



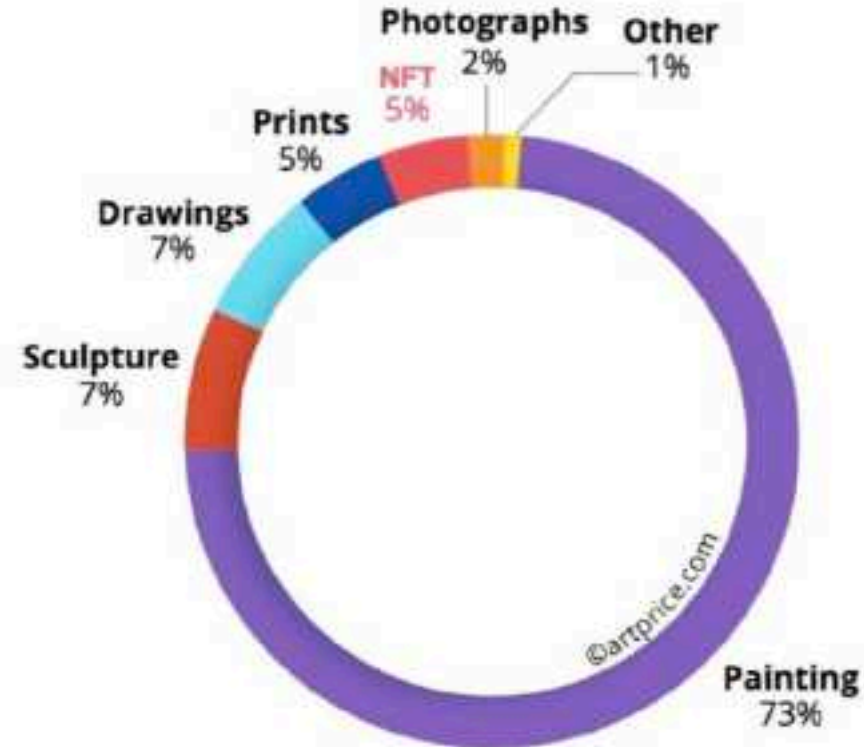
Estrategias de internacionalización de artistas y galerías en el circuito de arte contemporáneo latinoamericano

Lic. Natalia Albanese
8va Noche de Galerías
23 de septiembre 2022

El mundo del arte es por definición una sociedad del conocimiento (...) Es un universo social que está interesado principalmente por el conocimiento y la producción simbólica (es decir por la producción de signos pictóricos y lingüísticos).

Isabelle Graw

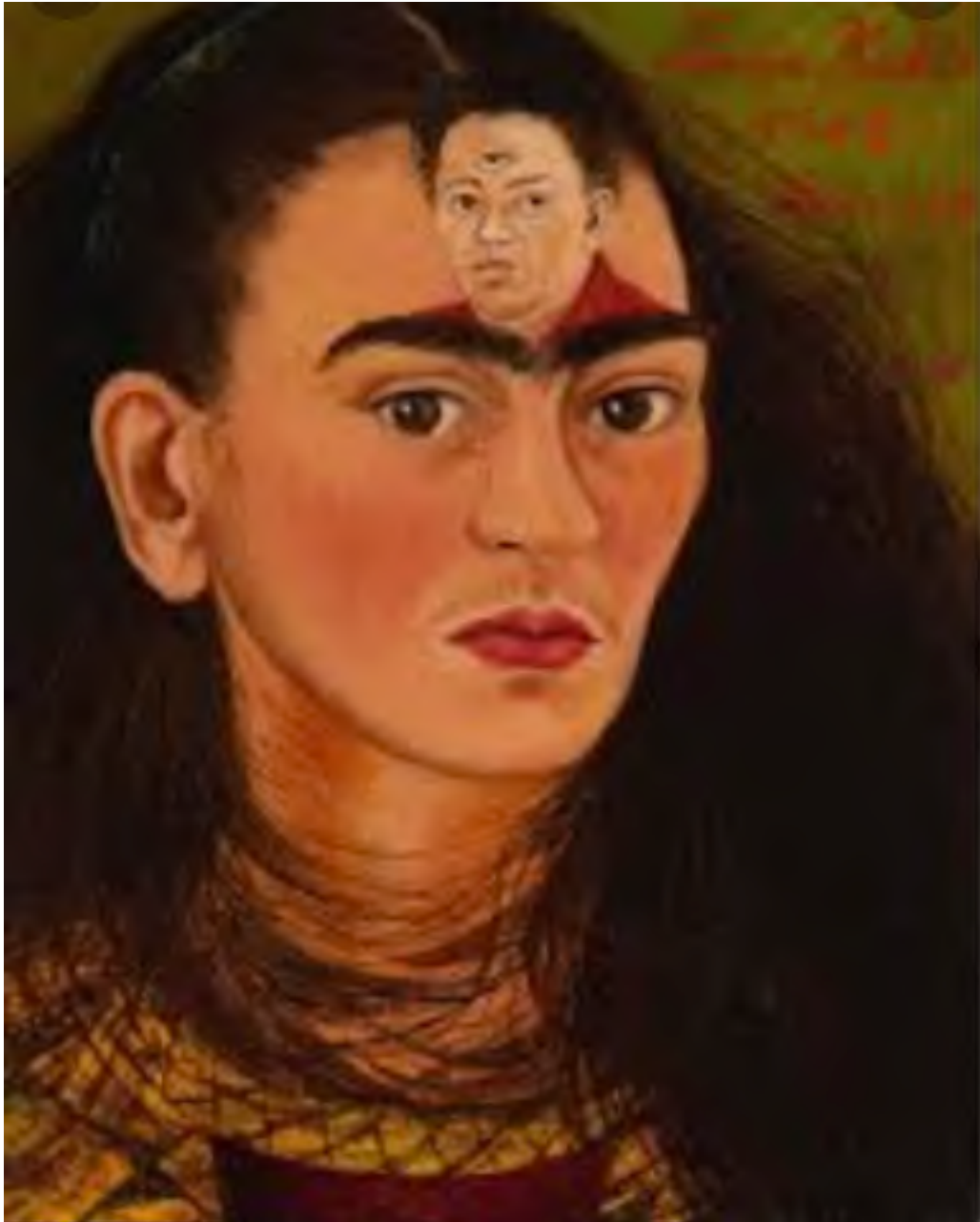
CONTEMPORARY ART SALES BY MEDIUM (2020/21)



Las subastas de obras de arte han generado 6.900 millones de dólares en el primer semestre de 2021, un 3% más que en el mismo semestre de 2019.



Jean-Michel Basquiat intitled “Boy and Dog in a Johnnypump” Se ha vendido recientemente por encima de los 100M \$ ha sido adquirido por Ken Griffin, fundador de Citadel.



Eduardo Costantini compró la obra de Frida Kahlo que marcó un récord para el arte latinoamericano
Se remató el 16-11- 2021 en Sotheby's por 34,8 millones de dólares un autorretrato de la pintora mexicana que refleja su tortuoso vínculo con Diego Rivera

Ferias de arte



- Las ferias son el espacio de excelencia para encontrarse con los agentes del arte que permite proyectar ventas, concretarlas y generar vínculos institucionales.
- Le da visibilidad a las galerías y a los artistas que representan.
- Construye una referencia de precio.
- Nos da información sobre los roles de otros colegas y el movimiento del mercado.

Características generales

- Cuentan con una postulación (con distintos niveles de complejidad) y un comité de selección.
- En todas las ferias se paga stands, menos en algunas organizadas por el estado en Argentina.
- Cuentan con un equipo curatorial.
- Tienen una columna vertebral: galerías y proyectos artísticos que están distribuidos físicamente según su propuesta estética y su trayectoria.

- Programa de contenidos paralelos dentro y fuera de la feria: auditorio, editoriales, sección de video arte, exposiciones (de colecciones públicas o privadas, de artistas que por distintas razones están fuera del mercado). Estos contenidos son curados y se ingresa a través de invitaciones de curadores o gestores culturales a cargo
- Programa de visitas para público especializado a museos, institucionales y colecciones.

Ferias Argentinas

Desde hace 10 años, las ferias en nuestro país han crecido significativamente:

1. ArteBA – Siempre fue en mayo, este año se realiza en octubre.
2. MAC- Mercado de Arte Contemporáneo en Córdoba. Siempre se realizó en agosto. Ahora se realiza en noviembre.
3. Micro – Feria en Rosario. Mayo.
4. MAPA en Buenos Aires. Marzo.
5. ArteCo en Corrientes. Junio.
6. 3500 en Chaco. Septiembre
7. + Santa Fe Feria de Arte Contemporáneo en Santa Fe. Junio
8. BAPhoto. Septiembre





40 +1 ARCO 2022

Un total de 185 galerías procedentes de 30 países; 159 galerías incluidas en el Programa General, a las que se suman 42 en los programas comisariados, que exponen pintura, escultura, instalaciones, fotografía, vídeo, new media, dibujo y grabado.



NUNCA LO MISMO. ARTE LATINOAMERICANO
–Comisarios Mariano Mayer y Manuela
Moscoso

AFA GALERÍA Santiago de Chile

Rodrigo Arteaga

CHERT LÜDDE Berlín Alemania Sol Calero

CONTINUA San Gimignano Italia Jonathas de
Andrade

CRISIS Lima Perú Alberto Casari, Santiago
Yahuarcani

HACHE , Santiago García Sáenz

PASTO Mauricio Poblete

PIEDRAS GALERÍA , Jimena Croceri

PROYECTOS ULTRAVIOLETA Guatemala
Eduardo Navarro

Herramientas para la producción, circulación y exportación de obras de arte

1.- Para los artistas: lo principal es contar con representación de una galería o un modelo de gestión en la cual este estipulado mediante un contrato el vinculo contractual entre partes. Incluso si cuenta con una invitación a participar de una sección curada, el galerista cumple un rol fundamental llevando a cabo el diálogo comercial para concretar ventas a privados o institucionales

- 2.- Proyectar la inserción al mercado al largo plazo y de un modo estratégico según la materialidad de la obra y la identidad de la galería.
- 3.- Estar atento tanto al desarrollo del valor simbólico de la obra (mirada de curadores, críticos, periodistas, artistas), cómo al valor económico.
- 4.- Identificar el punto de rentabilidad: las ferias son espacios pagos, no necesariamente tenemos que pensar insertarnos directamente en un stand, es posible pensar estrategias más satelitales.
- 5.- Identificar referentes con condiciones similares de nuestro trabajo.
6. Dimensionar la escala de cada feria y la dimensión de nuestro proyecto
7. ESTAR / HACER / CREAR EN RED



Elementos a tener en cuenta a la hora de la tasación de una obra de arte

- Logro estético
- Singularidad
- Veredicto histórico-artístico
- Reputación del artista
- Historia particular de la obra.
- Imposible de medir.
- Difícil de cuantificar en términos económicos.
- Está sujeto a negociaciones.
- Ganancia

**PRECIO: ES UN ACUERDO ENTRE EL COMPRADOR/A –
VENDEDOR/A EN UN CONTEXTO DETERMINADO**

EL PRECIO ES ÚNICO

- Compra en el taller del artista.
- Debe sostenerse a lo largo del tiempo.
- Comisiones entre artistas – galeristas. Se estima 30%, 40 %, 50%. Según los casos y compromisos asumidos.
- Firma de contrato con acuerdo de partes: donde se establecen responsabilidades de partes.

¿Qué se espera de las galerías?

Compromiso con la producción de la exposición:
inversión en montaje, traslado, curaduría,
comunicación.

Poner a circular la obra del artista para compradores
privados y públicos

Fomentar el valor simbólico de la obra, no solo el
económico

¿Qué se espera de los/as artistas?

Respetar el precio consensuado

Que estén en formación permanente

Producción sostenida en el tiempo

Respetar los plazos acordados de trabajo

Compromiso con la exploración y la autocrítica de su trabajo



ESTAR / HACER / CREAR EN RED



¡GRACIAS!

Sigamos en @natalbanese