

DOSSIER

EL MERCADO DEL ARTE EN AMÉRICA LATINA.
VALORIZACIÓN, CIRCULACIÓN Y CONSUMO DE OBRAS
DURANTE LOS SIGLOS XX Y XXI

María Isabel Baldasarre

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET)
Instituto de Altos Estudios Sociales (IDAES), Universidad Nacional de San Martín (UNSAM),
Argentina

Viviana Usubiaga

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET)
Instituto de Altos Estudios Sociales (IDAES), Universidad Nacional de San Martín (UNSAM), Uni-
versidad de Buenos Aires (UBA)
Argentina

EL MERCADO DEL ARTE EN AMÉRICA LATINA. VALORIZACIÓN, CIRCULACIÓN Y CONSUMO DE OBRAS DURANTE LOS SIGLOS XX Y XXI

DOI: <http://dx.doi.org/10.25025/hart04.2019.04>

MARÍA ISABEL BALDASARRE

Doctora en Historia del Arte y Licenciada en Artes por la Universidad de Buenos Aires. Profesora Nacional de Escultura por la Escuela Nacional de Bellas Artes Prilidiano Pueyrredón. Actualmente es investigadora independiente del CONICET, profesora regular y Secretaria de Extensión del Instituto de Altos Estudios Sociales (IDAES), Universidad Nacional de San Martín (UNSAM). Es editora responsable de *Caiana*. Revista de Historia del Arte y Cultura Visual del CAIA. Ha recibido becas y subsidios de Getty Foundation, CONICET, LASA, Kunsthistorisches Institut in Florenz, INHA-Francia y Fundación Antorchas. Es autora del libro: *Los dueños del arte. Coleccionismo y consumo cultural en Buenos Aires*. Buenos Aires, Edhasa, 2006; coordinadora editorial de los volúmenes *Museo Nacional de Bellas Artes: Colección*, Buenos Aires, AAMNBA, 2010 y co-editora de *Travesías de la imagen. Historias de las artes visuales en la Argentina*, Buenos Aires, Archivos del CAIA IV-Eduntref, 2011-2012, 2 volúmenes. Entre 2011 y 2015 fue presidente del Centro Argentino de Investigadores de Arte y entre 2014 y 2018 dirigió la Maestría de Historia del Arte Argentino y Latinoamericano del IDAES-UNSAM.

VIVIANA USUBIAGA

Doctora en Historia y Teoría de las Artes por la Universidad de Buenos Aires (UBA). Licenciada y Profesora graduada en la misma casa de estudios y Técnica en Restauración egresada del Instituto Universitario Nacional de las Artes. Actualmente es investigadora del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET), Jefa de Trabajos Prácticos de Historia de las Artes Plásticas VI (siglo XX) en la carrera de Artes de la Facultad de Filosofía y Letras de la UBA y profesora de posgrado de Arte Contemporáneo en el Instituto de Altos Estudios Sociales de la Universidad Nacional de San Martín (IDAES/UNSAM). Co-dirige proyectos de investigación. Ha organizado exposiciones como curadora independiente. Es miembro de la Asociación Argentina de Críticos de Arte (AACA) y de la Comisión Directiva del Centro Argentino de Investigadores de Arte (CAIA). Co-fundadora de la revista *Blanco sobre blanco*. Miradas y lecturas sobre artes visuales. Entre otras publicaciones es co-autora de *Arte y Literatura en la Argentina del siglo XX* (Fundación Espigas-FIAAR, 2006) y es autora del libro *Imágenes inestables. Artes visuales, dictadura y democracia en Buenos Aires* (Edhasa, 2012).

Cómo citar:

Baldasarre, María Isabel y Usubiaga, Viviana. "El mercado del arte en América Latina. Valorización, circulación y consumo de obras durante los siglos XX y XXI". *H-ART. Revista de historia, teoría y crítica de arte*, n.º 4 (2019). <http://dx.doi.org/10.25025/hart04.2019.04>

La dimensión comercial del arte y su mercado permanece aún hoy como un tema poco conocido para la historia del arte producida desde y sobre América Latina. Para el caso argentino, aquél que nos resulta más cercano, podemos afirmar que la vertiente comercial del arte ha sido una perspectiva poco explorada por la sociología, la historia cultural y económica permaneciendo, excepto por trabajos puntuales comentados a continuación, como un área de vacancia. Esta percepción puede hacerse extensiva al ámbito latinoamericano: el tabú respecto de la díada arte/dinero —los supuestos ideales altruistas del arte— sumado a la falta o inaccesibilidad de fuentes que posibiliten el acercamiento a estos problemas, ha atentado contra la formación de un corpus de trabajos que permita conocer los derroteros del comercio artístico, la formación de los precios de las obras y su comparación con el de otros bienes de consumo. Tampoco abundan los análisis que examinen los fenómenos y estrategias locales o regionales en la órbita del mercado artístico internacional. Esto contrasta con la pródiga bibliografía teórica y analítica producida en las últimas décadas sobre el arte y su comercio en el panorama francés y anglosajón, en la que las tensiones entre el valor simbólico y mercantil del arte ha sido un eje productivo de análisis, así como los procesos de generación del valor y los consecuentes precios de las obras comercializadas.¹

Creemos que esta omisión respecto de las condiciones económicas de la producción y el consumo del arte tiene consecuencias presentes. Es decir, algo de este desconocimiento impacta en lo inusual que la práctica del consumo artístico resulta entre la clase media en la Argentina actual, tema que hemos abordado recientemente en un artículo de opinión. A través de entrevistas a coleccionistas, organizadores de ferias, galeristas y referentes culturales buscamos entender por qué el convivir con obras de arte resulta hoy excepcional entre la mayoría de quienes tienen un excedente para gastar o invertir en ellas.² Haciendo un poco de historia podemos corroborar que este proceso no fue siempre así. Si nos remontamos a fines del siglo XIX y comienzos del XX, el coleccionismo de arte europeo primero y más tarde de artistas argentinos era moneda corriente entre las clases altas.³ Esa tradición fue cultivada por las élites “patricias” con fortunas mayoritariamente provenientes del modelo agroexportador así como por inmigrantes, ricos o enriquecidos, gracias a negocios exitosos realizados en su tierra de adopción. Luego se extendió a la burguesía ilustrada que se incorporaría al consumo de bellas artes como un signo de distinción social. A pesar de las vicisitudes políticas y económicas del país se constituyó un mercado del arte que, con mayor o menor grado de formalidad, incorporó entre sus clientes a las ascendentes clases medias, muchas de ellas profesionales, al promediar

1. Por sólo citar los trabajos más prominentes, señalaremos los aportes de Raymonde Moulin, *El mercado del arte. Mundialización y nuevas tecnologías*, Buenos Aires, La Marca, 2012; Olav Velthuis, *Talking Prices. Symbolic Meanings of Prices on the Market for Contemporary Art*, New Jersey, Princeton University Press, 2005; e Isabelle Graw, *¿Cuánto vale el arte? Mercado, especulación y cultura de la celebridad*, Buenos Aires, Mardulce, 2013.

2. María Isabel Baldasarre y Viviana Usubiaga, “Bajar los cuadros, subir los plasmás”, *Anfibia*, Buenos Aires, mayo 2018, <http://revistaanfibia.com/ensayo/bajar-los-cuadros-subir-los-plasmás/>

3. María Isabel Baldasarre, *Los dueños del arte. Coleccionismo y consumo cultural en Buenos Aires* (Buenos Aires: Edhasa, 2006).

el siglo XX. Si bien ese mercado ha tenido una dimensión pequeña respecto del funcionamiento millonario en países centrales, no es desdeñable su rol en la dinámica de producción, circulación y consumo de bienes simbólicos. Galerías de arte, pero también *dealers* o artistas vendiendo directamente desde sus talleres, contribuyeron no solo a construir colecciones de arte propiamente dichas, sino a proveer regularmente de obras a casas residenciales, de fin de semana o veraneo, departamentos, quintas, oficinas, estudios o consultorios de profesionales y asalariados de los sectores medios hasta entrada la década de 1970.

En el presente se registra una paradoja. Por un lado, la atracción por el mundo del arte —y en particular por el tan publicitado como crítico arte contemporáneo— no dejó de expandirse, pero esta parece ir acompañada de una caída en el interés por la compra y la posesión de piezas, vía efectiva de acercamiento o modo de pertenencia a ese mundo del arte. Pareciera que el arte ha perdido terreno en el imaginario de la clase media. Frente a esto, una respuesta delineada en términos puramente económicos no es suficiente. Es decir: ¿qué sucedió más allá de las crisis recurrentes que han golpeado el poder adquisitivo de gran parte de la población y de aquel perfil de comprador que tiene ingresos susceptibles de ser destinados a la compra de arte? Se trata menos de la imposibilidad de costearlo financieramente que de un canal que podríamos llamar emocional o afectivo, favorecido por la información acerca de las condiciones de posibilidad de poseer una obra. En este contexto es claro que el arte ha perdido su poder de distinción, incluso, se ha devaluado lo que se entiende por distinción. No aparece ya como algo aspiracional.

El tabú respecto del dinero entre quienes compran y producen arte, ya fuera por miedo al fisco, por el prurito por la ostentación de bienes o por la imposibilidad de los artistas de salirse del lugar de bohemio/autoexplotado, ha jugado en contra de la difusión de su consumo. Es poco lo que se conoce o se dice sobre el mercado del arte y escaso el lugar que tiene también en los principales medios de comunicación, al menos en la Argentina. No se habla de precios, los coleccionistas son reticentes a figurar y a que se conozca su nombre, si prestan obras para exposiciones temporales en general prefieren el epígrafe anónimo de: “Colección privada”. Sin embargo, quienes han logrado franquear esa imaginaria puerta de acceso al arte, reconocen este ingreso como una conquista. La posibilidad de intercambios aparentemente horizontales que se dan en este ámbito ayuda a franquear las barreras del dinero. La utopía del público del arte como un cuerpo colectivo en que se borran las diferencias sociales, tal como fue caracterizado para el caso del salón francés en los albores de la era democrática, parece todavía vigente.⁴

4. Thomas Crow, *Pintura y sociedad en el París del siglo XVIII* (Madrid: Nerea, 1989).

Frente a esta situación, y con el propósito doble de conocer el devenir del mercado del arte de las décadas que nos preceden y poder así “misionar” sobre el consumo de arte en tiempo presente, hemos llevado adelante un proyecto colectivo de investigación del que algunos de los artículos de este dossier son testimonio.⁵

No obstante, no seríamos justas si no consignamos una genealogía de trabajos que funcionan como antecedentes para la problemática que aquí nos ocupa, principalmente relativos al ámbito argentino. Estos textos se centran en su mayor parte en determinadas galerías o figuras involucradas en el comercio del arte o se enfocan en una escena particular.

En relación con las galerías profesionales, Patricia Artundo reconstruyó la trayectoria de la Galería Witcomb, en sus casi ochenta años de actividad en Buenos Aires, Rosario y Mar del Plata; y Andrea Giunta abordó la Galería Bonino en los años sesenta del siglo XX. Ambos trabajos constituyen una útil contribución para conocer el devenir de estas galerías y su incidencia en el gusto público. En un catálogo más reciente, Artundo sintetiza el accionar de estas dos galerías sumando las actividades de la Galería Pizarro.⁶ Por su parte, Talía Bermejo ha analizado las estrategias del galerista Franz Van Riel,⁷ mientras Silvia Dolinko se ha ocupado de la gestación de un mercado para las obras de arte múltiple durante los años sesenta.⁸ María Teresa Constantin ha estudiado la formación de la colección de Alberto Elía y Mario Robirosa y la galería homónima⁹ y ha analizado el funcionamiento de ciertas galerías como Carmen Waugh y ArteMúltiple durante la última dictadura.¹⁰ La Fundación Espigas editó en 2005 un volumen dedicado a la galería de arte Ruth Benzacar y a su fundadora que incluye trabajos de Daniel Larriqueta y Victoria Verlichak acerca de uno de los espacios comerciales más influyentes para la escena porteña y la proyección internacional del arte contemporáneo.¹¹

Con respecto a otros centros artísticos de la Argentina, María Graciela Distéfano examinó el comercio de arte en la ciudad de Mendoza durante la década de 1960, retomando a su vez las pesquisas de Marta Gómez de Rodríguez Britos sobre las galerías de arte en una propuesta de más largo alcance temporal.¹² Dos trabajos colectivos realizados durante la última década reúnen las principales investigaciones llevadas adelante sobre el coleccionismo y la institucionalización del arte en la ciudad de Rosario, sin dudas la segunda escena artística más activa del país.¹³

Las coordinadoras de este *Dossier* también hemos avanzado en la reconstrucción de diferentes coyunturas de la institucionalización y la circulación del arte en Buenos Aires, focalizándonos en el inicio y el final del período que se despliega en este conjunto de artículos. Baldasarre ha analizado la presencia del

5. El proyecto se denomina *El consumo del arte en Argentina: circulación y mercado artístico entre 1920 y 2000* (PICT 2014-3098) y fue financiado por la Agencia de Promoción Científica y Tecnológica de la Argentina para el período 2015-2018. Además de las coordinadoras de este dossier, son miembros del equipo: Juan Cruz Andrada, Pablo Fasce, Catalina Fara, Ana Clara Giannini, Vanina Soledad López y Pablo Montini.

6. Patricia M. Artundo, “La Galería Witcomb 1868-1971”, en *Memorias de una Galería de Arte* editado por Fundación Espigas (Buenos Aires, Fondo Nacional de las Artes, 2000), 13-57 y “Notas a una exposición en el Xº aniversario de la Fundación Espigas”, en *Arte y documento* editado por Fundación Espigas (Buenos Aires, Malba, 2003), 25-40; Andrea Giunta, “Hacia las nuevas fronteras: Bonino entre Buenos Aires, Río de Janeiro y Nueva York”, en *El arte entre lo público y lo privado. VI Jornadas de Teoría e Historia de las Artes* (Buenos Aires, CAIA, 1995), 277-284.

7. Talía Bermejo, “La Asociación Amigos del Arte en Buenos Aires (1924-1942): estrategias de exhibición artística y promoción del coleccionismo” en: *Exposiciones de arte argentino y latinoamericano. Curaduría, diseño y políticas culturales*, dirigido por María José Herrera (Córdoba/Buenos Aires, Escuela Superior de Bellas Artes Dr. José Figueroa Alcorta/Grupo de Estudios sobre Museos y Exposiciones, 2011), 41-50.

8. Silvia Dolinko, “Obra múltiple en la ampliación del consumo artístico” en *Travesías de la imagen. Historias de las artes visuales en la Argentina*, editado por María Isabel Baldasarre y Silvia Dolinko (Buenos Aires, CAIA/Eduntref, 2011), 365-391.

9. María Teresa Constantin, “Formación de una colección, un país” en *Colección Alberto Elía – Mario Robirosa. Un momento en el arte argentino*, cat. exp., (Buenos Aires, Museo Nacional de Bellas Artes, Fundación Alberto Elía-Mario Robirosa, 2004), 8-17.

10. María Teresa Constantin, “La pintura como resistencia” en: *Manos en la masa. La persistencia, pintura argentina 1975-2003*, cat. exp., (Buenos Aires, Centro Cultural Recoleta, 2003), 9-37 y *Cuerpo y materia. Arte argentino entre 1976 y 1985*, cat. exp., Buenos Aires, Imago Espacio de Arte, 2006.

11. Daniel Larriqueta y Victoria Verlichak, *Ruth Benzacar* (Buenos Aires, Fundación Espigas, 2005).

12. María Graciela Distéfano, *Máscaras y laberintos de un mercado de provincia. El caso del mercado de arte en la Mendoza de los 60* (Buenos

Aires, Fundación Espigas, 2007); Marta Gómez de Rodríguez Britos, *Las galerías de arte en Mendoza 1885-1985*, (Mendoza, UNCU, 1997).

13. Patricia Artundo y Carina Frid, *El coleccionismo de arte en Rosario. Colecciones, mercado y exhibiciones, 1880-1970*, (Buenos Aires, Fundación Espigas, 2008); y Pablo Montini et al., *De la comisión municipal de bellas artes al Museo Castagnino. La institucionalización del arte en Rosario. 1917-1945* (Buenos Aires, Fundación Espigas, 2012).

14. María Isabel Baldasarre, “El surgimiento del mercado de arte y la profesionalización de los artistas en la Argentina” en *Travestidas de la imagen. Historias de las artes visuales en la Argentina* editado por María Isabel Baldasarre y Silvia Dolinko (Buenos Aires, CAIA/Eduntref, 2011), 235-263. Este texto es parte de un trabajo, coordinado junto a Silvia Dolinko, en el que se compilan aportes sobre el coleccionismo y el consumo de producciones visuales, algunos ya comentados en esta introducción.

15. Viviana Usubiaga, *Imágenes inestables. Artes visuales, dictadura y democracia en Buenos Aires* (Buenos Aires, Edhasa, 2012).

16. María Lucía Bueno, “O mercado de arte no Brasil em meados do século XX” en *Sociologia das Artes Visuais no Brasil* organizado por María Lucía Bueno (São Paulo, Senac, 2012). En este volumen también se incluye el trabajo de María Izabel Branco Ribeiro quien ha trabajado sobre el coleccionismo de arte en San Pablo durante el siglo XIX.

17. José Carlos García Durand, *Arte, privilégio e distinção. Artes plásticas, arquitetura e classe dirigente no Brasil, 1855-1985*, (So Paulo, Perspectiva/Edusp, 1989).

18. Sergio Miceli, “Mercado de arte. Brasil 2000” y Annateresa Fabris, “Vanguardia e mercado” en *Valores. Arte, mercado, política* organizado por Reinaldo Marques y Lúcia Helena Vilela (Belo Horizonte, UFMG, 2002).

19. María Angélica Melendi, “Arte y mercado: modelos para armar” en *La autonomía del arte: debates en la teoría y en la praxis. VI Congreso Internacional de Teoría e Historia de las Artes AA.VV.* (Buenos Aires, CAIA, 2011), 443-455.

20. Claudio Golonbek, *Guía para invertir en el mercado de arte contemporáneo argentino*, (Buenos Aires, Patricia Rizzo Editora, 2001) y *El club del millón de dólares & el mercado internacional de arte en el siglo 21* (Buenos Aires, Patricia Rizzo Editora, 2017).

21. Andrea Giunta, “El teatro de la globalización en el arte contemporáneo”, *Mil palabras*, n.º 4 (2002), 63-70 y “Arte y globalización: agendas, representaciones, disidencias”, *Centro de Arte* n.º 4 (2002).

arte francés, italiano y español a la vuelta del siglo XIX y delineado un mapa del comercio artístico porteño en los primeros años del siglo XX atendiendo al éxito comercial de ciertos artistas.¹⁴ Su libro *Los dueños del arte* se centra en la emergencia del coleccionismo en la ciudad hacia fines del siglo XIX y en el mercado de bienes culturales que se constituyó paralelamente. Por su parte, Usubiaga ha indagado sobre la interacción de las redes institucionales con las prácticas de autogestión de artistas que definieron la dinámica de circulación de las artes visuales desde las últimas décadas del siglo XX. En *Imágenes inestables* se ocupa de la compleja escena del arte de los años ochenta y reflexiona sobre la reconfiguración institucional del campo de las artes visuales junto a la emergencia de un nuevo fenómeno como la cultura *underground* que propició la apertura de nuevos espacios para las artes.¹⁵

Si la sociología de la cultura no ha producido en la Argentina un aporte significativo en relación con el consumo del arte, esto sí sucedió en Brasil, a partir del impacto de los trabajos de Pierre Bourdieu. En esta línea, corresponde destacar los textos abocados a delinear el mercado de arte de la segunda mitad del siglo XX, producidos por María Lucía Bueno¹⁶ y Sergio Miceli, así como el libro pionero de José Carlos García Durand sobre los consumos artísticos de la elite brasileña en la larga duración.¹⁷ Desde la historia del arte, subrayaremos el lúcido recorrido que Annateresa Fabris propone respecto de la diada vanguardia y mercado,¹⁸ así como los trabajos de María Angélica Melendi en los que analiza cómo los artistas contemporáneos cuestionan a la vez que participan del mercado. Es el caso de la instalación *Minusvalía (Subasta)* de Rosángela Rennó en la que exhibe los mecanismos de producción y de enajenación de los bienes culturales.¹⁹

Por último, cabe citar los volúmenes publicados por Claudio Golonbek —economista, galerista y coleccionista— que, desde el campo de la economía del arte, ofrecen información sobre el mercado del arte para interesados y posibles consumidores de arte contemporáneo. Nos referimos a *Guía para invertir en el mercado del arte contemporáneo argentino* y *El club del millón de dólares & el mercado internacional de arte en el siglo 21* donde analiza el giro de las adquisiciones hacia lo contemporáneo y la hegemonía masculina en el mundo del mercado del arte.²⁰

Los artículos que integran este *Dossier* cubren desde los comienzos del siglo XX —momento en que se configura el proceso de formación y consolidación del campo y la profesionalización de los artistas— hasta la contemporaneidad, instancia en que los proyectos de internacionalización, circulación y comercialización a escala global son la constante.²¹ Las últimas décadas asisten a su vez a una espectacularización del mercado del arte a nivel mundial en que las

figuras del curador y el coleccionista tienen un peso inédito en relación con períodos previos. Se presentan casos principalmente de la Argentina y del Brasil que se concentran tanto en los protagonistas involucrados en la producción, compra y venta de obras, como en las estéticas y temáticas favorecidas, y en los espacios —formales o alternativos— de exhibición e intercambio. En muchas ocasiones, la mirada proviene de especialistas que no necesariamente se dedican al análisis comercial de las producciones estéticas. Esta ocasión les ha servido para complejizar sus objetos de estudio y re-pensarlos a la luz de la dinámica económica, la que, como se trasluce en los distintos escritos siempre incide sobre los procesos de valoración y difusión de obras y artistas.

El artículo de Michelli C.S. Monteiro reconstruye el concurso internacional para la realización del Monumento a la Independencia del Brasil a comienzos del siglo XX. El estudio de la actuación de los gestores estatales en la proyección internacional del concurso, de la enorme difusión desplegada y su consecuente respuesta, y de los montos ofrecidos en la premiación le permiten a la autora demostrar que América Latina se constituyó en un atractivo mercado para la inserción de las producciones de los artistas europeos, en particular italianos. En efecto, muchas ciudades latinoamericanas fueron el destino dilecto para la escultura pública proyectada por manos de maestros europeos. Sus actuaciones en estas latitudes, sin duda, contribuyeron a la consagración de sus carreras internacionales. En este caso, el italiano Ettore Ximenes resultó elegido para construir el relevante conjunto escultórico, elección que no estuvo exenta de cuestionamientos por parte de los artistas nacionales que condenaban los intentos para expandir la participación extranjera de los beneficios económicos de los estados locales.

En relación con espacios alternativos de venta e intercambio de obras, Catalina Fara se ocupa del Ateneo Popular de La Boca, asociación que como varias de su tipo insertó las actividades comerciales en un proyecto mayor de impulso a un barrio alejado del centro de Buenos Aires, marcado por la identidad popular e inmigrante. Como bien reconstruye la autora, la periferia de La Boca fue solo física, ya que las exposiciones y actividades del Ateneo gozaron de una nutrida afluencia de público y de alta repercusión en la crítica. Esto, sumado a la presencia de coleccionistas entre sus socios, con Constancio Fiorito como figura señera, transformó al Ateneo en un organismo clave para los artistas boquenses. No obstante, la comercialización de obras que se produjo allí no fue un proceso unilineal de beneficio exclusivo a los artistas, sino que los sorteos y subastas de pinturas, muchas veces donadas, fueron insumo básico para la continuidad de la asociación. El texto demuestra en qué medida una definición restringida de mercado, que atienda exclusivamente a la fluctuación de oferta y demanda, no

permite dar cuenta de experiencias como esta que, si bien informales, constituyen instancias efectivas de intercambio económico.

El recorte que propone Pablo Fasce no tiene ya que ver con un área geográfica sino con una temática que se volvió hegemónica entre un grupo de intelectuales y, como demostrará el artículo, también de coleccionistas, durante gran parte del siglo XX. Se trató del nativismo, repertorio temático centrado en regiones y tipos del país que se suponía encarnaban una “esencia argentina”. A través de las trayectorias de dos artistas disímiles como Jorge Bermúdez y Antonio Berni, el primero asociado con los lenguajes residuales y el segundo con la vanguardia, se argumenta en qué medida el nativismo tuvo la plasticidad para adaptarse a las distintas coyunturas culturales y políticas al persistir como objeto de deseo de los compradores. Así, el trabajo es un ejemplo cabal sobre cómo los procesos de consagración simbólica descansan en sus condiciones materiales de posibilidad.

Juan Cruz Andrada, cuyas pesquisas previas se centran justamente en el mercado artístico argentino de la década del sesenta,²² se ocupa en esta ocasión de una institución novedosa en cuanto a sus políticas de fomento, como fue el Fondo Nacional de las Artes durante sus primeros diez años de actividad. Haciendo uso de herramientas inéditas que incluían el cobro de derechos autorales y de reproducción, el Fondo se configuró como un “banco para las artes” que además de adquirir obras en galerías con destino a los principales museos, otorgaba créditos, becas y subsidios a creadores. En la comisión de artes plásticas fue primordial la labor del crítico e historiador Julio E. Payró, quien materializó su visión evolutiva sobre las artes argentinas en las compras realizadas durante su gestión. El texto de Andrada revela cuánto puede aportar la mirada al mercado a los análisis historiográficos que atienden a la formación de cánones y a la escritura de relatos artísticos. Pero también demuestra cómo, incluso en una década de gran vitalidad de la acción privada como fueron los años sesenta en la Argentina, es limitado entender la conformación de un mercado sin considerar la incidencia del estado como agente dinamizador.

Por su parte, Julieta Pestarino reflexiona sobre las dinámicas del accionar privado y público a partir del análisis de la fortuna crítica y comercial de la llamada *La Carpeta de los Diez*, una agrupación de fotógrafos innovadores que funcionó en Buenos Aires entre 1953 y 1959. Analiza la reciente recuperación por parte del mercado del archivo de varios de los integrantes, ya fallecidos, de este grupo de profesionales, en un contexto de escasas iniciativas institucionales y desinterés por parte de los estudios académicos. Luego de repasar las exposiciones organizadas a mediados del siglo XX por los propios miembros

22. Juan Cruz Andrada, “Circuitos de valor. Sobre el mercado de arte argentino en la década del 60” en: AA.VV., *Imagen/deseo. Placer, devoción y consumo en las artes. VIII Congreso Internacional de Teoría e Historia de las Artes, XVI Jornadas CAIA*, (Buenos Aires, CAIA, 2015), 239-250.

de *La Carpeta*, sus estrategias de trabajo y circulación de sus producciones fotográficas, la autora repasa en el rescate y revalorización de sus obras por galerías de arte privadas y ferias comerciales desde inicios del siglo XXI. El artículo centra la reactivación de la comercialización de estos fotógrafos en el auge del fenómeno de la fotografía *vintage* —aquella copiada por el propio artista— que, al otorgarle una dimensión de singularidad a cada fotografía, sintoniza con la lógica del mercado contemporáneo de las artes plásticas. No obstante, esa nueva valorización comercial conlleva el desmembramiento de los archivos originales antes de haber sido estudiados o retenidos por instituciones de acceso público.

Las tensiones entre los objetivos del mercado y las iniciativas institucionales del arte en la actualidad son señaladas en el artículo de Daniela Stocco dedicado en el estudio de cuatro ferias del arte contemporáneo que tienen lugar en las ciudades de Río de Janeiro y San Pablo. Creadas al calor de la creciente internacionalización del arte brasileño desde comienzos de 2000, estas ferias responden a diferentes modelos y estrategias comerciales y simbólicas. La autora caracteriza las especificidades de las ferias SP Arte, ArtRio, Feira Parte y Artigo Rio. Señala que las postulaciones del anhelo por democratizar el acceso al arte, en la mayoría de los casos, redundan menos en la ampliación efectiva de las audiencias que en una estrategia de *marketing* que colisiona con las demandas de exclusividad y discreción —ya no distinción— de coleccionistas y galeristas. En este sentido, argumenta que las ferias, más allá de sus nobles motivaciones y programas especiales, no son escenarios adecuados para la formación de público y para facilitar el acceso al mundo del arte, tareas que corresponden todavía al rol educativo de museos e instituciones culturales.

Para contribuir al debate de estas cuestiones en el seno del crecimiento del arte contemporáneo brasileño, Raíza Ribeiro Cavalcanti discute la desconexión de la reciente feria 14ª SP Arte de 2018 del contexto de inestabilidad política vivida en el Brasil (asesinato de la activista Marielle Franco, arresto del ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, deposición del gobierno de Dilma Rousseff, entre otros acontecimientos de tensión y violencia social que afectan al sector cultural). Este artículo de opinión señala el éxito mercadológico de la feria como síntoma del distanciamiento del mercado artístico de la realidad sociopolítica brasileña; separación que fue puesta en evidencia en la propia feria por las intervenciones artísticas no oficiales que irrumpieron en sus espacios. La autora advierte que la celebración del éxito comercial del arte puede obturar los ineludibles vínculos del mercado con el campo artístico institucional y cuestiona, así, su sustentabilidad en el tiempo.

Desde sus variados objetos de estudio y perspectivas de análisis, junto a las lecturas bibliográficas citadas que los nutren, los artículos reunidos aquí logran aportar a una masa crítica sobre el mercado del arte en América Latina, con eje en Argentina y en Brasil. Auguramos contar, en un futuro próximo, con estudios que problematicen temas paralelos en latitudes cercanas, ya que la perspectiva comparativa ha resultado imprescindible para captar las recurrencias y particularidades de la escena regional y su relación con las metrópolis centrales. Pero, además, las experiencias y estrategias de valorización, circulación y consumo del arte a lo largo del siglo XX y lo que va del XXI estudiadas abren la posibilidad de revisarlas históricamente y pensar nuevas formas de inserción y difusión del arte en nuestras sociedades contemporáneas.



BIBLIOGRAFÍA

- Andrada, Juan Cruz. "Circuitos de valor. Sobre el mercado de arte argentino en la década del 60". En *Imagen/deseo. Placer, devoción y consumo en las artes. VIII Congreso Internacional de Teoría e Historia de las Artes, XVI Jornadas CAIA*. AA.VV. Buenos Aires, CAIA, 2015. 239-250.
- Artundo, Patricia M. "Notas a una exposición en el Xº aniversario de la Fundación Espigas" en: Fundación Espigas, *Arte y documento*. Buenos Aires: Malba, 2003. 25-40.
- Artundo, Patricia M. "La Galería Witcomb 1868-1971". En *Memorias de una Galería de Arte*. Buenos Aires: Fondo Nacional de las Artes, 2000. 13-57.
- Artundo, Patricia y Frid, Carina. *El coleccionismo de arte en Rosario. Colecciones, mercado y exhibiciones, 1880-1970*. Buenos Aires: Fundación Espigas, 2008.
- Baldasarre, María Isabel y Usubiaga, Viviana. "Bajar los cuadros, subir los plasmas". *Anfibia*, Buenos Aires, mayo 2018, <http://revistaanfibia.com/ensayo/bajar-los-cuadros-subir-los-plasmas/>
- Baldasarre, María Isabel. "El surgimiento del mercado de arte y la profesionalización de los artistas en la Argentina". En *Travesías de la imagen. Historias de las artes visuales en la Argentina* editado por María Isabel Baldasarre y Silvia Dolinko. Buenos Aires: CAIA/Eduntref, 2011. 235-263.
- Baldasarre, María Isabel. *Los dueños del arte. Coleccionismo y consumo cultural en Buenos Aires*. Buenos Aires: Edhasa, 2006.
- Bermejo, Talía. "La Asociación Amigos del Arte en Buenos Aires (1924-1942): estrategias de exhibición artística y promoción del coleccionismo". En *Exposiciones de arte argentino y latinoamericano. Curaduría, diseño y políticas culturales*, dirigido por María José Herrera.
- Bueno, Maria Lucia. "O mercado de arte no Brasil em meados do século XX". En *Sociologia das Artes Visuais no Brasil* organizado por Maria Lucia Bueno. São Paulo, Senac, 2012.
- Constantin, María Teresa. "Formación de una colección, un país". En *Colección Alberto Elía – Mario Robirosa. Un momento en el arte argentino*. Buenos Aires: Museo Nacional de Bellas Artes, Fundación Alberto Elía-Mario Robirosa, 2004. 8-17.
- Constantin, María Teresa. "La pintura como resistencia". En *Manos en la masa. La persistencia, pintura argentina 1975-2003*. Buenos Aires: Centro Cultural Recoleta, 2003. 9-37.

- Constantin, María Teresa. *Cuerpo y materia. Arte argentino entre 1976 y 1985*. Buenos Aires: Imago Espacio de Arte, 2006.
- Córdoba/Buenos Aires: Escuela Superior de Bellas Artes Dr. José Figuroa Alcorta/Grupo de Estudios sobre Museos y Exposiciones, 2011. 41-50.
- Crow, Thomas. *Pintura y sociedad en el París del siglo XVIII*. Madrid: Nerea, 1989.
- Distéfano, María Graciela. *Máscaras y laberintos de un mercado de provincia. El caso del mercado de arte en la Mendoza de los 60*. Buenos Aires: Fundación Espigas, 2007.
- Dolinko, Silvia. "Obra múltiple en la ampliación del consumo artístico". En *Travesías de la imagen. Historias de las artes visuales en la Argentina* editado por María Isabel Baldasarre y Silvia Dolinko. Buenos Aires, CAIA/Eduntref, 2011. 365-391.
- Fabris, Annateresa. "Vanguardia e mercado" En *Valores. Arte, mercado, política* editado por Reinaldo Marques y Lúcia Helena Vilela. Belo Horizonte: UFMG, 2002.
- García Durand, José Carlos. *Arte, privilegio e distinção. Artes plásticas, arquitetura e classe dirigente no Brasil, 1855-1985*. So Paulo: Perspectiva/Edusp, 1989.
- Giunta, Andrea. "Arte y globalización: agendas, representaciones, disidencias", *Centro de Arte* n.º 4 (2002).
- Giunta, Andrea. "El teatro de la globalización en el arte contemporáneo". *Mil palabras* n.º 4 (2002), 63-70.
- Giunta, Andrea. "Hacia las nuevas fronteras: Bonino entre Buenos Aires, Río de Janeiro y Nueva York". En *El arte entre lo público y lo privado. VI Jornadas de Teoría e Historia de las Artes*. Buenos Aires: CAIA, 1995. 277-284.
- Golonbek, Claudio. *El club del millón de dólares & el mercado internacional de arte en el siglo 21*. Buenos Aires: Patricia Rizzo Editora, 2017.
- Golonbek, Claudio. *Guía para invertir en el mercado de arte contemporáneo argentino*. Buenos Aires: Patricia Rizzo Editora, 2001.
- Gómez de Rodríguez Britos, Marta. *Las galerías de arte en Mendoza 1885-1985*. Mendoza: UNCU, 1997.
- Graw, Isabelle. *¿Cuánto vale el arte? Mercado, especulación y cultura de la celebridad*. Buenos Aires: Mardulce, 2013.
- Larriqueta, Daniel y Verlichak, Victoria. *Ruth Benzacar*. Buenos Aires: Fundación Espigas, 2005.
- Melendi, María Angélica. "Arte y mercado: modelos para armar". En: AA.VV., *La autonomía del arte: debates en la teoría y en la praxis*.

- VI Congreso Internacional de Teoría e Historia de las Artes*. Buenos Aires: CAIA, 2011. 443-455.
- Miceli, Sergio. "Mercado de arte. Brasil 2000". En *Valores. Arte, mercado, política* editado por Reinaldo Marques y Lúcia Helena Vilela. Belo Horizonte: UFMG, 2002.
- Montini, Pablo. *De la comisión municipal de bellas artes al Museo Castagnino. La institucionalización del arte en Rosario. 1917-1945*. Buenos Aires: Fundación Espigas, 2012.
- Moulin, Raymonde. *El mercado del arte. Mundialización y nuevas tecnologías*. Buenos Aires, La Marca, 2012.
- Usubiaga, Viviana. *Imágenes inestables. Artes visuales, dictadura y democracia en Buenos Aires*. Buenos Aires, Edhasa, 2012.
- Velthuis, Olav. *Talking Prices. Symbolic Meanings of Prices on the Market for Contemporary Art*. New Jersey: Princeton University Press, 2005.