
Investiga Cultura	Programa de apoyo a la producción y difusión del conocimiento de la gestión patrimonial. Sus líneas de fomento apoyan proyectos de investigación culturales, publican Tesis relacionadas, contribuye en la realización de encuentros internacionales que se lleven a cabo en el país (seminarios, simposios, etc.), y posee un fondo para las traducciones de obras al español.	Apoya económicamente todas sus líneas de fomento.
Puntos de Cultura	Creado para acompañar proyectos culturales que llevan adelante organizaciones y redes comunitarias en el territorio nacional. Brinda subsidios para llevar adelante los proyectos, sino también asesoramiento en la presentación y ejecución de los mismos; herramientas de capacitación; y la posibilidad de trabajar en red junto a los Puntos de todo el país.	Subsidio para proyectos culturales en todos los puntos del país.

Fuente: Elaboración propia según Ministerio de Cultura argentino.

En cuanto a certámenes específicos para las artes visuales, se destaca la labor realizada en el Palais de Glace<sup>47</sup> en el que se desarrolla la exposición y premiación del Salón Nacional de Artes Visuales (Tabla 17), como sucesor del tradicional *Premio Salón Nacional* de 1911. Se describen aportes monetarios y categorías discriminadas.

Tabla 17. Premio Salón Nacional de Artes Visuales.

PREMIO SALÓN NACIONAL PALAIS DE GLACE		
CARÁCTER	CATEGORÍAS	PARTICIPANTES
Público. Depende del Ministerio de Cultura de la Nación	Cerámica, dibujo, escultura, fotografía, grabado, instalaciones y medios alternativos, pintura y textil	Artistas argentinos/as, naturalizados o residentes en el país
Descripción de cada categoría		Valores monetarios en pesos
Premio Adquisición Presidencia de la Nación a la primera mejor Obra		300.000
Premio Adquisición a la segunda mejor Obra		200.000
Premio Adquisición a la tercera mejor Obra		150.000
Premios no adquisición: A las primeras mejores obras de cada categoría		70.000
Premios no adquisición: A las segundas mejores obras de cada categoría		50.000
Premios no adquisición: A las terceras mejores obras de cada categoría		35.000

Fuente: elaboración propia según Palais de Glace.

En el marco del Salón Nacional también se suele celebrar también el *Gran Premio a la Trayectoria* que otorga la Secretaría de Cultura de Argentina a reconocidos artistas mayores de 60 años, postulados por asociaciones, organismos de cultura nacionales, provinciales y municipales, universidades y otras instituciones. Los ganadores reciben una pensión vitalicia del estado. Para la exhibición se seleccionan sus

<sup>47</sup> También llamado Palacio de las Artes, es el espacio institucional por excelencia del Estado Nacional para la exhibición de arte argentino y sede del Salón Nacional de Artes Visuales

producciones más representativas, y en 2019 los 8 artistas galardonados/as<sup>48</sup> donaron sus obras al Museo Nacional de Bellas Artes tras culminar la muestra.

Dentro de la propia estructura gubernamental del Ministerio de Cultura se encuadra el Fondo Nacional de las Artes, creado por Decreto/Ley 1224/1958<sup>49</sup> el 03 de febrero de 1958<sup>50</sup>. El Fondo es un organismo autárquico, con base en la ciudad de Buenos Aires, que fue fundado con el objeto de otorgar créditos destinados a:

- ✓ estimular, desarrollar y premiar actividades artísticas y literarias en el país.
- ✓ construir espacios destinados a salas de espectáculos, galerías de arte, estudios de cine, adquirir inmuebles y equipamiento.
- ✓ administrar, controlar y distribuir los fondos de fomentos a las artes. (Art. 2, Decreto-Ley 1224/1958)

Entre de sus becas más relevantes para el sector de las artes visuales, en la [Tabla 18](#) resumimos la cantidad de ofertas anuales que presenta.

Tabla 18. Financiamiento relacionado a las Artes Visuales del Fondo Nacional de las Artes, Argentina.

Nombre	Descripción	Valores en pesos	Asignaciones (2019)
Beca a la Creación	Dos categorías: individuales y grupales. Apoyar y promover la producción creativa de la comunidad artística: artistas, escritores, arquitectos, diseñadores, productores y gestores culturales argentinos o residentes en el país.	Hasta 60.000.- por beca	800 becas
Becas a la Formación	Dos categorías: capacitación y formadores. Ambas individuales o grupales. apoyar y promover los programas de formación técnica o académica de los miembros de la comunidad artística.	Capacitación (C): 50.000 y Formadores (F): 70.000.-	Arte y transformación Social: 5 (C), 19 (F) Artes visuales: 39 (C), 12 (F) Gestión cultural: 6 (C), 4 (F) Arte, tecnología y sociedad: 8 (C), 2 (F)
Becas de Circulación y Promoción	Contribuye con el financiamiento de proyectos de circulación y promoción de artistas y agentes culturales, en ferias, mercados, festivales, exposiciones, congresos, foros, bienales y giras artísticas de relevancia para su crecimiento y/o desarrollo profesional, dentro y fuera del país.	Zona 1: Argentina Zona 2: países limítrofes. Zona 3: Sudamérica, Centroamérica y Caribe. Zona 4: América del Norte. Zona 5: resto del mundo.	Total para Artes visuales: 12 becas (342.000.- pesos)

Fuente: elaboración propia

Excepcionalmente en 2020, y a raíz de la pandemia actual, el Fondo lanzó una Beca para individuos titulada *Sostener Cultura*, para mitigar los efectos sociales y económicos que están afectando a los trabajadores de la cultura en este periodo, financiando hasta 20.000.- pesos cada solicitud<sup>51</sup>. El monto

<sup>48</sup> Graciela Camevale, Elda Cerrato, Sara Facio, Eduardo Gil, Narcisca Hirsch, Marta Minujín, Luis Felipe Noé y Eduardo Serón, en <https://www.cultura.gob.ar/las-obras-donadas-por-los-premios-a-la-trayectoria-2019-ya-se-exponen-8689/>

<sup>49</sup> Sustituye los artículos 69 y 70 derogados de la Ley 11.723, Régimen de la Propiedad Intelectual.

<sup>50</sup> Disponible en <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/decreto-ley-1224-1958-37242>

<sup>51</sup> Se puede ampliar en <https://fnartes.gob.ar/becas/beca-sostener-cultura>

inicial disponible para el primer semestre de esta beca es de 4.630.000.- pesos y el portal de noticias Infobae publicó el 04 de junio de 2020 que, en los meses transcurridos para este año, el Fondo ya ha invertido 14 millones de pesos en becas, subsidios y préstamos<sup>52</sup>.

En cuanto a los préstamos<sup>53</sup> ofrecidos por el Fondo, se financian tres clases destinadas a la comunidad artística:

- ✓ **Microcréditos:** para publicar obras, movilidad con fines de capacitación, compra de equipamiento y materiales de producción. Se otorga hasta 75.000 pesos, en un máximo de 60 cuotas, a una tasa fija del 13% anual.
- ✓ **Generales:** para las actividades descritas en los microcréditos y para la compra de materiales de construcción/remodelación de espacios destinados a la cultura. Hasta 500.000 pesos, en un máximo de 84 cuotas, a una tasa anual fija del 15%.
- ✓ **Hipotecarios para proyectos con impacto social:** para refaccionar o adquirir inmuebles para actividades artísticas con impacto social. Otorgan hasta 2 millones de pesos, a 180 cuotas como plazo máximo de reintegro y una tasa fija anual del 12%.

En relación a los concursos específicos para el sector artes visuales, la [Tabla 19](#) resume la información. Funcionan como premiación, visibilidad y circulación de la producción artística y son de carácter *no adquisición*. Hay tres distinciones para cada categoría discriminada y cada una recibe los montos especificados.

Tabla 19. Premios a las Artes Visuales del Fondo Nacional de las Artes.

Nombre	Categorías	Distinciones	Valores en pesos
Concurso Artes Visuales	Obras bidimensionales	Primer premio	120.000
	Obras tridimensionales	Segundo premio	70.000
	Fotografía		
Concurso de Arte y Tecnología <sup>54</sup>	General	Tercer premio	40.000

Fuente: elaboración propia.

La Municipalidad de la ciudad de Córdoba, con apoyo del Fondo, en el marco de la feria Mercado de Arte Contemporáneo en Córdoba lanzan cada año el *Premio Argentino de Arte Público*, destinado a proyectos originales e inéditos, pensados para ser desarrollado en un espacio público dentro de la ciudad de Córdoba, provincia homónima. El monto a otorgado es de 120.000 pesos con los que se debe desarrollar, concretar y montar la obra ganadora.

<sup>52</sup> INFOBAE, 04/06/2020, en <https://www.infobae.com/cultura/2020/06/04/el-fondo-nacional-de-las-artes-otorgara-las-primeras-becas-sostener-cultura/>

<sup>53</sup> Se puede ampliar en <https://fnartes.gov.ar/prestamos>

<sup>54</sup> Premia proyectos artísticos que hayan aplicado nuevas tecnologías en su producción, como realidad virtual, impresión 3D, composición sonora electrónica, procesamiento audiovisual en tiempo real, instalaciones interactivas, videomapping, obras tecnológico- performativas, etc.

Finalmente, los subsidios que otorga el Fondo pueden solicitarlos asociaciones civiles, asociaciones de amigos, fundaciones, bibliotecas populares, cooperativas de trabajo, cooperativas de teatro y danza, centros culturales, cooperadoras, sindicatos y entidades sin fines de lucro con personería jurídica. El subsidio de *Mejoras de espacios culturales* con el objeto de refaccionar, remodelar o ampliar un espacio cultural y el monto alcanza hasta los 300.000.- pesos. Muchos proyectos y espacios independientes de arte cobraron vida gracias al aporte del Fondo, a través de subsidios, préstamos, concursos o becas.

Por otro lado, el Consejo Federal de Inversiones es un organismo de las provincias argentinas creado en el año 1959 para promover el desarrollo integral del país en base a un esquema solidario y descentralizado. A través de la cooperación técnica, el apoyo financiero a microemprendimientos y pymes, colabora en el desarrollo de todos los sectores industriales y comerciales de las provincias. Posee un Programa de Cultura desde el cual aporta a la comunidad artística a través de concursos, muestras itinerantes, pasantías de perfeccionamiento y asistencia técnica a proyectos concretos en cada provincia y en colaboración con los gobiernos locales.

La edición del *Premio Federal 2019* ([Tabla 20](#)) galardonó tres disciplinas de diferentes áreas, cada una con tres distinciones, un Gran Premio, tres menciones y una mención especial.

Tabla 20. Premio Federal Consejo Federal de Inversiones.

Categorías	Distinciones	Valores en pesos y asignaciones
Pintura (Artes Visuales)	Gran Premio Federal CFI 60° Aniversario	160.000.-
	Primer Premios Federal	110.000.-
Novela Corta (Letras)	Segundo Premio Federal	70.000.-
	Tercer Premio Federal	40.000.-
Solista de instrumento de Orquesta (Música)	Primera, segunda y tercera mención	Medalla y diploma
	Mención especial del jurado	Diploma

Fuente: elaboración propia

Este concurso se realiza bianualmente y presenta condiciones específicas sobre las obras ganadoras. Las obras premiadas con carácter de adquisición pasarán a formar parte del patrimonio del Consejo Federal, quien puede otorgar las mismas en calidad de préstamo a instituciones municipales, provinciales, nacionales o internacionales. Todos los derechos de reproducción, edición, grabación o retransmisión son de uso exclusivo por el Consejo, ya que en las bases se estipula la renuncia a ellos para poder participar en el certamen.

En el escenario del COVID-19, junto a los organismos de Cultura provinciales, lanzaron la convocatoria *Cultura Imaginada. Edición Especial 2020*, destinada a realizadores culturales independientes del país que desarrollan propuestas de acción cultural comunitaria a través de las artes, la producción y la gestión. Cada provincia puede postular hasta tres prácticas socioculturales, y por cada una de ellas se recibirá el monto estímulo de 60.000.- pesos. Un total de 4.140.000 pesos para distribuirse entre las 23 provincias.

En resumen, si hacemos un cálculo estimativo con los datos obtenidos, entre el año 2019 y el primer semestre de 2020, el estado nacional a través de sus diversos organismos reseñados ha invertido casi 61 millones de pesos en actividades relacionadas al sector de las artes visuales. Lentamente parece direccionarse hacia el establecimiento de políticas culturales sumamente necesarias y relevantes para los campos del arte y la cultura. Su éxito dependerá de la labor cooperativa y descentralizada que se realice con cada provincia, si lo que se pretende es que las mismas tengan un real alcance *federal*.

## 2.2.2. Mercado Primario

---

Conformado por los/las productores/as principales del mundo del arte (artistas) y sus marchantes, se suman a los agentes del mercado primario las ferias de arte, que se ubican más bien en la frontera entre éste y el mercado del conocimiento. Demás está decir que tanto artistas como galerías indagadas/os han pasado todos/as inevitablemente por una feria de arte.

### 2.2.2.1. Ferias de Arte Contemporáneo

Las ferias de arte contemporáneo, dentro del mercado del conocimiento, permiten la circulación y legitima obras provenientes de las galerías como agentes del mercado primario. Dentro de este último, es el espacio en el cual se producen casi el 80% de las ventas efectuadas por las galerías y, a raíz de ello, no es de extrañar que una de las principales actividades de los negocios de los/as galeristas sea la organización anual de sus calendarios en función al de las ferias. Lo mismo sucede con los/as coleccionistas que programan sus fechas también para coincidir en estos eventos.

Brevemente se tratará en estas líneas el caso de *Mercado de Arte Contemporáneo* (MAC) en la ciudad de Córdoba. Esta feria de carácter federal se plantea como un programa cultural, producto del trabajo en conjunto entre la Municipalidad de Córdoba y la Fundación Pro Arte Córdoba. Inaugurada en 2015, sigue llevándose a cabo en el edificio del Cabildo y en la plaza San Martín de la ciudad. Presenta dos zonas principales:

- ✓ CRESPO: es un sector que reúne los espacios más consolidados en el ámbito del mercado del arte, compuesto por galerías de arte, espacios autogestionados y colectivos de artistas. Desde el año 2018, y como estrategia de fomento de la Secretaría de Cultura de la ciudad, se otorga un Premio Adquisición de 50.000 pesos, cuya obra ganadora dentro de la feria pasa a formar parte de la Colección del Museo Municipal de Bellas Artes Dr. Genaro Pérez.
- ✓ BONINO: para galerías, espacios autogestionados y proyectos artísticos experimentales, alternativos y emergentes. En este sector se cuenta con el Premio *En obra*, impulsado por los coleccionistas Abel Guaglione y Joaquín Rodríguez, entre otros más, para motivar y promover la creación de artistas emergentes. En conjunto con la Universidad Nacional de Córdoba, también cada año se presenta un

programa titulado *Mediación Artística*, con la finalidad de incitar el análisis crítico, la construcción de discursos propios sobre el arte y el patrimonio.

Participar en Mercado de Arte Contemporáneo también tiene sus costos ([Tabla 21](#)) y restricciones. Además del monto requerido por sector y categoría, una serie de documentos e información deben ser presentados en la convocatoria, la cual no posee carácter público, sino que funciona por invitación vía e-mail, lo que implica que se debe conocer a alguien de la organización para que el deseado correo sea recibido.

Tabla 21. Valores stands Feria MAC 2019.

Zona	Categorías de stands	En pesos	Derecho de participación
BONINO	Solo Projects (bonificados 100%)	0	0
	Stand básico	0	4.000.-
CRESPO	Pequeño (13 mts2 aproximados)	21.000.-	4.000.-
	Mediano (21 mts2 aproximados)	34.000.-	4.000.-
	Grande (30 mts2 aproximados)	46.000.-	4.000.-
	Solo Projects (descuento 20% sobre el total)		4.000.-

Fuente: elaboración propia

También arteBA presenta sus características como feria internacional localizada en Buenos Aires. A través de su Fundación, creada en 1991, realiza varias actividades de difusión y promoción ([Tabla 22](#)), además de organizar la feria más conocida en el circuito del arte contemporáneo. En 2019 lanzó dos nuevos espacios dentro del predio ferial: una destinada a los artistas emergentes denominada *U.T.O.P.I.A.*, y la otra *Stage*, destinada a subsidiar y agrupar galerías con menos de 5 años en el mercado y que representen a artistas jóvenes, muy similar a la sección *Barrio Joven* esponsorizada por la firma Bodegas Chandon.

Aunque se desconocen de manera oficial los valores monetarios de los stands para participar en la feria, artistas que formaron parte de la edición 2019 estimaron que las señas para la edición 2020 cotizaban entre 5.000 y 10.000 dólares, y un stand podía costar entre 30.000 y 60.000 dólares dependiendo de sus metros cuadrados. El sector emergente debía abonar 2.500 dólares el m<sup>2</sup>. Las secciones ofrecidas en la feria -cada una de ellas con curador/a propio/a-, que se realiza cada año en el predio de *La Rural* de Palermo, son: la *Sección principal* en la que las galerías establecidas son elegidas por un comité de selección autónomo, *Stage* que ya mencionamos previamente y es elegida por el mismo comité autónomo, *Cabinet* que es un sector destacado en los stands de cada galería en el que se exhibe una obra moderna o contemporánea a elección y posee un comité consultor que selecciona las propuestas, *Cardinal Site* en la cual galerías de la sección principal operan como anfitrionas de galerías extranjeras y también posee comité autónomo propio de selección, *Solo show* es un sector destinado a exhibiciones individuales de artistas latinoamericanos/as a través de la invitación de los/as curadores/as de esta sección, y finalmente

*Isla de Ediciones* es la sección editorial de la feria que cuenta con el apoyo de la Fundación PROA y la colaboración de Ternium y Federico Churba<sup>55</sup>.

Tabla 22. Actividades de arteBA Fundación.

Actividades	Descripción
Revista arteBA	Publicación periódica que compila en mayo y en noviembre de cada año, la programación de arte argentino contemporáneo de las galerías del país del semestre anterior. Recientemente ha publicado el número 7. La revista se divide en dos partes: la primera trata sobre las muestras realizadas en cada galería; y la segunda, es una sección en la que se publican los textos de salas, listados de obras e informaciones relativas.
Open Forum	Foro de encuentro entre figuras líderes del medio artístico local e internacional que patrocina el gobierno de la ciudad de Buenos Aires.
VIP Program	Es una agenda de actividades que incluye desayunos en galerías, visitas guiadas a museos e instituciones culturales, recepciones en colecciones privadas, cocktails y fiestas. Es único y exclusivo para coleccionistas y figuras del mercado de arte internacional.
Gallery Weekend Bs As	Es una iniciativa de arteBA Fundación y Meridiano, Cámara Argentina de Galerías de Arte, con el apoyo del gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. Plantea un programa especial de exposiciones en más de 40 galerías de arte; visitas a talleres de artistas; performances y charlas de arte.
Residencias Gasworks-URRA	Entre 2015 y 2017 desarrolló una alianza con las residencias Gasworks y URRA, en la cual artistas argentinos y residentes del Reino Unido participaban de una residencia de arte en Londres y Buenos Aires respectivamente.
Donaciones a museos	La última donación de 2016 fueron obras de Pablo Siquier y de Cristina Piffer al Museo Nacional de Bellas Artes, y obra de Tomás Espina al Museo Nacional de Bellas Artes Neuquén.
Premio ensayo crítico	En las ediciones 2016 y 2017 junto a Adriana Hidalgo editora, se otorgó el Premio de Ensayo Crítico creado para alentar la escritura crítica, el ensayo sobre arte contemporáneo argentino y el surgimiento de referentes nuevos en la práctica de la crítica.

Fuente: elaboración propia.

### 2.2.2.2. Artistas

Los/as productores/as del campo artístico son los principales agentes de todo el circuito y, sin embargo, la práctica viene demostrando que son los más descuidados económica y legalmente dentro del mundo del arte. En este apartado, se continúa con el análisis de indicadores sobre sus trayectorias artísticas aún no abordados, se trata información relacionada a la producción de obra y a la economía laboral del/la artista, razones por las cuales diferentes sub-apartados tratarán diversos aspectos.

**ORIGEN y RESIDENCIA** ► Se procede a identificar sus orígenes geográficos para tener una mayor exactitud de comparación entre los orígenes y el lugar de residencia de los artistas, hemos diferenciado los/las fallecidos/as primero, para centrarnos luego en artistas vivos/as ([Tabla 23](#)). De los/as 33 artistas que ya no están, 20 de ellos (61%) han nacido y habitado toda su vida en la Capital Federal, seguidos muy de lejos por quienes provenían de la ciudad de Rosario, en Santa Fe, con un 15%.

La variedad de lugares de procedencia de artistas que aún producen es variable, incluyendo algunos extranjeros en la lista que son representados por galerías argentinas dado que se han naturalizado

<sup>55</sup> Ternium es el mayor fabricante de acero en Argentina. Federico Churba es Diseñador Industrial. Ambos juntos proveen equipamiento y mobiliario de autor realizado en acero a la sección editorial.

y radicado en el país. Nuestro análisis señala que el 60% de ellos/as son de origen porteño, a lo que siguen de lejos Rosario -nuevamente- con un 8% y ciudad de Córdoba con el 7%.

La mayoría de los/as artistas vivos/as se han asentado en las ciudades donde la actividad artística y creativa es mayor, con más posibilidades de cercanías al campo y al mercado, siendo la Ciudad Autónoma de Buenos Aires la residencia del clúster más grande de artistas contemporáneos con el 70%. Inclusive artistas consagrados/as que residen en el exterior, mantienen su domicilio aún en la ciudad de Buenos Aires también.

Tabla 23. Origen y residencia de artistas contemporáneos/as.

ORIGEN Y RESIDENCIA	Ciudades	Nº	%
Lugar de origen de Artistas fallecidos/as	Ciudad Autónoma de Buenos Aires	20	61
	Rosario	5	15
	Avellaneda	2	6
	La Plata	2	6
	Federal	1	3
	Posadas	1	3
	Salta	1	3
	San Miguel de Tucumán	1	3
Lugar de Origen de Artistas vivos/as	Ciudad Autónoma de Buenos Aires	122	60
	Rosario	16	8
	Córdoba	14	7
	La Plata	7	3
	Mar del Plata	5	2
	Posadas	3	1
	Ciudades extranjeras	4	2
	Ciudades del resto del país	31	17
Lugar de residencia de Artistas vivos/as	Ciudad Autónoma de Buenos Aires	141	70
	Córdoba	13	6
	Rosario	12	6
	París	5	2
	Nueva York	4	2
	Ciudades del resto del país	12	6
	Ciudades extranjeras	15	7

Fuente: elaboración propia

En el contexto argentino, sobre el hecho de que sea tan considerable el clúster concentrado en la Capital Federal vale decir que no son solamente el talento, la tecnología y la tolerancia<sup>56</sup> lo que atrae a este grupo de productores/as. Debería tenerse en cuenta ciertas causas que también influyen en ello:

- 1) La proximidad a las instituciones de arte y al mercado, casi todas ubicadas en la ciudad de Buenos Aires.
- 2) La disponibilidad y oferta de materiales para la creación, muy difícil de conseguirse desde algunas ciudades del interior del país y muy costoso también.

<sup>56</sup> Las tres T de Richard Florida.

- 3) La demanda de producción se restringe desde lejos, porque el mercado de arte organiza jerarquías que requieren actores presentes, y a su vez, limita deliberadamente el acceso a muchos otros que no lo están.
- 4) En el circuito actual quien debe autogestionarse y movilizarse para poder acceder al mercado por primera vez es el/la artista. Y el mercado estará siempre donde el centro económico se organice: en las grandes ciudades.

**FORMACIÓN** ► Para ser artista no necesariamente se necesita un título universitario. Hay varios casos de grandes artistas autodidactas, como por ejemplo el consagrado y fallecido León Ferrari. En el caso del mercado argentino, la mayoría de los/as artistas indagados/as han invertido su tiempo y dinero en una formación superior o universitaria y nuestros análisis ([Tabla 24](#)) nos arrojan que el 70% ha estudiado *artes visuales*<sup>57</sup>, seguido muy de lejos por un 5,53 % de fotógrafos formados y otro 5,53% de artistas autodidactas, es decir que no poseen formación en el campo disciplinar.

Tabla 24. Formación de artistas contemporáneos/as.

FORMACIÓN		Frecuencia	Frecuencia Relativa
Clase	Valor		
1	Artes visuales	166	0,7064
2	Fotografía	13	0,0553
3	Autodidacta	13	0,0553
4	Diseño (moda, industrial, gráfico)	13	0,0553
5	Otras Humanidades	13	0,0553
6	Arquitectura	10	0,0426
7	Cine / Audiovisuales	7	0,0298

Fuente: elaboración propia

**MEDIOS y TÉCNICAS** ► Ligada a la formación profesional en la que los/as artistas suelen especializarse en una determinada disciplina como Pintura, Escultura, Grabado, entre otras, encontramos los medios más utilizados en la producción artística.

En la [Tabla 25](#) y [Gráfico 6](#) se observa que en promedio se emplean 3,77 medios para la producción de obra, siendo el más manipulado la *pintura*, utilizada por más del 57% de artistas. Las presentaciones de obras bajo el dispositivo de la *instalación*<sup>58</sup> y la creación de *objetos* artísticos están en un segundo lugar y son empleadas por casi el 47% de artistas, y el tercer lugar se destina al *dibujo* implementado por un 43,40% de artistas.

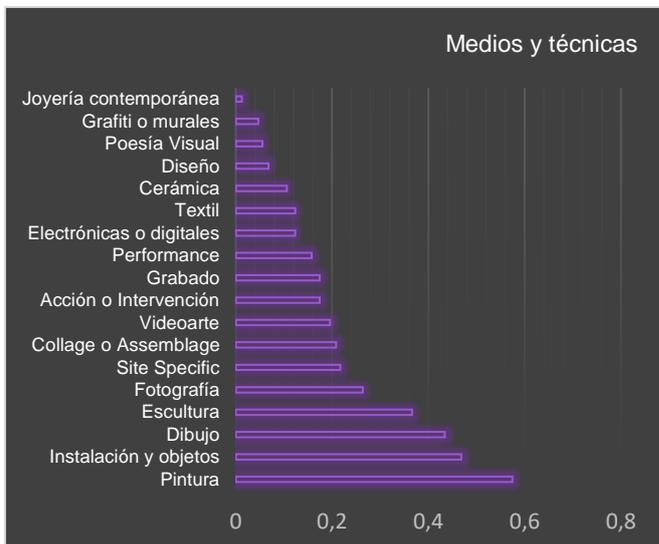
Es necesario comprender que los/as artistas usan varios medios de expresión, con diversas técnicas a su vez, y son muy escasos aquellos que sólo se dedican a uno en particular. Zorloni (2013) plantea que es en la etapa primaria de creación en la que los/as artistas no sólo deciden cómo plasmarán la idea, sino el medio que utilizarán para ello, y esto también responde muchas veces a la disponibilidad

<sup>57</sup> Incluye carreras de licenciatura y profesorado en Bellas Artes, Artes Plásticas o Visuales

<sup>58</sup> El medio por excelencia del arte contemporáneo acorde a los filósofos alemanes Groys (2014) y Rebenisch (2003).

efectiva de los recursos necesarios para poder hacerlo. Recordemos que muchos premios condicionan tamaños, formatos y soportes. Por ello, no es raro que la producción contemporánea sea tan variada.

Gráfico 6. Medios y técnicas empleados en la producción de arte.



Fuente: elaboración propia

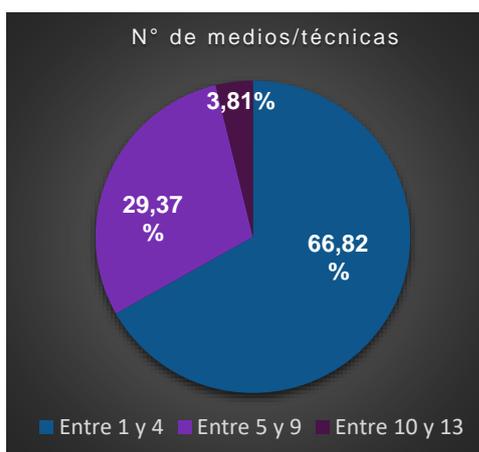
Tabla 25. Medios y técnicas más usados.

N= 235	Promedio
Pintura	57,44%
Instalación y objetos	46,80%
Dibujo	43,40%
Escultura	36,59%
Fotografía	26,38%
Site Specific <sup>59</sup>	21,70%
Collage o Assemblage	20,85%
Videoarte	19,57%
Acción o Intervención	17,44%
Grabado	17,44%
Performance	15,74%
Electrónicas o digitales	12,34%
Textil	12,34%
Cerámica	10,63%
Diseño	6,80%
Poesía Visual	5,53%
Graffiti o murales	4,68%
Joyería contemporánea	1,28%

Fuente: elaboración propia

En la [Tabla 26](#) y [Gráfico 7](#) podemos observar que el 66,82% de artistas utilizan *entre 1 y 4* medios o técnicas diferentes, mientras que un 29,37% emplea *entre 5 y 9*, y finalmente 3,81% utiliza *entre 10 y 13* medios o técnicas para producir obra.

Gráfico 7. Cantidad de medios/técnicas usados.



Fuente: elaboración propia.

Tabla 26. Cantidad de medios o técnicas empleados.

Cantidad de medios y técnicas utilizados			
Clase	Valor	Frecuencia	Frecuencia Relativa
1	1	52	0,2213
2	2	39	0,1660
3	3	43	0,1830
4	4	23	0,0979
5	5	25	0,1064
6	6	16	0,0681
7	7	14	0,0596
8	8	11	0,0468
9	9	3	0,0128
10	10	3	0,0128
11	11	3	0,0128
12	12	1	0,0040
13	13	2	0,0085

Fuente: elaboración propia en Statgraphics.

<sup>59</sup> *Site specific* es un término inglés que designa una exhibición específicamente diseñada para un espacio particular, de manera que descontextualizarla de ese lugar elegido y pensado, implicaría perder gran parte de, sino todo, su significado y carga simbólica.

**DOCENCIA** ► Otra realidad a tener en cuenta cuando hablamos del sector de artistas es su subsistencia como docentes ([Tabla 27](#)). Muchos/as de ellos/as se dedican a la educación *formal* en el nivel universitario, terciario o secundario, como también a la enseñanza infantil en espacios autogestionados o centros culturales barriales. Nuestro análisis indica que un 55,74% de artistas no dan clases, frente a 44,26% que sí lo hacen.

Tabla 27. Actividades de docencia.

DOCENCIA			
Clase	Valor	Frecuencia	Frecuencia relativa
1	no	131	0,5574
2	sí	104	0,4426

Fuente: elaboración propia en Statgraphics

**CURADURÍA y GESTIÓN** ► Junto a la docencia, muchos/as artistas contemporáneos también conjugan su labor artística con la curaduría de exhibiciones o la gestión de proyectos artísticos ([Tabla 28](#)). Hace una década aproximadamente, los espacios de gestión independiente fueron multiplicándose en Argentina, bajo la propia acción de artistas emergentes que comenzaron la labor de postulación a programas nacionales o provinciales para financiar esta clase de proyectos que le otorgaron visibilidad y legitimidad a su labor artística. Algunas de ellas lograron continuar hasta hoy, pero muchas han perdido fuentes de financiamiento estatal o privado y dejaron de existir. Nuestro análisis muestra que el 73,62% de artistas realiza o realizó actividades de gestión y/o curaduría en el circuito de arte contemporáneo.

Tabla 28. Curaduría y/o gestión de artistas.

CURADURÍA y/o GESTIÓN			
Clase	Valor	Frecuencia	Frecuencia relativa
1	no	62	0,2638
2	sí	173	0,7362

Fuente: elaboración propia en Statgraphics

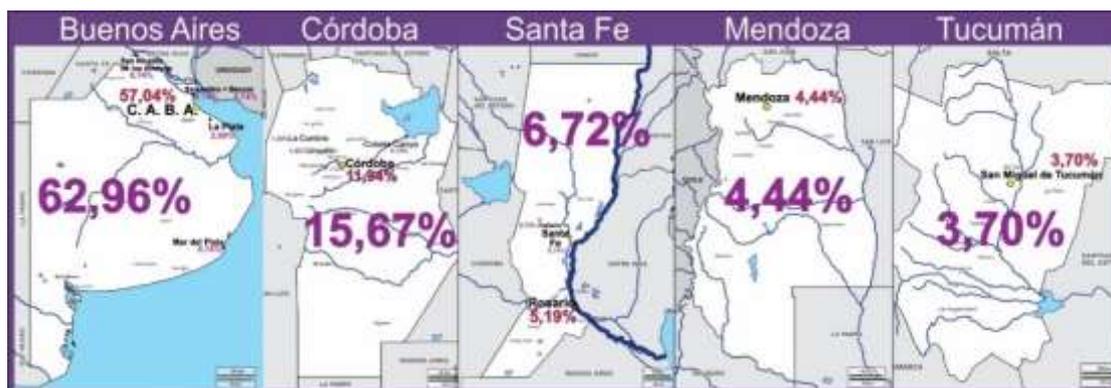
Para finalizar este apartado, queremos dejar sentado que ser artista no implica sólo producir obra para el circuito contemporáneo. Chiotarrab (2016) especifica que hoy día el/la artista debe manejar su propio tiempo auto explotándose como mejor pueda para dividirlo entre la labor creativa y un segundo empleo que le permita subsistir. En la misma carrera por ingresar a los mercados de conocimiento y primario, cada artista deberá escribir muchos enunciados de trabajo sobre la obra, diseñar portfolios, redactar infinitud de proyectos para conseguir financiamiento o para acceder a clínicas y/o residencias, capacitarse continuamente, lidiar con la burocracia institucional, negociar con los espacios expositivos, publicitar su trabajo en redes sociales, pagar dominio para su página web, redactar sus propias gacetillas y confeccionar sus propios *flyers*, entre muchas actividades más que debe resolver solo/a y sin la asistencia de los agentes que deberían encargarse de las acciones nombradas.

Está claro que ante las dobles figuras de artista-gestor/a, artista-curador/a, artista-docente, artista-investigador/a, artista-galerista, artista-asistente, artista-montajista, entre varias posibles combinaciones más es tiempo de revisar las condiciones laborales precarias a las que se siguen sometiendo a productores/as del arte contemporáneo, tanto por parte de agentes del circuito como por ellos/as mismos/as (Chiotarrab 2016).

### 2.2.2.3. Galerías

Los resultados de esta etnografía virtual nos arrojan que, del total de galerías investigadas (N=135), confeccionando un top 5 de provincias con mayor cantidad de empresas dedicadas a la venta-compra de obras de arte y representación artística, se corrobora en la [Infografía 3](#) que más del 60% de las mismas se ubican en la provincia de Buenos Aires, de las cuales el 57,04% se concentran en Capital Federal. A ella le sigue lejana la provincia de Córdoba que se compone del 15,67%, del cual se desprende que el 11,94% se sitúa en la ciudad homónima.

Infografía 3. Top 5 de provincias que registran galerías de arte.



Fuente: elaboración propia.

Sobre cada página web de las galerías y sus redes sociales, además de los catálogos de las últimas ferias contemporáneas (2019 y 2018) donde se presenta la cartera de sus artistas, se estimaron los intervalos de la cantidad de artistas que cada una representa comercialmente ([Tabla 29](#)), de lo cual se obtuvo que más del tercio (34,07%) de ellas representan *entre 11 y 20* artistas, y 40 galerías representan *entre 6 y 10* artistas, lo que equivale al 29,63%.

Tabla 29. Cantidad de artistas representados/as

Cantidad de artistas por galería		Frecuencia	Frecuencia Relativa	Frecuencia Acumulada	Frecuencia Rel. acum.
Clase	Valor	Frecuencia	Relativa	Acumulada	Rel. acum.
1	5 o menos	21	0,1556	21	0,1556
2	Entre 6 y 10	40	0,2963	61	0,4519
3	Entre 11 y 20	46	0,3407	107	0,7926
4	Entre 21 y 30	15	0,1111	122	0,9037
5	Más de 30	13	0,0963	135	1,0000

Fuente: elaboración propia en Statgraphics

A la manera de Artprice<sup>60</sup>, pero modificándola a nuestro contexto específico, hemos identificado por fecha de nacimiento, los rangos etarios de colectivos y artistas, para clasificarlos en una primera instancia, basados en la etapa creativa y de vida de cada artista o colectivo (Tabla 30).

Teniendo en cuenta que ciertas manifestaciones del Arte Contemporáneo en Argentina se arraigan, especialmente, a partir de los años '90 y en adelante, no es de extrañar que los más jóvenes del mercado, *menores de 25 años*, sean en realidad los 3 *colectivos*. Nuestros resultados indican que el rango más representado por las 135 galerías de arte indagadas es el conformado por artistas de una edad que oscila *entre 35 y 50 años*, muchos de ellos/as emergentes y otros/as en carrera, llevándose el 40,85% de representación muestral. Casi un 23% continúa hacia artistas que poseen *entre 50 y 65 años*, con carreras más consolidadas y una trayectoria más establecida.

Tabla 30. Rango etario de artistas representados

RANGO ETARIO ARTISTAS			Frecuencia	Frecuencia	Frecuencia
Clase	Valor	Frecuencia	Relativa	Acumulada	Rel. acum.
1	Menores de 25	3	0,0128	3	0,0128
2	Entre 25 y 35 años	20	0,0851	23	0,0979
3	Entre 35 y 50 años	96	0,4085	119	0,5064
4	Entre 50 y 65 años	54	0,2298	173	0,7362
5	Más de 65 años	29	0,1234	202	0,8596
6	Fallecido/a	33	0,1404	235	1,0000

Fuente: elaboración propia en Statgraphics

Acorde a Helguera (2012) hay tres segmentos bien diferenciados en el arte contemporáneo argentino, que cubriría un rango desde los años '60 hasta la actualidad, según las colecciones contemporáneas por ella investigadas y que nos sirve también para identificar por *categoría* a los artistas representados por las galerías. Éstos son:

- a) Obras de artistas consagrados/as, quienes que ya han entrado en la historia del arte argentino, han sido representados/as por las grandes galerías del país, e inclusive ya cotizaron o cotizan en casas de subastas nacionales e internacionales.
- b) Obras de artistas que ya poseen una carrera en camino, ya cuentan con representación comercial importante y además con varias muestras en sus currículums. A éstos/as les denominamos, en nuestro análisis, artistas *en carrera* porque además de acumular prestigio y capital simbólico han sabido posicionarse participando en Bienales, obteniendo Premios y Becas de renombre, han ingresado en la historia del arte con algunos textos académicos o publicaciones de Instituciones museísticas que los han incluido, además de haber captado la mirada de críticos y teóricos que han reseñado su producción.

<sup>60</sup> Obras atribuibles a artistas vivos o nacidos a partir de 1945 para el periodo de arte contemporáneo.

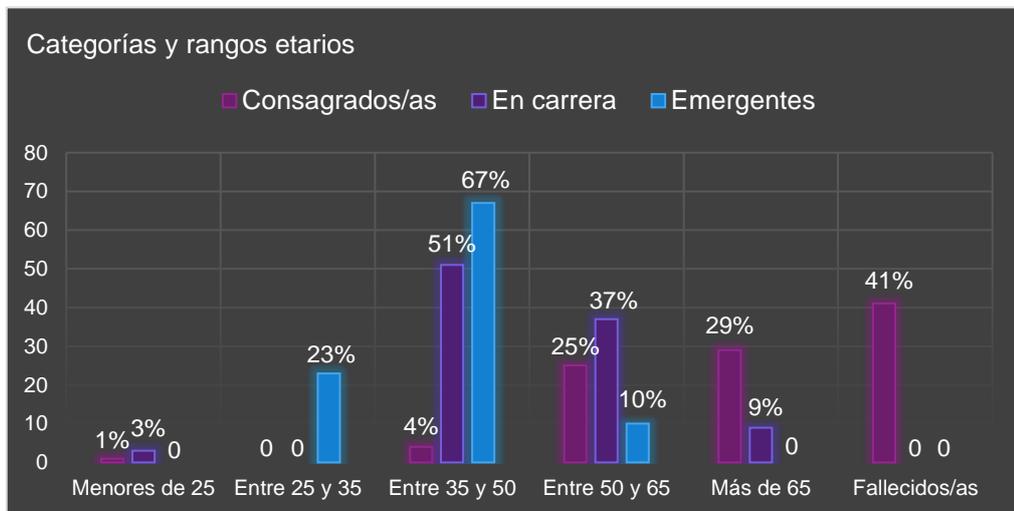
c) Obras de artistas emergentes: serían obras de los/as recién iniciados/as, que cuentan con la representación comercial de alguna galería que los descubre en ferias u otros eventos y que, además, ya han tenido participación en muestras colectivas, alguna clínica, residencia o beca.

Esta clasificación es importante porque nos ha ayudado a identificar estos grupos, para lo cual volvimos a usar los rangos etarios y luego de haber analizado todas sus trayectorias descritas en los apartados anteriores concluimos que 80 artistas se consideran *consagrados/as*, 67 se encuentran *en carrera*, y otros 88 restantes son quienes cubren el cupo de *emergentes*.

En el [Gráfico 8](#) nuestro análisis señala que, sobre el grupo de artistas *consagrados/as* el 41% pertenecen a artistas *fallecidos/as*, el 29% posee *más de 65 años* y un 25% se ubica *entre 50 y 65 años*.

Les corresponde a artistas *en carrera* una mayoría que posee *entre 35 y 50 años* alcanzando el 51% de la totalidad muestral, y dejando en segundo puesto a los/as que cuentan con una edad que oscila *entre los 50 y los 65 años*. Finalmente, en el grupo de emergentes superan con el 67% los/as artistas que poseen una edad *entre 35 y 50 años*, seguidos por el joven grupo de *entre 25 y 35 años* con el 23%.

Gráfico 8. Categoría de artistas contemporáneos/as por rango etario.



Fuente: elaboración propia

Finalmente, cerramos este apartado con los períodos de creación dentro de los que se encuadran las líneas de venta de las galerías, en bases a sus artistas representados/as. Tomamos para este análisis la periodización señalada por Golonbek (2000) en el capítulo anterior que se reitera aquí: Periodo *Moderno* (obra anterior a 1949), *Transición* (entre Modernidad y Contemporaneidad de 1949 a 1960), *Contemporáneo clásico* (o Vanguardia, desde 1960 a 1968), *Contemporáneo Moderno* (o Tardomoderno, desde 1969 a 1982), *Contemporáneo Postmoderno* (o Actual, 1983 a 1994), *Contemporáneo* (Contemporáneo, 1995 en adelante).

Así podemos definir en la [Tabla 31](#) cómo se visualiza que de las 135 galerías indagadas el 83,70% de ellas se dedica al arte *Contemporáneo* más reciente (desde 1995), seguida de un 54,07% de galerías que operan con obras del *Contemporáneo postmoderno*.

Tabla 31. Periodización de obras en galerías

Periodos artísticos	Promedio
Moderno	0,118519
Transición (1949-1960)	0,192593
Contemporáneo Clásico (1960-1968)	0,281481
Contemporáneo Moderno (1969 – 1982)	0,385185
Contemporáneo Postmoderno (1983-1994)	0,540741
Contemporáneo (1995 en adelante)	0,837037

Fuente: elaboración propia en Statgraphics.

Vale aclarar también que las galerías más antiguas y de trayectoria, muchas de ellas llevan en paralelo la administración de casas de subastas, con otra marca y poseen muchas obras en trastienda, como veremos en el siguiente apartado.

### 2.2.3. Mercado Secundario y sector receptor/consumidor

Si recordamos el esquema del *círculo de arte contemporáneo* que se graficó en el capítulo uno, podremos observar que el mercado secundario se ubica un poco en el sector de circulación y otro poco en el de consumo, y se encarga de la reventa de obras ya comercializadas en el primario, razón por la cual veremos aquí los resultados obtenidos sobre los análisis realizados en nuestras bases de datos referidas a las casas de subastas, tomando como referencia las últimas subastas celebradas por ellas en las que Internet es la herramienta principal como espacio de comercialización.

Dado que el consumo está ligado directamente al sector receptor de la producción, como son los museos más importantes y las colecciones que albergan obras de artistas contemporáneos argentinos, se hace mención de las obras catalogadas conservadas en sus predios e información sintética sobre las instituciones más relevantes que aún no han sido reseñadas.

Finalmente, señalaremos algunos datos sobre coleccionistas del arte contemporáneo argentino, que son los principales clientes tanto del mercado primario como del secundario, y sus adquisiciones influyen muchas veces sobre el rumbo de los estilos y artistas.

#### 2.2.3.1. Casas de Subastas

En Argentina se registran online once casas de subastas -todas situadas en Buenos Aires-, de las cuales solamente seis de ellas se dedican a vender exclusivamente obras de arte catalogadas, en términos de Moulin (2012). De estas seis, tomaremos cinco de ellas para análisis -todas localizadas en ciudad de Buenos Aires-, que son las que cuentan con sus páginas actualizadas a la fecha, y las

codificamos como C1, C2, C3, C4 y C5 -como figuran en nuestros resultados-, para mantener la neutralidad del sector y no guiarnos por las marcas ya establecidas por estas entidades.

En el sector del mercado primario, hemos adelantado que algunas galerías también poseen otras razones sociales y operan a su vez como casas de subastas: las bimodales. Dentro de las cinco casas de subastas indagadas, podemos observar en la [Tabla 32](#) que solamente una de ellas no opera con otra entidad y dedica su actividad a las subastas o remates de obras de arte.

Tabla 32. Casas de subastas bimodales.

Casas de subastas y galerías			
Clase	Valor	Frec.	Frec. Rel.
1	no	1	0,2000
2	sí	4	0,8000

Fuente: elaboración propia en Statgraphics.

En cuanto a los servicios de tasaciones y asesoramiento sobre obras de arte ([Tabla 33](#)), sólo tres casas de subastas los realizan.

Tabla 33. Servicios ofrecidos.

Asesoramiento y tasaciones			
Clase	Valor	Frec.	Frec. Rel.
1	no	2	0,4000
2	sí	3	0,6000

Fuente: elaboración propia en Statgraphics.

Obviamente todas compran y venden obras, demás está decirlo, pero a la hora de organizar el calendario anual de subastas y fijar las comisiones de venta, la información varía entre ellas. En la [Tabla 34](#) se visualiza la cantidad de subastas anuales que cada una realiza, la cantidad realizadas online en 2020 a raíz de la pandemia, y las comisiones -más impuestos- que cada una aplica sobre sus operaciones de venta.

Tabla 34. Condiciones de ventas en subastas y regularidad.

Casas de subastas	Subastas anuales	Subastas Online	Comisión	IVA s/ comisión	Seña	Plazos
C1	9	10	15	(21% s/P Final)	-	72 horas
C2	4	1	15	3,15	30%	48 horas
C3	4	1	20	4,2	20%	120 horas
C4	4	1	12	2,52	-	48 horas
C5	4	1	10	2,1	20%	72 horas

Fuente: elaboración propia.

Solamente C1 concentra sus actividades en nueve subastas a lo largo del año y ya lleva diez subastas online en lo que va de este semestre, mientras que las restantes se limitan a cuatro anuales y

han realizado recién una subasta online. En ocasiones también se realizan subastas especiales en fechas no usuales, pero no poseen la regularidad de las anteriores. En cuanto a las condiciones de venta, mientras que C1 prefiere aplicar el 21% de IVA sobre el precio de baja del martillo, las restantes deciden aplicar el IVA sobre la comisión estipulada previamente. En Argentina no se posee un *Impuesto al Valor Agregado* cultural o discriminado como en España, sino que el 21% es aplicable a todo *bien* o *servicio*. Sólo tres casas de subastas cobran la seña una vez finalizada la subasta, y los plazos para saldar la obra adquirida varían entre 48 y 120 horas, dependiendo de cada empresa.

Ahora bien, para poder conocer la cantidad de lotes, artistas, periodos y medios con los que negocian, hemos analizado las últimas subastas realizadas, es decir, las que se hicieron de manera online, pues son las únicas que presentan información actualizada. En base a nuestro relevamiento etnográfico, podemos asegurar que, hasta fines de mayo de este año, algunas páginas tenían sus dominios caídos o no contaban con los datos cargados a la web. La actividad comercial restringida y el confinamiento obligatorio en la ciudad de Buenos Aires los ha llevado a adaptarse a operar online.

Sobre las últimas subastas, realizadas a lo largo del mes de junio del corriente, nuestra pesquisa arroja que C2 es la que mayor cantidad de lotes ofrece con un total de 174 obras pertenecientes a 108 artistas diferentes, C1 ofreció 85 lotes de 75 artistas, C3 90 lotes con obras de 70 artistas, C4 65 lotes de 51 artistas y C5 lanzó una oferta de 88 lotes, con 73 artistas. Sobre dichas ofertas, se cuenta con la información de los precios de base para cuatro de ellas ([Tabla 35](#)).

Dado que los precios varían entre firmas, se observa que las bases mínimas rondan entre los 40 y 200 dólares, siendo el precio más elevado entre todos el de 32.000 dólares por una obra subastada en C2, en la cual también se ofertaron dos obras de arte sin bases. Como sabemos que las subastas se basan en el modelo británico (al alza), ambas pujas iniciales comenzaron en 0,00 dólares, alcanzando la primera de ellas -una pintura perteneciente al *Contemporáneo Clásico*- los 75 dólares, y la otra, 298 dólares. También se trataba de una pintura, pero del *Contemporáneo Postmoderno*.

Tabla 35. Precios de base en dólares de las últimas subastas online.

	Base C1	Base C2	Base C3	Base C5
Recuento	85	174	90	88
Promedio	781,647	1943,62	1233,89	749,205
Mínimo	40,0	0	200,0	80,0
Máximo	12000,0	32000,0	5000,0	7500,0

Fuente: elaboración propia en Statgraphics

Sólo dos casas de subastas presentaron públicamente sus precios finales, lo que nos sirvió para ver efectivamente cuántos lotes fueron vendidos y cuánto variaron los precios de base con respecto a los precios finales ([Tabla 36](#)). Al comparar ambas muestras observamos que el precio más elevado que se ha pagado por una obra en la subasta de C2 ha sido 9.100 dólares, y en la de C5 2600.- dólares mientras que

la venta más económica ha sido por 20,55 dólares en C2. El recuento nos indica que solamente 58 lotes de 174 han sido vendidos en la subasta de la casa C2, y menos del tercio para la casa C5, tan sólo 24 lotes de 88 ofertados.

Tabla 36. Comparación entre precios de base y finales.

	Base C2	P Final C2	Base C5	P Final C5
Recuento	174	58	88	24
Promedio	1943,62	1400,62	749,205	681,667
Mínimo	0	20,55	80,0	100,0
Máximo	32000,0	9100,0	7500,0	2600,0

Fuente: elaboración propia en Statgraphics

El recuento nos indica que solamente 58 lotes de 174 han sido vendidos en la subasta de la casa C2, y menos del tercio para la casa C5, tan sólo 24 lotes de 88 ofertados. Esto equivale a explicar que, de la oferta de lotes aproximada a 339.000.- dólares de C2, solamente se ha recaudado 81.235.-dólares (24%). Para C5, su oferta inicial sobre lotes valuados en 65.930.- dólares ha vendido 16.360.- dólares (25%).

A continuación, en la [Tabla 37](#) se observa que los medios preferidos a la hora de ofertar y demandar obras de arte en las subastas argentinas siguen siendo la pintura, en primer lugar, con casi el 56%, a la que le siguen bastante lejos el dibujo (14,14%), el grabado (11,15%) y la escultura (10,35%).

Tabla 37. Medios y/o técnicas más empleados en obras de subastas recientes.

Medios o técnicas más ofrecidos			Frecuencia
Clase	Valor	Frecuencia	Relativa
1	pintura	281	0,5598
2	dibujo	71	0,1414
3	grabado	56	0,1115
4	escultura	52	0,1035
5	collage	10	0,0199
6	objeto	10	0,0199
7	cerámica	6	0,0120
8	instalación	5	0,0100
9	fotografía	4	0,0080
10	textil	4	0,0080
11	diseño	1	0,0020
12	performance	1	0,0020
13	assemblage	1	0,0020

Fuente: elaboración propia en Statgraphics

Sobre la totalidad de 502 lotes de todas las subastas en conjunto, cuyas obras pertenecen a 305 artistas, confeccionamos una lista con los diez artistas de quienes se ofrecen mayor cantidad de obras, que se visualiza en la [Tabla 38](#), al estilo *top ten*.

Carlos Alonso, artista del periodo *Contemporáneo Clásico*, lleva la delantera con 15 obras ofrecidas en las últimas subastas. En segundo lugar, se sitúa Antonio Berni, del período de *Transición*, con 11 obras, a quien le sigue Leopoldo Presas, en el tercer puesto, con 10 obras en oferta.

Tabla 38. Artistas más ofrecidos en últimas subastas.

Artistas	Cantidad obras	Periodo
Alonso, Carlos	15	Contemporáneo Clásico (1960-1968)
Berni, Antonio	11	Transición (1949-1960)
Presas, Leopoldo	10	Transición (1949-1960)
Castagnino, Juan Carlos	9	Moderno
Cogorno, Santiago	8	Transición (1949-1960)
Forte, Vicente	6	Transición (1949-1960)
Sánchez, Juan Manuel	6	Contemporáneo Clásico (1960-1968)
Soldi, Raúl	5	Transición (1949-1960)
Vidal, Miguel Ángel	5	Transición (1949-1960)
Vaz, Oscar	5	Moderno

Fuente: elaboración propia

A diferencia de lo que sucede en galerías argentinas, con relación a los periodos de la historia y el mercado de arte ([Tabla 39](#)), nuestro análisis arroja que casi el 30% de las obras ofertadas en casas de subastas pertenecen al periodo *Moderno*, y en relación al contemporáneo abundan más lotes pertenecientes al periodo de *Transición* con un 18,92%, para compartir el tercer puesto -cada uno con 13,75%- el *Contemporáneo Clásico* (1960-1968) y el *Contemporáneo*, es decir el más reciente a partir de 1995.

Tabla 39. Periodos de obras ofrecidas en subastas recientes.

Periodos Lotes de Subasta			Frecuencia Relativa	Frecuencia Acumulada	Frecuencia Rel. acum.
Clase	Valor	Frecuencia			
1	Moderno	150	0,2988	150	0,2988
2	Transición	95	0,1892	245	0,4880
3	Cont. Clásico	69	0,1375	314	0,6255
4	Cont. Moderno	54	0,1075	368	0,7330
5	Cont. Postmoderno	65	0,1295	433	0,8625
6	Contemporáneo	69	0,1375	502	1,0000

Fuente: elaboración propia en Statgraphics

Se mencionó que la mayoría de las casas de subastas poseen trastiendas de obras. De las indagadas, sólo tres de ellas poseen esta información disponible: C1 con un total de 32 artistas y 77 obras; C4 con 27 artistas y 84 obras en oferta, y C5 presenta 76 artistas y 153 obras en total. Nuestro análisis arroja que, en relación a los artistas ([Tabla 40](#)), los más conservados por las casas son Antonio Berni nuevamente, seguido de Roberto Aizenberg (*Contemporáneo Moderno*).

Tabla 40. Artistas en trastiendas.

Artistas	Cantidad obras	Periodo
Berni, Antonio	3	Transición (1949-1960)
Aizenberg, Roberto	2	Contemporáneo Moderno (1969-1982)
Castagnino, Juan Carlos	2	Moderno
Cogorno, Santiago	2	Transición (1949-1960)
Del Prete, Juan	2	Transición (1949-1960)
Fomer, Raquel	2	Contemporáneo Clásico (1960-1968)
Macció, Rómulo	2	Transición (1949-1960)
Noé, Luis Felipe	2	Contemporáneo Clásico (1960-1968)
Russo, Raúl	2	Contemporáneo Clásico (1960-1968)

Fuente: elaboración propia.

En continuación con la metodología de análisis para los lotes subastados, nuestros resultados arrojan que, de la totalidad de obras ofrecidas en las trastiendas, arriba del 30% pertenecen al periodo *Moderno*, seguidas con un 26,89% para el de *Transición* y el 21,85% al *Contemporáneo Clásico* (Tabla 41). Sólo dos obras del *Contemporáneo* se alojan en los depósitos de las firmas, y esto es entendible ya que las subastas no se realizan solamente con obras adquiridas por la empresa, sino con las ofertas de terceros con intención de vender sus obras y colecciones.

Tabla 41. Periodización de obras en trastiendas.

Periodos obras en trastiendas			Frecuencia	Frecuencia	Frecuencia
Clase	Valor	Frecuencia	Relativa	Acumulada	Rel. acum.
1	Moderno	37	0,3109	37	0,3109
2	Transición	32	0,2689	69	0,5798
3	Cont. Clásico	26	0,2185	95	0,7983
4	Cont. Moderno	16	0,1345	111	0,9328
5	Cont. Postmoderno	6	0,0504	117	0,9832
6	Contemporáneo	2	0,0168	119	1,000

Fuente: elaboración propia en Statgraphics

Por último, se pudo corroborar que las obras bidimensionales son las que abundan (Tabla 42), siendo la pintura el medio predominante en las ofertas de trastiendas con el 68,15%, y muy lejos le sigue el grabado con casi un 12%. Se sostiene así la preferencia de la demanda por determinados medios ante otros.

Tabla 42. Medios y/o técnicas de obras en trastiendas.

Medios y/o técnicas obras en trastienda			Frecuencia	Frecuencia	Frecuencia
Clase	Valor	Frecuencia	Relativa	Acumulada	Rel. acum.
1	pintura	92	0,6815	92	0,6815
2	grabado	16	0,1185	108	0,8000
3	dibujo	15	0,1111	123	0,9111
4	objeto	5	0,0370	128	0,9481
5	escultura	4	0,0296	132	0,9777
6	fotografía	2	0,0148	134	0,9925
7	assemblage	1	0,0075	135	1,0000

Fuente: elaboración propia en Statgraphics

Según el último reporte anual de Artprice (2019) los medios más actuales o complejos por su preservación o materialización como el video arte, las instalaciones y obras multimedia no son los preferidos para ser coleccionados, de manera que la tradicional pintura, escultura y el dibujo siguen siendo los esenciales al mercado. También es cierto que las posibilidades gráficas en papel son una buena opción de venta rápida, dado que costos son más bajos y pueden ser comercializados a precios más accesibles que una pintura o escultura, por ejemplo.

Se ha dicho al inicio que el mercado secundario participa en el sector receptor. Esto sucede porque que las casas de subastas supieron adaptarse muy bien al circuito contemporáneo y son conscientes de que las grandes exhibiciones o retrospectivas de artistas -con catálogos y textos críticos incluidos- les ayuda

a promocionar sus productos (Thompson, 2010). De esta manera, cada subasta próxima se expone un tiempo previo para publicar las obras y captar la atención de algún potencial cliente que visite la muestra.

Ante este panorama cercano, con los consabidos problemas de evaluación y la falta de indicadores económicos que se nos presentan también en el ámbito empresarial privado, se dificulta la medición correcta de cada segmento del mercado analizado. Pero, a pesar de no contar con los datos completos sobre los movimientos de las últimas subastas -de todas ellas- y de no poder realizar un gráfico evolutivo para dimensionar los volúmenes de venta del mercado secundario en el país, los artículos periodísticos nos ayudan a visualizar valores aproximados. En febrero de 2019, la periodista Gabriela Samela, para la redacción de la sección *Economía* del diario Clarín, publicó que el saldo de ventas en remates de Obras de Arte del año 2017 arrojaba un total de 13.838.000 de dólares frente a una caída del 14% para el año 2018, con un total de 11.869.000 de dólares<sup>61</sup>.

En cambio, el pasado 27 de febrero de 2020 Ignacio Gutiérrez Zaldívar<sup>62</sup> publicó para el diario *El Cronista* un artículo<sup>63</sup> estimando que anualmente el mercado secundario de arte argentino -sin discriminar periodos de creación- deja un saldo de ventas aproximado a 25 millones de dólares, y asegura que podría ser mejor el negocio, si al menos las restricciones tributarias no fueran tal altas y desiguales a la hora de exportar y comercializar con obras de arte, y si los precios argentinos cotizaran mejor (Gutiérrez Zaldívar, 2020). Un salto considerable de 210% si se toman ambas referencias de la prensa para medir el sector secundario, ya que en un artículo anterior<sup>64</sup> publicado el 31 de julio de 2019, Gutiérrez Zaldívar estimaba que durante los primeros siete meses de 2019 ya se habían facturado alrededor de 5 millones de dólares.

Reservamos a modo de cierre, la presencia de artistas argentinos en las tres casas de subastas más importantes a nivel mundial. En los resultados de las subastas realizadas estos últimos años en Sotheby's, no se registran obras ofertadas de artistas argentinos/as, siendo el lote vendido más reciente uno del año 2002 del *contemporáneo* Guillermo Kuitka, alcanzando los 95.600 dólares<sup>65</sup>.

En cambio, Christie's y Phillips presentan algunos datos a ser valorados. La primera de ellos, concretó su última subasta de Arte Latinoamericano de manera online entre el 16 y 29 de noviembre de 2019, con 69 lotes ofrecidos y una venta que recaudó 586.875 dólares<sup>66</sup>. Los/as artistas argentinos/as que figuran en la subasta se pueden observar en la [Tabla 43](#).

---

<sup>61</sup> Disponible en [https://www.clarin.com/economia/ventas-obras-arte-subastas-cayeron-14-2018\\_0\\_PMziMYHrU.html](https://www.clarin.com/economia/ventas-obras-arte-subastas-cayeron-14-2018_0_PMziMYHrU.html)

<sup>62</sup> Abogado, redactor regular sobre el mercado de arte, y propietario de *Zurbarán, el Arte de los Argentinos*.

<sup>63</sup> Puede ampliarse en <https://www.cronista.com/clase/trendy/Arte-argentino-un-negocio-de-us-25-millones-al-ano-que-podria-ser-mucho-mejor-20200226-0007.html>

<sup>64</sup> Disponible en <https://www.cronista.com/clase/trendy/Arte-argentino-buen-panorama-en-lo-que-va-del-ano-con-ventas-por-us-5-millones-20190731-0006.html>

<sup>65</sup> Disponible en <https://www.sothebys.com/en/auctions/ecatalogue/2002/contemporary-art-part-two-n07798/lot.406.html>

<sup>66</sup> Disponible en <https://onlineonly.christies.com/s/latin-american-art-online/lots/1590?lang=en-us#browse-lots>

Tabla 43. Obras argentinas ofrecidas en Christie's. Noviembre de 2019.

N° Lote	Artista	Periodo	Medio	Precio estimado	Precio Final
20	Ferrari, León	Cont. Clásico	dibujo	Entre 6.000 y 8.000	6.250
22	Sakai, Kazuya	Cont. Clásico	pintura	Entre 8.000 y 12.000	16.250
23	Sakai, Kazuya	Cont. Clásico	pintura	Entre 6.000 y 8.000	10.625
29	Polesello, Rogelio	Cont. Moderno	pintura	Entre 5.000 y 7.000	5.000
30	Polesello, Rogelio	Cont. Moderno	pintura	Entre 15.000 y 20.000	18.750
35	Gurvich, José	Moderno	dibujo	Entre 10.000 y 15.000	13.750
36	Molina Campos, Florencio	Moderno	pintura	Entre 5.000 y 7.000	6.250
38	Berni, Antonio	Transición	grabado	Entre 4.000 y 6.000	4.000
46	Seguí, Antonio	Cont. Clásico	dibujo	Entre 4.000 y 6.000	4.000
47	Minujín, Marta	Cont. Clásico	objeto	Entre 8.000 y 12.000	87.500
48	Kuitka, Guillermo	Contemporáneo	grabado	Entre 6.000 y 8.000	6.250

Fuente: elaboración propia.

Finalmente, Phillips solamente registra una oferta de arte argentino en su última subasta realizada en Londres de fotógrafos latinoamericanos entre los cuales figura Facundo de Zuviría, cuya obra se estima entre 2.500 y 3.500.- dólares, pero que no ha sido vendida. Otros 28 resultados<sup>67</sup> fueron encontrados en el departamento de Arte Latinoamericano -de años anteriores- cuyos datos se observan en la [Tabla 44](#) a modo representativo de la escasa presencia del arte argentino en el exterior y las diferencias de cotizaciones de cada mercado. Los valores de la sede en Londres se expresan en libras y los de Nueva York en dólares.

Tabla 44. Obras argentinas ofrecidas en Phillips en los últimos 10 años.

Fecha, sede	Artista	Periodo	Medio	Precio estimado	Precio Final
25/10/19, Londres	De Zuviría, Facundo	Contemporáneo	fotografía	Entre 2.500 y 3.500 (libras)	-
02/11/17, Londres	De Zuviría, Facundo	Contemporáneo	fotografía	Entre 2.500 y 3.500 (libras)	( £) 4.375
03/11/16, Londres	De Zuviría, Facundo	Contemporáneo	fotografía	Entre 2.000 y 3.000 (libras)	( £) 3.125
21/11/13, New York	Saraceno, Tomás	Contemporáneo	instalación	Entre 15.000 y 20.000	-
21/11/13, New York	Xul Solar, Alejandro	Transición	dibujo	Entre 20.000 y 30.000	-
21/11/13, New York	Kuitka, Guillermo	Contemporáneo	pintura	Entre 150.000 y 200.000	-
23/05/13, New York	Tomasello, Luis	Cont. Moderno	pintura	Entre 150.000 y 250.000	-
23/05/13, New York	Macchi, Jorge	Contemporáneo	collage	Entre 4.000 y 6.000	6.250
23/05/13, New York	Polesello, Rogelio	Cont. Moderno	pintura	Entre 5.000 y 7.000	6.250
23/05/13, New York	Ferrari, León	Cont. Clásico	escultura	Entre 70.000 y 90.000	-
23/05/13, New York	Sacco, Graciela	Contemporáneo	grabado	Entre 15.000 y 20.000	17.500

Fuente: elaboración propia.

### 2.2.3.2. Colecciones en Museos

Los museos de arte son los espacios consagratorios a los que aspiran los/as artistas, pero no ya como institución moderna de antaño, sino como el contexto donde el consumo creciente en arte contemporáneo se manifiesta al visitante que no asiste a las ferias ni a las exposiciones en galerías y casas de subastas. Mucho se ha escrito respecto a la recepción del arte por diferentes públicos-espectadores y en diferentes contextos. Sin embargo, a fines de este trabajo, no profundizaremos sobre las teorías

<sup>67</sup> Disponible en <https://www.phillips.com/Search?Search=ARGENTINA&sbmt=>

relacionadas, sino que abordaremos directamente las instituciones museísticas públicas más significativas en el circuito contemporáneo argentino<sup>68</sup>, dado que sus acervos forman parte del patrimonio y son un legado artístico de la nación. Como es de esperarse, en la ciudad de Buenos Aires se concentra gran parte de ellas, pero también encontraremos en la [Tabla 45](#) museos de arte contemporáneo situados en otras localidades argentinas.

Un capítulo aparte merecería el análisis del *Museo Nacional de Bellas Artes*<sup>69</sup>, fundado por decreto presidencial en 1895, que alberga también las obras ganadoras del certamen del Salón Nacional desde sus inicios (1911) y es el único que posee una sede con parte de su patrimonio en el *Museo Nacional de Bellas Artes Neuquén*, en la provincia homónima, pero como ya se ha mencionado, sintéticamente se menciona su acervo.

Tabla 45. Museos de Arte Contemporáneo con colecciones más importantes de Argentina.

Museo o colección	Ciudad	Año inicial	Origen de la colección	Obras	Periodos
Museo Nacional de Bellas Artes.	Buenos Aires	1895	Colecciones privadas, donaciones, y obras ganadoras Salón Nacional.	Más de 2500 (1239 de arte argentino)	Siglo XIX, Siglo XX, Arte Contemporáneo hasta la actualidad.
Museo de Arte Moderno de Buenos Aires	Buenos Aires	1956	Donaciones privadas y del FNA, + adquisiciones.	Más de 7.000 Más del 50% nacional	Arte Moderno y Contemporáneo argentino e internacional de los siglos XX y XXI
Museo de Arte Contemporáneo de Buenos Aires.	Buenos Aires.	2012	Colección privada d Aldo Rubino	Total 224 96 arte argentino	Arte contemporáneo argentino e internacional desde 1960.
Museo de Arte Contemporáneo de Rosario Castagnino+MACRO	Rosario, Santa Fe	2004	Museo Municipal de Bellas Artes Juan B. Castagnino (1920)	Total 3.691. Aprox. 3500 arte argentino	-Colección histórica: Arte siglos XIX y XX. -Colección Arte Contemporáneo argentino
Museo Provincial de Bellas Artes Emilio Caraffa	Córdoba	1950	Salas de Pintura del Museo Provincial (1914)	Aprox. 1.100	Arte argentino desde fines del siglo XIX hasta el presente.

Fuente: elaboración propia.

Tres importantes instituciones quedan fuera de la tabla -por falta de datos oficiales en sus páginas webs- pero merecen la pena nombrarlas: el *Museo de Arte Contemporáneo de Salta* (MAC Salta), en la provincia homónima e inaugurado en 2004, el *Museo de Arte Contemporáneo de Bahía Blanca* (MBA-MAC) inaugurado por la municipalidad en 1995 en dicha localidad bonaerense, y el *Museo de Arte Contemporáneo de la Provincia de Buenos Aires* (MAR) en la ciudad de Mar del Plata, inaugurado en 2013 con una muestra dedicada al arte pop argentino (1960-1975).

Reseñábamos en la sinopsis histórica del mercado, que tanto éste como la historia del arte argentino están estrechamente ligados a las colecciones privadas que dieron origen a una multiplicidad de

<sup>68</sup> La extensión de estas líneas deja fuera muchas colecciones privadas que dieron origen a Fundaciones y Asociaciones de arte en el país, pero tampoco se cuenta con la información completa sobre ellas en sus sitios oficiales, de manera que será una labor a futuro indagarlas.

<sup>69</sup> Se recomienda a la autora Herrera (2009) para profundizar en su historia.

instituciones que albergan obras de arte catalogadas a lo largo del país<sup>70</sup>. En el capítulo anterior mencionamos los aportes de los coleccionistas Eduardo Constantini y Amalia Lacroze de Fortabat, que resultaron en dos instituciones emblemáticas para la ciudad de Buenos Aires y para el país: *Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires* y *Colección de Arte Amalia Lacroze de Fortabat*, por lo que no se incluyeron en la tabla previa. Como también se ha referido en el apartado de *mercado del conocimiento* al financiamiento de las firmas privadas, y dado que no todas cuentan con colecciones o información suficiente sobre las existentes, no se reiterará aquí la información ya referenciada del sector privado.

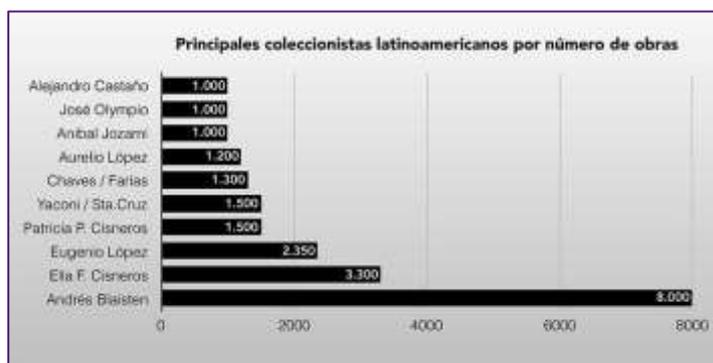
### 2.2.3.3. Coleccionistas de arte contemporáneo en Argentina

En este último apartado introduciremos brevemente una nueva generación de coleccionistas en arte contemporáneo argentino que influyen en el desarrollo de los mercados y las tendencias locales de los últimos años, muchas veces considerados mecenas de determinados grupos de jóvenes artistas, como se había adelantado en el capítulo inicial.

La historia argentina del arte expone una larga tradición arraigada en la figura del coleccionista de arte, proveniente del siglo XIX, sobre todo de familias inmigrantes europeas que se asentaron en las ciudades de Buenos Aires y Córdoba, y cuyos herederos mantuvieron dichas prácticas hasta finales del siglo XX. El auge del arte contemporáneo a lo largo de los años 90' en el país (cuando la convertibilidad del dólar/peso era 1 a 1) y la proximidad al nuevo milenio, contribuyeron notablemente al establecimiento de una nueva clase coleccionista de orígenes sociales diferentes a los tradicionales.

En marzo de 2017, la plataforma especializada en arte de Iberoamérica ARTEINFORMADO lanzó un estudio titulado *100 Activos Coleccionistas de Arte Latinoamericano*, en el que informaron quienes son las cien personas más notorias a nivel internacional que coleccionan arte latinoamericano en los últimos años. En el [Gráfico 9](#) se puede apreciar *top ten* de coleccionistas con más de un millar de obras.

Gráfico 9. Top ten de coleccionistas con más de un millar de obras de arte latinoamericano.



Fuente: ARTEINFORMADO, 2017.

<sup>70</sup> Se puede ampliar con todas las autoras citadas: Bermejo, 2011; Baldassarre, 2006; Herrera, 2009; Helguera, 2012; Cerviño, 2011; Fara, 2015.

También se discriminó por países la actividad de coleccionistas contemporáneos, siendo Argentina y Brasil los que más se practican el coleccionismo y mayor registro presentan en dicha plataforma<sup>71</sup>.

A partir de las últimas décadas, exhibir la colección fue una práctica que volvió a colocar al/la coleccionista en su rol legitimador en cuanto a la circulación de la obra. En base a las entrevistas que Helguera (2012) realizó a un grupo de coleccionistas de la nueva generación en Argentina, se confecciona la [Tabla 46](#) sintetizando la información contenida en ellas.

Tabla 46. Coleccionistas contemporáneos argentinos.

Nombre	Sobre el/la coleccionista	Colección: temas principales.
Anibal Jozami Buenos Aires	Rector de la UNTREF, Bs. As. Es responsable junto a Diana Wechsler de llevar adelante BIENALSUR.	Arte argentino del siglo XX. Pintura rioplatense. Artistas consagrados.
Mario Gradowzyk (1932-2010)	Como historiador publicó trabajos sobre la producción de Torres García, Xul Solar, Esteban Lisa y los artistas abstractos del Río de la Plata.	Obras de Joaquín Torres García y de los artistas del <i>Taller del Sur</i> (Uruguay) + obras del arte concreto y la abstracción geométrica. (Artistas consagrados)
Ignacio Liprandi Buenos Aires	Hijo de la reconocida y veterana galerista Orly Benzacar, directora de la galería Ruth Benzacar (Buenos Aires). Fundó en 2010 una galería de arte con su propio nombre, la cual cerró en 2017 para dedicarse full time a la música.	Primera etapa: enfocada en obras contemporáneas locales. (Emergentes y en carrera) Segunda etapa: obras de artistas contemporáneos/as internacionales y algunos nacionales más representativos de la actualidad. (En carrera y consagrados)
José L. Lorenzo Córdoba	Arquitecto cordobés dedicado a fomentar y promover el circuito local y la esfera nacional de arte argentino. Miembro activo de la Asociación Amigos del Museo Provincial de Bellas Artes Emilio Caraffa y de la Fundación Proarte Córdoba.	Primera etapa: géneros tradicionales arte argentino siglo XIX y principios del XX. Segunda etapa: a partir de 2005 gira hacia el arte contemporáneo, y se enfoca en artistas cordobeses y jóvenes también. (Emergentes y en carrera)
Esteban Tedesco Buenos Aires	Cirujano plástico de renombre, logró entablar amistad con muchos/as artistas del circuito. Es miembro activo de la Asociación Amigos del Centro Cultural Recoleta.	Arte contemporáneo argentino actual. Destacan sus preferencias en Andrés Paredes, Mónica Millán, Mauro Koliva, Matías Duville, Marcos López, Nicola Constantino, Diego Biachi y más.
Gustavo Bruzzzone Buenos Aires	Abogado, juez y docente universitario. Estuvo al frente de la revista <i>Ramona</i> y apoyó siempre el Centro de Investigaciones Artísticas (CIA).	Producción de artistas del Centro Cultural Rojas desde 1989-1996, bajo curaduría de Jorge Gumier Maier. (Consagrados)
Guillermo Navone	Joven empresario (41) es miembro de la comisión directiva de la Asociación de Amigos del Centro Cultural Recoleta. Apoya programas de arte contemporáneo, educativos y financieramente a artistas.	Arte argentino contemporáneo desde 1960 y también algunas obras modernas argentinas. (Consagrados y en carrera)
Guillermo González Taboada Buenos Aires	Creador y responsable de <i>Art democracy</i> : una iniciativa online con el fin de difundir en las redes sociales el arte contemporáneo argentino y latinoamericano.	Obras de artistas de la abstracción geométrica y del Pop de los '60 en Argentina. (Consagrados)
Alexandra de Royere Buenos Aires	De origen francés, pero radicada en Argentina, se dedicó a la administración de empresas y estudió historia del arte. Es miembro del círculo internacional de arteBA	Obras de artistas contemporáneos actuales. Destacan Ana Gallardo, Nicola Costantino, Gabriel Valansi, Matías Duville, Adrián Villar Rojas. (En carrera)

Fuente: elaboración propia en base a Helguera (2012)

<sup>71</sup> Puede leerse en <https://wecollect.club/en/100-activos-coleccionistas-arte-latinoamericano/>

Aunque suele asociarse su figura con personas de gran poder adquisitivo, la nueva generación de coleccionistas argentinos no posee ni la tradición familiar sobre la práctica, ni una gran posición socio-económica que les permita comprar obra a granel. Dato curioso es que, a partir de 2008, en Buenos Aires se implementaron bajo el modelo de las clínicas de arte, las de coleccionismo, y se establecieron reglas básicas para cumplir en ellas: no se puede comercializar obras, deberá pensarse en la federalización para llegar a todo el país y las relaciones dentro de ellas son horizontales: de igual a igual. Su razón de ser tiene sentido si se piensa que las colecciones actuales presentan cada vez más los perfiles que la describen estilísticamente y ya no se compra por comprar. Entonces, Estética e Historia vuelven a encontrarse para dar argumento a las elecciones privadas de compra de estos agentes cuyas razones no son la mera acumulación o el prestigio simbólico y social que perseguían los/as coleccionistas de la primera mitad del siglo XX (Helguera, 2012).

Tanto artistas como coleccionistas son dos de los agentes fundamentales en el circuito del arte, que tranquilamente podrían prescindir de algún intermediario, como a veces sucede. El coleccionismo, además, tiene una doble función: por un lado, moviliza el sector comercial y demanda producción, y por el otro, genera valor simbólico operando en la circulación y difusión de la obra artística. Sin dudas, el rol de nuevos coleccionistas argentinos/as dejará una huella en el patrimonio contemporáneo del siglo XXI y probablemente sus acervos conformen los futuros museos que albergarán y ofrecerán el legado artístico argentino con rasgos de una época, de estilos y de gustos propios de principios del segundo milenio.

## Conclusiones

---

Una vez recorrido este breve camino hacia la situación de cada mercado y el mundo del arte contemporáneo argentino actual, podemos asegurar que para poder conocer los primeros es imperativo profundizar y saber cómo funciona el circuito que lo contiene. Abordarlo en su conjunto, aun cuando se analice cada sector por separado, es crucial para entender la dimensión real que abarca el sistema interrelacionado. Ya hemos dicho que aunque se presenten como independientes, cada mercado está ligado entre sí a través de las negociaciones que se dan en su seno y, sobre todo, porque el producto mercantil que los une es el mismo: la obra de arte. Ésta, como unidad comercial y simbólica, recorre el esquema en su entera dimensión, y su posición en cada segmento es lo que le permite adquirir mayor o menor valor, con sus posibles incidencias propias en cada mercado.

Al inicio de este trabajo nos habíamos preguntado cuál sería la fracción de mercado secundario de arte contemporáneo argentino que aportaría al panorama mundial. Nuestros análisis expusieron que las ofertas de las últimas subastas en línea -de las que se pudieron obtener los valores monetarios- ascendieron a un monto total de 581.560.- dólares, sólo en el mes de junio de 2020. Ergo, si nos guiamos por las referencias periodísticas de Gutiérrez Zaldívar (2020) como un valor real de facturación sobre el mercado secundario argentino, es decir 25.000.000.- de dólares sobre el total mundial que Artprice declaró en su último reporte por 1.890.000.000.- de dólares, nos daría una fracción de 1,32% de incidencia en el panorama global del arte contemporáneo, dentro de aquel 6% que integraban los países restantes no desglosados en el Reporte Anual de Artprice (2019).

Sin embargo, sabemos que este porcentaje solamente refleja una aproximación de valores monetarios en un solo segmento de mercado y no representa su dimensión socio-cultural, política y económica total. Pues restaría medir aún el consumo efectivo de espectadores asistentes a museos, ferias, bienales y otros eventos relacionados, las facturaciones de artistas y galerías, los aportes específicos del gobierno y de las empresas privadas, entre muchos más datos económicos y de carácter sensible a cada agente. De este modo, aunque inicialmente se perseguía la meta de cuantificar los mercados locales, comprendimos que los mismos integran una red más amplia y cualitativa a considerarse, motivo por el cual nuestros objetivos se centraron en dimensionar los mercados dentro del circuito de arte contemporáneo en Argentina.

El circuito de arte contemporáneo argentino tiene una dimensión considerable, y a través de los estudios que hemos realizado, se desprenden una serie de parámetros y apreciaciones que reflejan su magnitud, las cuales se sintetizan a continuación.

En principio, haber comprendido **la obra de arte como un bien económico** -inserto en las industrias creativas-, implicó profundizar sobre el campo artístico con una mirada particular y pocas veces abordada en las academias o los centros de investigaciones argentinos. La mayoría de los estudios sobre el mercado de arte no incluyen aspectos relacionados a la legitimación de las obras de arte. Esta distinción

es crucial para entender que hay una interrelación entre cada mercado, que cada uno de ellos presenta una lógica diferente con respecto a otros sectores productivos de la economía nacional y que el valor monetario está estrechamente asociado al simbólico, especialmente en el terreno del conocimiento.

En función de la circulación de la obra de arte, la incorporación del análisis del **mercado del conocimiento** perteneciente al circuito ha sido fundamental para acercarnos a los restantes mercados con los que se relaciona y entender las funciones de cada agente dentro de ellos. La cantidad de premios, convocatorias, becas, residencias o clínicas, publicaciones especializadas en arte contemporáneo, cantidad de exposiciones realizadas por artistas, además de darnos pautas sobre los indicadores que constituyen la carrera artística en Argentina, han dejado en evidencia los costos de participación a los que debe enfrentarse el/la artista productor/a, a la hora de auto-promoverse dentro del circuito. Pero, también nos ha relevado la financiación privada y pública con la que se cuenta para acceder a la producción artística y a la legitimación perseguida. Instituciones públicas como el Fondo Nacional de las Artes, o privadas como la Fundación Alberto Trabucco o la Universidad Torcuato Di Tella, son decisivas en el desarrollo de los proyectos de artes visuales en el país, con aportes considerables dentro de la economía del circuito artístico contemporáneo.

En referencia al **mercado primario**, mencionaremos que a pesar de la fluidez con la que galerías y ferias de arte fusionan sus estructuras para prosperar económicamente en el ambiente privado, el hecho de que tres cuartas partes de los artistas dediquen sus actividades a otras complementarias, como la gestión, la curaduría, o la docencia en menor porcentaje, también da cuenta de que el sistema no es regular y de que la economía del trabajador cultural aún se encuentra en la lucha por su profesionalización. La especulación comercial en la ferias con altos valores monetarios por stands, la falta de normativas relacionadas a los derechos laborales en el campo del arte, sin relación de dependencia para creadores/as o contratos escritos que respalden los compromisos contraídos, dificulta la situación de sus agentes. La informalidad ronda este sector y es necesario que la accesibilidad, económica y legal, sea posible para todos/as ellos/as: feriantes, galeristas y artistas.

Sorprende del sector primario, sin embargo, que de la totalidad de artistas representados por las galerías, más del tercio sean artistas categorizados como emergentes, lo que nos indica que hay mayor demanda sobre su producción, frente a la que se describió a inicios del milenio cuando analizamos la historia del mercado y la periodización del arte contemporáneo en Argentina, en cuyo escenario se vendía principalmente obras de artistas consagrados/as. Este indicio corrobora el informe en el cual Artprice (2019) sostiene que el sector contemporáneo -a nivel global- ya no es marginal en el mercado artístico, sino que representa una fracción a ser tenida en cuenta.

Al analizar el **mercado secundario**, se hace más evidente el peso del segmento previamente enunciado. Si bien abundan ofertas de obras del periodo Moderno, la presencia de artistas contemporáneos argentinos/as no es menor. Las periodizaciones para catalogar obras y artistas, acorde al economista y

docente universitario Claudio Golonbek (2001), han sido por demás útiles a la hora de medir la oferta de artistas contemporáneos argentinos, sobre todo las casas de subastas, ya sean en remates o en sus trastiendas. La cantidad ofrecida denota una estimación actual sobre este legado artístico iniciado en la primera mitad del siglo XX y se destaca la presencia de obras producidas durante los primeros periodos contemporáneos -entre 1950 y 1970- que aún circulan por este sector.

Los artistas consagrados -como los fallecidos León Ferrari y Graciela Sacco o aquellos que aún producen como Marta Minujín y Guillermo Kuitka, por nombrar algunos/as-, cuyas obras también figuran en las listas de subastas internacionales, demuestran que a pesar de una presencia mínima en el mercado internacional, sus valores económicos son mayores fuera que dentro del país. Podría explicarse esta situación teniendo en cuenta que la economía de cada contexto influye, sobre todo ante la inestabilidad económico-financiera que envuelve a Argentina desde el año 2001. Pero, también es cierto, y vale aclararlo, que el peso simbólico de sus producciones se relacionan más al imaginario de lo que constituye el arte como legado e inversión para algunas naciones, y, como hemos establecido en el escrito, esta concepción aún se construye en el país.

A raíz de lo último mencionado, se comprende que el/la tradicional coleccionista argentino/a concibió hacia fines de los años '80 que las manifestaciones contemporáneas ya trataban con obras catalogadas por la historia del arte, las cuales tendrían como destino **grandes colecciones en museos o fundaciones** que preservara este legado. Este giro modificó el escenario del mercado local, con grandes incidencias hacia finales de los años '90, dando como resultado grandes instituciones del arte contemporáneo como el Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires, el Museo de Arte Contemporáneo de Buenos Aires, la Colección Amalia Lacroze de Fortabat o el Museo Castagnino-MACRO en Rosario. Cada nueva institución fundada en el siglo XXI significó para el circuito de arte contemporáneo argentino una mayor oferta cultural, mejoría y ampliación de los espacios expositivos de circulación, como a su vez significó concebir a las obras de arte contemporáneo como representantes legítimas del patrimonio nacional.

Finalmente, se destaca la cantidad de estudios desde las ciencias sociales que se están publicando, en estos últimos años, respecto a la figura e influencia de la **nueva generación de coleccionistas de arte contemporáneo** en el país. El financiamiento que realizan éstos/as sobre proyectos artísticos, más allá de la compra regular de obras, especialmente en provincias del interior del país, aporta gran valor a la producción de artistas emergentes y otorga muchas posibilidades de crecimiento en las carreras artísticas de los/as productores/as más jóvenes.

Cada sector que hemos indagado y analizado en nuestro estudio, da cuenta del peso que cada actividad efectuada por sus agentes representa dentro del circuito y lo que implica para las Artes Visuales en Argentina, como el escenario del cual se parte para conocer su aporte a la región. Tanto el circuito del arte contemporáneo argentino como sus mercados, son casos de considerable dimensión en Sudamérica

y no nos equivocaríamos en pensar que estos datos no solamente posicionan al país desde la perspectiva cultural, sino también económica, considerando que inciden en más de la cuarta parte de la dimensión regional e indica las posibles preferencias en las demandas del segmento que repercuten en la producción artística y del conocimiento.

Por otro lado, la legislación argentina nos ha dado varios indicios de valor respecto al mercado de obras de arte nacional. Con el *Régimen de la Propiedad Intelectual* de 1933, en plena vigencia, y las 44 leyes relacionadas a él, se evidencian los intentos por contemplar este sector económico y social dentro del plano nacional comprendiendo tanto los derechos de autores hasta la regularización de la circulación de sus productos/creaciones. Las leyes más recientes de *Simplificación y Desburocratización para el Desarrollo Productivo de la Nación* (Ley 27.444) y la de *Disposición de los Bienes Culturales* (Ley 27.522) denotan, no sólo el avance, sino el gran esfuerzo del gobierno nacional por regular e incorporar el mercado artístico-cultural al sector productivo del país como un sector prometedor y real dentro de su economía, de manera que la concepción de las *industrias creativas* ya es un factor considerado en el panorama argentino. Debería contemplarse, sin embargo, una capacitación en los órganos gubernamentales de la administración pública para que los programas a implementarse, como el *Registro Nacional de Comerciantes de Antigüedades, Obras de Arte y otros Bienes Culturales*, consideren la realidad de las economías propias de los agentes culturales en cada sector del mercado artístico involucrado.

Queda en evidencia, también, la urgencia de políticas públicas que midan la actividad del sector artístico y regulen las condiciones laborales de productores/as del país, una cuestión que viene siendo reclamada hace más de dos décadas. Informes similares a éste, serán esenciales para hacer visibles y respaldar estos reclamos, además de abogar por el cumplimiento de los derechos culturales-artísticos que contempla nuestra legislación, exigiendo su aplicabilidad por y para todos/as. La visibilidad debe dejar de ser el pago de las instituciones -públicas o privadas- al/la artista, y el régimen fiscal argentino debería contemplar la profesión de los trabajadores culturales y los impuestos que sobre su actividad recae, como un caso diferente a los demás sectores productivos.

Los datos aquí presentados fueron obtenidos sobre bases existentes confeccionadas por agentes heterogéneos dentro del circuito de arte contemporáneo, con diferentes focalizaciones y perspectivas entre cada uno de ellos. De esta manera, aunque se ha intentado recabarlos -con ánimo descriptivo-, y obtener información económica -la mayor cantidad posible- sobre subastas, ventas de obras en galerías, o ventas directas entre artista y coleccionista, no hemos podido realizar inferencias concretas, pues los datos a los que se ha accedido no son representativos de la población abordada.

Dada la escasa participación en las encuestas realizadas al inicio de esta pesquisa, somos conscientes de que muchas referencias quedaron fuera de nuestros análisis, pero permanecen como líneas pendientes de indagación en estudios futuros. Habría que considerar, empero, la metodología a ser aplicada -teniendo en cuenta la escasez de datos estadísticos oficiales-, con alguna técnica de investigación

que nos permita acercarnos a los/as agentes del circuito. La etnografía debe poder llevarse a cabo a lo largo de un tiempo considerable, en el cual se construyan relaciones sociales de confianza. Este recurso es fundamental para interiorizarnos y valernos de la información que cada actor/a pueda y quiera otorgarnos, de lo contrario, como nos ha sucedido en este caso, toda información recabada quedará supeditada a los datos públicos que cada firma privada desee exponer.

Finalmente, en Argentina es poco lo que se ha escrito respecto a los mercados primario y secundario, pero es bastante lo que se encuentra puntualizado sobre agentes del mercado del conocimiento desde una perspectiva de las ciencias sociales, como hemos señalado antes. Sin embargo, no hay estudios que relacionen los tres segmentos aquí indagados. Este trabajo interpeló campos anteriormente no relacionados unos con otros en publicaciones del país, como lo son la legislación y el comercio exterior de obras de arte, la conjunción e incidencia del mercado de conocimiento como un espacio más operacional que acompaña a los mercados primarios y secundarios, la obra de arte como un producto mercantil, la economía de las/os productoras/es de artes visuales. Todas líneas de investigación plausibles y posibles para futuros estudios de carácter similar.

## Referencias bibliográficas

---

### Libros

- Afonso, L., Fernandes, A. (2019) Mercados da Arte, Edições Sílabo, Lisboa.
- Baldasarre, M. I. (2006) Los dueños del arte: coleccionismo y consumo cultural en Buenos Aires, Edhasa, Buenos Aires.
- Bourdieu, P. (2011) Las estrategias de la reproducción social, Siglo Veintiuno Editores, Buenos Aires.
- Bourdieu, P. (2010) El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la cultura, Siglo Veintiuno Editores, Buenos Aires.
- Bourdieu, P. (1997) Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción, Editorial Anagrama, Barcelona.
- Danto, A. (2003) Después del fin del arte: el arte contemporáneo y el linde de la historia, Paidós, Barcelona.
- Dick, G. (2005) El circuito del arte. Una teoría del arte, Paidós, España.
- Frey, B. (2000) La economía del arte, La Caixa, Barcelona.
- Genette, G. (1997) La obra del arte, Lumen, Barcelona.
- Golonbek, C. (2001) GUÍA PARA INVERTIR en el mercado de arte contemporáneo argentino, Patricia Rizzo Editora, Buenos Aires.
- Graw, I. (2015) ¿Cuánto vale el arte? Mercado, especulación y cultura de la celebridad, Mardulce, España.
- Herrera, M. J. (2009) El Museo Nacional de Bellas Artes. Historia, gestiones y curaduría. MNBA, Buenos Aires.
- Moulin, R. (2012) El Mercado del arte. Mundialización y nuevas tecnologías, La marca editora, Buenos Aires.
- Peñuelas I Reixach, L. (2005) Valor de Mercado y obras de arte. Análisis fiscal e interdisciplinario, Marcial Pons, Madrid.
- Rascón Castro, C. (2009) e para entender La economía del arte, Nostra ediciones, México D.F.
- Sánchez Balaguer, J. J. [et. al.] (2018) Las industrias culturales y creativas en Iberoamérica: evolución y perspectivas, cátedra iberoamericana 'Alejandro Roemmers' de Industrias culturales y creativas, Universidad Miguel Hernández de Elche y Fundación Iberoamericana de las Industrias Culturales y Creativas, España.
- Thornton, S. (2010) Siete días en el mundo del arte. Edhasa, Barcelona.
- Thompson, D. (2010) El tiburón de 12 millones de dólares. La curiosa economía del arte contemporáneo y las casas de subastas. Ariel, Barcelona.
- Zorloni, A. (2013) The Economics of Contemporary Art. Market, Strategies and Stardom, Springer, Berlin - Heidelberg.

### Capítulos de Libro

- Bonet, L. (2004) “La Economía de la Cultura como disciplina contemporánea”, en: Elía, C., Schargodorosky, H. (2004) Economía de la Cultura, Observatorio Cultural, Buenos Aires.
- Velthius, O. (2005) “Las Artes Visuales”, en: R. Towse (2005) Manual de Economía de la Cultura, Fundación Autor, Madrid, pp. 87-96.

### Otros documentos académicos

- Alonso, R. (2014) Introducción al Arte Contemporáneo, Documento institucional del Curso de Posgrado de Gestión Cultural, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de Córdoba, Argentina.

### Referencias electrónicas

- Administración Federal de Ingresos Públicos, <http://www.afip.gob.ar/sitio/externos/> [Último acceso: junio, 2020]
- Amigo, R. (01/03/1998) “El resplandor de la cultura del bazar, Arte y política. Mercados y violencia”, en Revista Razón y Revolución n°4, Otoño 1998, reedición electrónica, <https://razonyrevolucion.org/el-resplandor-de-la-cultura-del-bazar/> [Último acceso: mayo, 2020]
- Arias Fuenzalida, D. (31/08/2019) “Panorámica: abarcadora y monumental muestra del arte local”, <https://www.losandes.com.ar/article/view/?slug=panoramica-abarcadora-y-monumental-muestra-del-arte-local> [Último acceso: mayo, 2020]
- Artprice (04/03/2020). “Artprice en el Instituto de Arte Sotheby’s de Nueva York: el mercado del arte podría haber llegado a un punto de inflexión”, <https://es.artprice.com/artmarketinsight/artprice-at-the-sothebys-institute-of-art-in-new-york-the-art-market-might-have-reached-a-turning-point> [Último acceso: mayo, 2020]
- Artprice (2017) “Informe Anual Mercado del Arte Contemporáneo 2017”, <https://es.artprice.com/artprice-reports/el-mercado-del-arte-contemporaneo-2017/recuperacion-del-crecimiento> [Último acceso: mayo, 2020]
- Artprice (2018) “Informe Anual Mercado del Arte Contemporáneo 2018”, <https://es.artprice.com/artprice-reports/el-mercado-del-arte-contemporaneo-2018/balance-anual-los-resultados-del-arte-contemporaneo/> [Último acceso: mayo, 2020]
- Artprice (2019) “The Contemporary Art Market Report in 2019”, <https://imgpublic.artprice.com/pdf/the-contemporary-art-market-report-2019.pdf> [Último acceso: mayo, 2020]
- Artprice (24/01/2020). “¿Cómo definir objetivamente el arte contemporáneo en 2020?”, <https://es.artprice.com/artmarketinsight/how-to-objectively-definecontemporary-art-in-2020> [Último acceso: mayo, 2020]
- Artprice (31/05/2016). “Phillips, a reference vendor for Latin American Art”, <https://es.artprice.com/artmarketinsight/phillips-a-reference-vendor-for-latinamerican-art?from=search> [Último acceso: junio, 2020]
- BA photo (2019) “Catálogo 2019”, <https://www.buenosairesphoto.com/Ediciones-anteriores/Edicion-2019/Catalogo-2019> [Último acceso: mayo, 2020]
- Bermejo, T. (2011) “El salón Peuser: entre la apuesta comercial y afianzamiento de un mercado para Buenos Aires”, en Arte Sociedad. Revista de Investigación, Málaga, pp- 1-12. <http://asri.eumed.net/0/tb.html> [Último acceso: junio, 2020]
- Cerviño, M. (2011) “Los nuevos dueños del arte. Propiedades sociales del coleccionismo de arte argentino contemporáneo”, en las IX Jornadas de Sociología, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, <http://cdsa.aacademica.org/000-034/812> [Último acceso: junio, 2020]
- Chatruc, C. (08/02/2020) “Patrimonio: el invaluable legado de la era dorada de los grandes coleccionistas”, Periódico La Nación, <https://www.lanacion.com.ar/opinion/el-invaluable-legado-de-la-era-dorada-de-los-grandes-coleccionistas-patrimonio-nid2331265> [Último acceso: junio, 2020]
- Chiroarrab, G. (12/07/2016) “Las nuevas economías del arte”, en Bordes: Revista de Política, Derecho y Sociedad, <https://revistabordes.unpaz.edu.ar/las-nuevas-economias-del-arte/> [Último acceso: junio, 2020]

- Consejo Federal de Inversiones, <http://cfi.org.ar/accionar/lineas-de-trabajo/cultura/> [Último acceso: junio, 2020]
- Dinatale, M. (19/11/2018) “El mercado negro del arte: Interpol investiga en la Argentina el robo de 4.800 obras”, Portal de noticias Infobae, <https://www.infobae.com/sociedad/policiales/2018/11/19/el-mercado-negro-del-arte-interpol-investiga-en-la-argentina-el-robo-de-4-800-obras/> [Último acceso: junio, 2020]
- D-maps.com. (2007/2020). Mapas gratis: “Argentina”. [Sitio web oficial herramientas informáticas] Francia: *d-maps* es una marca registrada (número INPI: 09 3 673 169), [https://d-maps.com/continent.php?num\\_con=83&lang=es](https://d-maps.com/continent.php?num_con=83&lang=es) [Último acceso: mayo, 2020]
- Domínguez Enfedaque, N., Domínguez Martínez, J.M. (2016). “El valor económico de una obra de arte”, N° 18, pp.87-89, *eXtoikos*, <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5852702.pdf> [Último acceso: junio, 2020]
- Eguía, S. (24/04/2012) “Cómo funciona el mercado negro de las obras de arte”, Portal de noticias Infonews, <https://www.infonews.com/museo-pro/como-funciona-el-mercado-negro-las-obras-arte-n17629> [Último acceso: junio, 2020]
- Fara, C. (2015) “Recorridos de la modernidad. Arte y cultura visual en las representaciones del paisaje urbano de Buenos Aires entre 1910 y 1936”, Tesis Doctoral, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires. <https://www.academia.edu/27445749> [Último acceso: junio, 2020]
- Fondo Nacional de las Artes, <https://fnartes.gob.ar/> [Último acceso: junio, 2020]
- Galería Arroyo. Remates. (2020) “Resultados Subastas Online anteriores”, <http://galarrojo.com/transfer/REMATESWEB-RESULTADOS.pdf> [Último acceso: junio, 2020]
- Galería Arroyo. Remates. (23/06/2020) “Subasta Online 23 de junio de 2020”, <http://galarrojo.com/transfer/REMATE-W23.pdf> [Último acceso: junio, 2020]
- Galería Azur (11/07/2019) “Subasta especial Grandes Maestros”, <http://galeriaazur.com/wp-content/uploads/2020/02/CATALOGO-AZUR-SUBASTA-ESPECIAL-JULIO-2019-final.pdf.pdf> [Último acceso: junio, 2020]
- Galería Azur (16 y 18/06/2020) “Subasta online Grandes Maestros”, <http://galeriaazur.com/wp-content/uploads/2020/06/Cat%C3%A1logo-Subasta-Junio-3.pdf> [Último acceso: junio, 2020]
- Galería Azur (agosto/2019) “Arte Moderno y Contemporáneo. Mobiliario y objetos de diseño”, <http://galeriaazur.com/wp-content/uploads/2020/03/ARROYO-AGOSTO-editado.pdf> [Último acceso: junio, 2020]
- Galería Azur (octubre/2019) “Clásicos, Modernos y Contemporáneos”, <http://galeriaazur.com/wp-content/uploads/2020/02/SUBASTA-AZUR-ARROYO-24-de-October-catalogo-pdf.pdf> [Último acceso: junio, 2020]
- Gatica, D. (2017) “Gestión empresarial de la cultura en los premios de artes visuales”, <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/65644> [Último acceso: junio, 2020]
- Gutiérrez Viñuelas, R. (1999) “Salones y marchantes de arte en la Argentina (1980-1925)”, en Archivo Español de Arte, LXXII, Abril-junio 1999, ISSN 0004-0428, <file:///C:/Users/licva/AppData/Local/Temp/751-884-1-PB.pdf> [Último acceso: mayo, 2020]
- Gutiérrez Zaldívar, I. (31/07/19) “Arte argentino: buen panorama en lo que va del año, con ventas por u\$s 5 millones”, <https://www.cronista.com/clase/trendy/Arte-argentino-buen-panorama-en-lo-que-va-del-ano-con-ventas-por-us-5-millones-20190731-0006.html> [Último acceso: mayo, 2020]
- Gutiérrez Zaldívar, I. (27/02/20) “Arte argentino: un negocio de u\$s 25 millones al año que podría ser mucho mejor”, <https://www.cronista.com/clase/trendy/Arte-argentino-un-negocio-de-us-25-millones-al-ano-que-podria-ser-mucho-mejor-20200226-0007.html> [Último acceso: mayo, 2020]

- Hartmann, I. (19/03/2017) “Tráfico de bienes culturales: las claves del cuarto comercio ilegal del mundo”, Periódico Clarín, [https://www.clarin.com/suplementos/zona/trafico-bienes-culturales-claves-cuarto-comercio-ilegal-mundo\\_0\\_SJmYyaKix.html](https://www.clarin.com/suplementos/zona/trafico-bienes-culturales-claves-cuarto-comercio-ilegal-mundo_0_SJmYyaKix.html) [Último acceso: junio, 2020]
- Helguera, D. (2013) “El coleccionismo de arte en nuestro país y en el mundo actual”, en Revista de Instituciones, Ideas y Mercados N° 59, ISSN 1825-5970, pp. 137-162, [http://www.eseade.edu.ar/wp-content/uploads/2016/08/riim59\\_helguera.pdf](http://www.eseade.edu.ar/wp-content/uploads/2016/08/riim59_helguera.pdf) [Último acceso: junio, 2020]
- ICEX (26/06/2019) “arteBA 2019. Informe de Feria”, [https://www.icex.es/icex/wcm/idc/groups/public/documents/documento/mde5/odi1/~edisp/doc2019825362.pdf?utm\\_source=RSS&utm\\_medium=ICEX.es&utm\\_content=27-06-2019&utm\\_campaign=Informe%20de%20feria.%20ArteBA.%20Buenos%20aires%202019](https://www.icex.es/icex/wcm/idc/groups/public/documents/documento/mde5/odi1/~edisp/doc2019825362.pdf?utm_source=RSS&utm_medium=ICEX.es&utm_content=27-06-2019&utm_campaign=Informe%20de%20feria.%20ArteBA.%20Buenos%20aires%202019) [Último acceso: mayo, 2020]
- Infobae (04/06/2020) “El Fondo Nacional de las Artes otorgará las primeras Becas Sostener Cultura”, <https://www.infobae.com/cultura/2020/06/04/el-fondo-nacional-de-las-artes-otorgara-las-primeras-becas-sostener-cultura/> [Último acceso: junio, 2020]
- Instituto Nacional de Estadística y Censos, <https://www.indec.gob.ar/> [Último acceso: junio, 2020]
- Lateral (20/05/2019) “Lateral Catálogo”, [https://issuu.com/lateral701/docs/catalogo\\_lateral\\_negro\\_web](https://issuu.com/lateral701/docs/catalogo_lateral_negro_web) [Último acceso: mayo, 2020]
- Libedinsky, J. (22/12/2000) “Firman un acuerdo con la Secretaría de Cultura. La Interpol ayudará a prevenir el robo de objetos culturales”, Periódico La Nación, <https://www.lanacion.com.ar/cultura/la-interpol-ayudara-a-prevenir-el-robo-de-objetos-culturales-nid45845/> [Último acceso: junio, 2020]
- Martín Saráchaga - CUBO (06/17/2020) “Subasta inauguración 2020”, [http://cubo.martinsarachaga.com/Subasta\\_1\\_Cubo.pdf](http://cubo.martinsarachaga.com/Subasta_1_Cubo.pdf) [Último acceso: junio, 2020]
- Martín Saráchaga. Casa de Subastas y Remates (04/2019) “Subasta abril de 2019”, [http://martinsarachaga.com/catalogos\\_subastas/74\\_1.pdf](http://martinsarachaga.com/catalogos_subastas/74_1.pdf) [Último acceso: junio, 2020]
- Martín Saráchaga. Casa de Subastas y Remates (06/2019) “Subasta junio de 2019”, [http://martinsarachaga.com/catalogos\\_subastas/75\\_1.pdf](http://martinsarachaga.com/catalogos_subastas/75_1.pdf) [Último acceso: junio, 2020]
- Martín Saráchaga. Casa de Subastas y Remates (10/2019) “Subasta octubre de 2019”, [http://martinsarachaga.com/catalogos\\_subastas/77\\_1.pdf](http://martinsarachaga.com/catalogos_subastas/77_1.pdf) [Último acceso: junio, 2020]
- Martín Saráchaga. Casa de Subastas y Remates (12/2019) “Subasta diciembre de 2019”, [http://martinsarachaga.com/catalogos\\_subastas/76\\_1.pdf](http://martinsarachaga.com/catalogos_subastas/76_1.pdf) [Último acceso: junio, 2020]
- Martínez Argudo, J. (27/08/2019) “¿Qué son los bienes públicos y por qué el mercado no los proporciona?”, blog educativo *Econosublime*, <http://www.econosublime.com/2018/03/que-son-bienes-publicos.html> [Último acceso: junio, 2020]
- Méndez, R., Michelini, J., Prada, J., Tébar, J. (2012) “Economía creativa y desarrollo urbano en España: una aproximación a sus lógicas espaciales”, en EURE, Vol. 38, N° 113, enero 2012, pp. 5-32, <https://scielo.conicyt.cl/pdf/eure/v38n113/art01.pdf> [Último acceso: junio, 2020]
- Ministerio de Cultura de la República Argentina, <https://www.cultura.gob.ar/> [Último acceso: junio, 2020]
- Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de la República Argentina, <https://www.argentina.gob.ar/normativa> [Último acceso: junio, 2020]
- Roldán (03/07/2019) “Pintura y Escultura Clásica, Moderna y Contemporánea. Jul 2019”, <https://roldan.cc/es/subastas/catalogos/19/2019-07-03-pintura-y-escultura-clasica-moderna-y-contemporanea> [Último acceso: junio, 2020]
- Roldán (08/05/2019) “Pintura y Escultura Clásica, Moderna y Contemporánea. May 2019”, <https://roldan.cc/es/subastas/catalogos/18/2019-05-08-pintura-y-escultura-clasica-moderna-y-contemporanea> [Último acceso: junio, 2020]

- Roldán (13/11/2019) “Colección Abel Guaglione y Joaquín Rodríguez Nov 2019”, <https://roldan.cc/es/subastas/catalogos/21/2019-11-13-coleccion-abel-quaglianone-y-joaquin-rodriguez> [Último acceso: junio, 2020]
- Roldán (18/09/2019) “Pintura y Escultura Clásica, Moderna y Contemporánea. Sep 2019”, <https://roldan.cc/es/subastas/catalogos/20/2019-09-18-pintura-y-escultura-clasica-moderna-y-contemporanea> [Último acceso: junio, 2020]
- Samela, G. (24/02/19) “Las ventas de obras en subastas cayeron 14% en 2018”, [https://www.clarin.com/economia/ventas-obras-arte-subastas-cayeron-14-2018\\_0\\_PMziMYHrU.html](https://www.clarin.com/economia/ventas-obras-arte-subastas-cayeron-14-2018_0_PMziMYHrU.html) [Último acceso: junio, 2020]
- Sistema Argentino de Información Jurídica, <http://www.saij.gob.ar/> [Último acceso: junio, 2020]
- Sistema de Información Cultural de la Argentina, <https://www.sinca.gob.ar/> [Último acceso: junio, 2020]
- Télam (11/06/2020) “Dos galerías argentinas participan por primera vez en la prestigiosa feria Art Basel”, <https://www.telam.com.ar/notas/202006/475239-feria-art-basel-argentina-galeria.html> [Último acceso: junio, 2020]
- Thompson, I. (09/2006) “La Competencia Imperfecta”, <https://www.promonegocios.net/mercado/competencia-imperfecta.html> [Último acceso: junio, 2020]
- Zacharías, M. P. (14/01/2020) “Emergente y federal: Proyectos de arte que crecen en los lugares más inesperados”, Periódico La Nación, <https://www.lanacion.com.ar/cultura/emergente-federal-proyectos-arte-crecenlugares-mas-nid2323716> [Último acceso: junio, 2020]

### **Webs consultadas**

<http://artisgaleria.blogspot.com/>  
<http://castagninomacro.org/>  
<http://galeriaazur.com/>  
<http://mandragoragal.com/>  
<http://rusiagaleria.com.ar>  
<http://somosmeridiano.com.ar/galerias.html>  
<http://suipachagaleria.com.ar/>  
<http://tokonoma.com.ar/web/galeria.php>  
<http://wecollect.club/wp-content/uploads/2017/03/>  
<http://www.calamogaleriadearte.com>  
<http://www.esaa-web.com>  
<http://www.fundacionelmirador.org/projects>  
<http://www.galarroyo.com/>  
<http://www.galeriajupiter.com/>  
<http://www.galeriapalatina.com.ar/>  
<http://www.mariawonda.com/>  
<http://www.struka.com.ar/#/menu>  
<http://www.trabajadoresdearte.org/sitio/>  
<http://www.zurbaran.com.ar/>  
<http://zonadephto.com>

<https://artfacts.net/>  
<https://bordegaleriadearte.wixsite.com/borde>  
<https://cargocollective.com/fuga-galeria>  
<https://cargocollective.com/lateral701>  
<https://casa852unq.wixsite.com/852unq>  
<https://estimarte.com/>  
<https://estoesbum.tumblr.com/artistas>  
<https://intemperie17.wixsite.com/intemperienomade>  
<https://laarteblog.wordpress.com/>  
<https://macba.com.ar/>  
<https://martinsarachaga.com/>  
<https://museocaraffa.org.ar/>  
<https://popa.com.ar/>  
<https://roldan.cc/es/subastas>  
<https://vadb.org/>  
<https://viamargutta.com.ar/>  
<https://www.argentina.gob.ar/educacion/pinacoteca/coleccion>  
<https://www.artinformado.com/>  
<https://www.artmarket.com/>  
<https://www.artprice.com/>  
<https://www.cariniogaleria.com/>  
<https://www.christies.com/>  
<https://www.facebook.com/casapalmeragaleria/>  
<https://www.facebook.com/ciendiasgaleriaitinerante/>  
<https://www.facebook.com/Embrujogaleria/>  
<https://www.facebook.com/galeriadeartesanangelo>  
<https://www.facebook.com/GaleriaGaudi/>  
<https://www.facebook.com/Luogoespacio/>  
<https://www.facebook.com/manteragalery/>  
<https://www.facebook.com/piccadillygaleriadearte>  
<https://www.facebook.com/rusiatucuman/>  
<https://www.galeriavermeer.com/trastienda/>  
<https://www.instagram.com/abre.consultorasdearte/>  
<https://www.instagram.com/artecerca/>  
[https://www.instagram.com/castillo\\_arte/](https://www.instagram.com/castillo_arte/)  
[https://www.instagram.com/co\\_artcoworking/](https://www.instagram.com/co_artcoworking/)  
<https://www.instagram.com/explore/tags/elpasajetucum%C3%A1n/>

- <https://www.instagram.com/galeriamarchiaro/>
- <https://www.instagram.com/imagengaleria/>
- <https://www.instagram.com/lechegaleria/>
- <https://www.instagram.com/mundos.galeria/>
- [https://www.instagram.com/hn\\_art\\_gallery/](https://www.instagram.com/hn_art_gallery/)
- <https://www.instagram.com/singular.artecontemporaneo/>
- <https://www.moraespaciodearte.com/inicio/>
- <https://www.museomoderno.org/>
- <https://www.nodo940.com>
- <https://www.otraferia.com/>
- <https://www.phillips.com/>
- <https://www.sothebys.com>
- <https://www.subsuelo.com.ar/>
- <https://www.ungallery.com.ar/>
- <https://www.verbosubastas.com/>

## Anexos

ENCUESTA PARA ARTISTAS: MERCADO PRIMARIO ARTE CONTEMPORÁNEO ARGENTINO  
 Máster en Economía de la Cultura y Gestión Cultural – Universidad de Valladolid  
 Lic. Esp. Valeria Darnet – licvaleriadarnet@gmail.com

1. Indique la cantidad de exposiciones realizadas por año.

Exposiciones	2015	2016	2017	2018	2019
Individuales					
Colectivas					

2. Indique la cantidad discriminada por lugar de la muestra. (Deje en blanco por favor las que no correspondan)

Exposiciones	2015	2016	2017	2018	2019
Galería					
Ferias					
Museos					
Salas expositivas					
Centros culturales					
Otros (agregar filas en caso necesario)					

3. Indique con una X su participación en residencias, clínicas, premios (seleccionado como finalista) y otras convocatorias nacionales e internacionales por año. (Deje en blanco por favor las que no correspondan)

NACIONALES (Incluya provinciales)	Ejemplo	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Premios									
Salones	X								
Clínicas	X								
Residencias	X								
Bienales									
Concursos	X								
Otras convocatorias (becas, programa de arte, etc.)									
INTERNACIONALES		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Premios									
Salones									
Clínicas									
Residencias	X								
Bienales									
Concursos									
Otras convocatorias	X								
Otras (agregar filas en caso necesario)									

4. Indique la cantidad de publicaciones por año, en las que participó o en las que conoce que es mencionada/do: (Deje en blanco por favor las que no correspondan)

PUBLICACIONES (impresas o digitales)	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Catálogos								
Libros (de textos, biográficos, fotografía, poesía, antologías, ensayos, etc.)								
Revistas especializadas o suplementos								
Otros (agregar filas de ser necesario)								

5. Señale por favor un % aproximado de sus ingresos anuales.

	Ejemplo	2015	2016	2017	2018	2019
Producción por encargo	20					
Ventas de obras en existencia	20					
Enseñanza	40					
Becas, Ayudas y/o subsidios	-					
Premios	10					
Patrocinios / Mecenazgo	5					
Otros	5					

6. Por favor, marque con X el intervalo en el que se encuentre su volumen de ventas aproximado por año.

Ventas en pesos	Menos de 50.000	50.000 - 100.000	100.001 - 150.000	150.001 - 200.000	200.001 - 250.000	Más de 250.001
2015						
2016						
2017						
2018						
2019						

7. Indique un % aproximado del lugar donde se efectuaron las ventas anuales

Lugar de venta	2015	2016	2017	2018	2019
Ferias de Arte					
Ventas en la galería					
Ventas online					
En Taller					
Otros					

8. Indique un % aproximado del tipo de comprador por ventas anuales

Tipo de comprador	ejemplo	2015	2016	2017	2018	2019
Coleccionistas directo	40%					
Vía Galería	40%					
Museos	0					
Otros clientes	20%					

9. Señale un % aproximado del valor que le corresponde por ventas en los siguientes contextos

Ventas en	Artista	Galería
Galería	(Ej. 60%)	(40%)
Taller o casa propia		
Otra modalidad no contemplada		

10. Indique su modalidad de

contrato con la galería con una X

Modalidad	
Contrato escrito	
Contrato verbal	
Otra (aclare cuál, por favor)	

11. Indique por favor con una X hace cuánto tiempo trabaja con una galería:

- Menos de 1 año
- 1 a 3 años
- 3 a 5 años
- 5 a 10 años
- Más de 10 años

12. Señale de forma aproximada el % de su presupuesto que destinó a los siguientes conceptos

En concepto de	2015	2016	2017	2018	2019
Materiales - Producción					
Contrataciones externas					
Gastos fijos (ej. alquiler taller, asistentes, etc)					
Otros (agregar filas de ser necesario)					

13. Mencione los impuestos que se gravan sobre su actividad profesional en Argentina y si es o no Monotributista. (ej: IVA, IIBB, etc)

14. ¿Ha subastado obra en Argentina? En caso afirmativo, indique la/s casa/s de subastas, por favor.

15. Indique a continuación los siguientes datos personales, por favor:

- Nombre y Apellido:
- Edad:
- Sexo:
- Provincia y ciudad de origen:
- Provincia y ciudad de residencia:
- Galería/s con la cual ha trabajado/trabaja:
- Disciplina o especialidad:
- Página web:
- Otros perfiles en la web:
- Titulación (si posee):

A los fines de este estudio, no se utilizarán sus nombres reales, sino códigos, para interpretar el conjunto de datos estadísticos que se intentan recabar aquí. El procesamiento se hará del sector productivo en su conjunto y es cómo se mostrarán en los informes a publicarse posteriormente.

¿Está de acuerdo con esta cláusula? Marque con una X por favor      Sí: \_\_\_\_      NO: \_\_\_\_

Muchas gracias por completar esta encuesta y colaborar en este estudio para generar estadísticas sobre el Mercado de Arte Contemporáneo en nuestro país.

**ENCUESTA PARA GALERÍAS: MERCADO PRIMARIO ARTE CONTEMPORÁNEO ARGENTINO**  
 Máster en Economía de la Cultura y Gestión Cultural – Universidad de Valladolid  
 Lic. Esp. Valeria Darnet – licvaleriadarnet@gmail.com

Razón social o nombre de la galería:

Nombre director/a o responsable:

Ubicación:

Ciudad:

Cantidad de empleados/as:

1. ¿Cuántas exhibiciones se han realizado por año en el espacio propio de la galería?

Exposiciones	2015	2016	2017	2018	2019
Colectivas					
Individuales					

2. Indique con una X si ha participado en alguna de las siguientes ferias (Dejar casillero en blanco si no ha participado en alguna de ellas)

NACIONALES	2015	2016	2017	2018	2019
ArteBA					
BAphoto					
Mercado de Arte Contemporáneo (Córdoba)					
MIGRA (Bs. As.)					
Paraguay (Bs. As.)					
MAPA (Mendoza)					
Arte La Plata					
MicroFeria de Arte Contemporáneo Rosario					
Arte Lamroth					
Otras (agregar filas en caso necesario)					
INTERNACIONALES	2015	2016	2017	2018	2019
Ch.ACO (Chile)					
PArC (Perú)					
Art Lima (Perú)					
ArtRío (Brasil)					
Tijuana (Brasil)					
ArtBo (Bogotá, Colombia)					
Oxígeno (Paraguay)					
Zona Maco (México)					
Art Basel Miami Beach					
TEFAF Maastricht					
ARCOMadrid					
JustMad (Madrid)					
LOOP Fair Barcelona					
Art Basel (Suiza)					
Art Cologne (Colonia, Alemania)					
Frieze Los Angeles					
Frieze New York					
London Art Fair					
Otras (agregar filas en caso necesario)					

3. Indique la cantidad de publicaciones por año.

PUBLICACIONES	2015	2016	2017	2018	2019
Catálogos					
Libros de textos					
Otros (indicar cuáles)					

4. Indique el número de artistas que han estado en cartera en los últimos años

	2015	2016	2017	2018	2019
Hombres					
Mujeres					
Colectivos o grupos					

5. Por favor, marque con X el intervalo en el que se encuentre su volumen de ventas aproximado (nacional e internacional)

Ventas en pesos (nacionales)	(50.000 - 100.000) en \$	(100.001 - 150.000) en \$	(150.001 - 200.000) en \$	(200.001 - 250.000) en \$	(250.001 - 300.000) en \$	Más de 300.000 \$
2015						
2016						
2017						
2018						
2019						
Ventas en dólares (internacionales)	(10.000 - 50.000) en U\$S	(50.001 - 100.000) en U\$S	(100.001 - 150.000) en U\$S	(150.001 - 200.000) en U\$S	(200.001 - 250.000) en U\$S	Más de 250.000 U\$S
2015						
2016						
2017						
2018						
2019						

6. Señale de forma aproximada el % del presupuesto que la galería destinó a los siguientes conceptos

En concepto de	2015	2016	2017	2018	2019
Adquisiciones de obras					
Contrataciones temporales					
Sueldos fijos					
Participación en Ferias Nacionales					
Participación en Ferias Internacionales					
Otros (agregar filas de ser necesario)					

7. Indique un % aproximado del tipo de comprador por ventas anuales

Tipo de comprador	2015	2016	2017	2018	2019
Coleccionistas directos					
Otros clientes regulares					
Otros (agregar filas de ser necesario)					

8. Indique un % aproximado del lugar donde se efectuaron las ventas anuales

Lugar de venta	2015	2016	2017	2018	2019
Ferias de Arte					
Ventas ocasionales en la galería					
Ventas online					

9. ¿Posee sucursales de la galería? En caso afirmativo, indique cuántas y en qué ciudad o ciudades.
10. Mencione los impuestos que se gravan sobre su actividad comercial en Argentina.
11. ¿Qué impuestos se aplican por sus ventas en el exterior?
12. Mencione si la galería recibe exenciones, ayudas o subsidios especiales. Si la respuesta es afirmativa, aclare por favor en qué casos los recibe.
13. Mencione cuáles considera las Casas de Subastas más importantes de Arte Contemporáneo en Argentina

A los fines de este estudio, no se utilizarán sus nombres reales, sino códigos, para interpretar el conjunto de datos estadísticos que se intentan recabar aquí. El procesamiento se hará del sector productivo en su conjunto y es cómo se mostrarán en los informes a publicarse posteriormente.

¿Está de acuerdo con esta cláusula? Marque con una X por favor      Sí: \_\_\_\_      NO: \_\_\_\_

Muchas gracias por completar esta encuesta y colaborar en este estudio para generar estadísticas sobre el Mercado de Arte Contemporáneo en nuestro país.

ENCUESTA PARA CASAS DE SUBASTAS:  
 MERCADO SECUNDARIO ARTE CONTEMPORÁNEO ARGENTINO  
 Máster en Economía de la Cultura y Gestión Cultural – Universidad de Valladolid  
 Lic. Esp. Valeria Darnet – licvaleriadarnet@gmail.com

Razón social o denominación:  
 Personería jurídica: (S.A., S.R.L., etc.)  
 Nombre director/a o responsable:  
 Ciudad:  
 Cantidad de empleados/as:

1. Aproximadamente ¿cuántas subastas se han realizado por año?

Año	N° subastas
2015	
2016	
2017	
2018	
2019	

2. Por favor, marque con X el intervalo en el que se encuentre su volumen de ventas aproximado (Nacional e internacional expresados en pesos. Si lo prefiere puede expresarlo en dólares y aclarar debajo)

Ventas en pesos	Menos de \$ 500.000	(500.000 – 1.000.000)	(1.000.001 – 5.000.000)	(5.000.001 – 7.500.000)	(7.500.001 – 10.000.000)	(10.000.001 – 15.000.000)	Más de 15.000.000
2015							
2016							
2017							
2018							
2019							

3. Señale de forma aproximada el % del presupuesto que destinó a los siguientes conceptos:

En concepto de	EJEMPLO	2015	2016	2017	2018	2019
Adquisiciones de obras	30					
Contrataciones temporales (traslados, seguros, etc)	15					
Sueldos fijos	25					
Impuestos varios	30					
Otros (agregar filas de ser necesario)	0					

4. Indique un % aproximado del tipo de comprador por ventas anuales

Tipo de comprador	Ejemplo	2015	2016	2017	2018	2019
Coleccionistas directos	70					
Otros clientes regulares	20					
Otros (agregar filas de ser necesario)	10					

5. Indique un % aproximado del lugar donde se efectuaron las ventas anuales

Lugar de venta	Ejemplo	2015	2016	2017	2018	2019
Subasta	75					
Ventas online	25					
Otra modalidad						

6. Indique con una X los impuestos que se gravan sobre su actividad comercial en Argentina.

IVA	Cargas Sociales
Impuesto a las ganancias	Exportación
IIBB	Importación
Tasas Municipales	Otros (especificar por favor)

7. Indique el % de venta sobre las categorías indicadas. Si no comercializa las mismas, deje en blanco por favor.

Periodos de creación en Argentina	Ejemplo	Porcentaje de ventas anuales
Arte Contemporáneo	50	
Arte Moderno	25	
Impresionista	15	
Maestros clásicos argentinos	10	
Otros (agregar filas si considera necesario)		

8. Indique por favor el/la artista que mejor se ha vendido, o fue récord de ventas, acorde al año.

Año	Ejemplo	Periodo de Creación o movimiento artístico	Artista mejor vendido/a o récord de venta
2015	Romulo Macció		
2016	Antonio Berni		
2017	Juan del Prete		
2018	Raquel Forner		
2019	Marcia Schvartz		

A los fines de este estudio, no se utilizarán los nombres reales del ente, sino códigos propios para interpretar el conjunto de datos estadísticos que se intentan recabar. El procesamiento se hará del sector productivo en su conjunto y es cómo se mostrarán en los informes a publicarse posteriormente.

Sin embargo, sí se los mencionará en la descripción teórica de los agentes del mercado, pero no se revelarán los datos proporcionados como casos particulares e identificables.

¿Está de acuerdo con esta cláusula? Marque con una X por favor      Sí: \_\_\_\_      NO: \_\_\_\_

Muchas gracias por completar esta encuesta y colaborar en este estudio para generar estadísticas sobre el Mercado de Arte Contemporáneo en nuestro país.