

# **ARCO, REFLEXIÓN CRÍTICA SOBRE LA FERIA**

**Abdías Méndez Robles**

**Investigación presentada como requisito parcial para el grado de**

**Master en Arte Actual**

**Tutor del Proyecto: Maribel López**

**26 de septiembre de 2011**

**UNIVERSIDAD DE BARCELONA**

**IL3 Instituto de Formación Continua**

**BARCELONA, ESPAÑA**

## SUMARIO

Este estudio pretende investigar la percepción que se tiene de la feria de arte contemporáneo de Madrid, ARCO. Para el estudio se recopiló las expresiones emitidas en la prensa escrita desde 1982, disponibles en Internet. Se usaron de referencia los libros *ARCO Arte y Mercado en la España Democrática* por Juan Ignacio Ruiz López (Nacho), y *La Era de las Ferias* por Paco Barragán.

Se realizaron dos encuestas; La primera fue a la población de las ediciones de 2010 y 2011, para la cual se utilizó una muestra aleatoria de participantes seleccionados del catálogo del 2010 e incluyó a galerías, artistas, curadores, críticos, coleccionista y a visitantes. Para la segunda encuesta se seleccionó, en forma subjetiva, un grupo de las principales galerías internacionales; a partir de la experiencia y la opinión compartida con algunos expertos en el tema. Las galerías seleccionadas han tenido menos de tres participaciones en las últimas cinco ediciones. Las preguntas consideradas en las encuestas, surgen de los señalamientos encontrados en la revisión de la literatura. Para la recopilación de datos se enviaron las dos encuestas por correo electrónico. De la primer encuesta se realizaron dos rondas, en el 2010 y en el 2011, ambas después de la edición de cada año. Luego de la recopilación de datos, se procedió con el análisis estadístico no paramétrico.

Se analizó el retorno de todas las galerías participantes en las últimas cinco ediciones, excluyendo el país o ciudad invitada durante el año en que fue invitado.

Con los resultados del estudio, se pudo determinar que las expresiones negativas de la prensa son una práctica consistente en varias de las ediciones. Estos comentarios no han influenciado en la decisión de participar; en especial en las galerías españolas, quienes señalan áreas donde la feria debe mejorar. Los participantes españoles mantuvieron una predisposición a presentarse en la feria del 2011 y en la futura edición del 2012; que aunque estén participando o planifiquen presentarse en otras ferias, de las cuales las preferencias son Art Basel y Art Basel Miami, no van a sustituir a ARCO. La mayoría de las galerías extranjeras no retornan a participar y las principales galerías internacionales no están considerando a ARCO como objetivo ferial.

El estudio expone las áreas a las que se les debe prestar atención y recomienda medidas para atenderlas; exhorta a IFEMA hacer un estudio independiente para profundizar sobre los hallazgos de este estudio y sobre el posicionamiento de ARCO.

## AGRADECIMIENTO

Agradezco a los encuestados que participaron en forma voluntaria. A Maribel López, por el tiempo y el apoyo que me brindó como tutora. A los compañeros de curso, que aportaron con recomendaciones y artículos de la prensa, y de sus experiencias con la feria. A Nacho por la aportación de su libro. A Paco Barragán, por el apoyo y las recomendaciones, por tomar de su ocupado tiempo entre viajes y proyectos, para aportar y compartir sus experiencias como curador. A los directores del programa y a los expertos invitados, que durante dos años hemos interactuado en un toma y daca, permitiéndome disfrutar de un crecimiento y empoderamiento de conocimientos y experiencias dentro del panorama actual del arte. A los señores Roser Figueras y Josep Inglada, por su apertura a compartir conocimientos y experiencia, por compartir su excelente colección y su colaboración en este Master; para cuyo grado he tenido que preparar este informe, el cual ha aportado conocimiento y crecimiento en mi ser como artista, como profesional del arte y como profesional en los negocios.

Como artistas, comprender que las ferias no son espacios para artistas, según la expresión del Lic. Carlos Urroz, director de ARCO 2011. Entender que si bien una feria puede ser tema para una instalación, un "performance", una pintura o un video. Las ferias son un espacio para las galerías y el mercado del arte, que son los que controlan el negocio que se hace dentro de una feria. El espacio del artista es su taller o estudio, el espacio público, lugares donde puede controlar lo que hace.

Como profesional del arte, entender en profundidad la naturaleza y el funcionamiento de una feria de arte. Su inherencia en el mercado del arte, en las decisiones y tendencias de lo actual del arte. Su referente como fuente primaria de lo que es el presente del arte actual, de los experimentos, las inquietudes y propuestas de los artistas.

Como profesional en negocio, estar en contacto directo, analizando la actividad ferial como un producto de mercado.

## CONTENIDO

Sumario.....	i
Agradecimiento.....	ii
Tabla de Contenido.....	iii
PRIMERA PARTE – INTRODUCCIÓN.....	1
Trasfondo.....	1
IFEMA.....	1
ARCO.....	1
Hipótesis.....	6
Beneficios del Estudio.....	6
Limitaciones.....	6
Definición de Términos.....	7
SEGUNDA PARTE – REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	8
Aprovechamiento.....	8
Hallazgo en la literatura.....	8
Resumen.....	11
TERCERA PARTE – METODOLOGIA.....	12
Población y Muestra.....	12
Procedimiento.....	12
CUARTA PARTE – HALLAZGO Y RECOMENDACIÓN.....	13
Análisis de Datos.....	13
Resultados de la encuesta ARCO 2010.....	13
Resultados de la encuesta ARCO 2011.....	14
Resultados encuesta a principales galerías....	16
Resultados sobre análisis de retorno.....	16
Conclusión.....	16
Recomendación.....	17
Galerías y Coleccionistas: .....	17
Galerías.....	18
Coleccionistas.....	18
Espacio, Participación y Temporada.....	19

## BIBLIOGRAFÍA

### TABLAS

Tabla 1 – Tendencia ARCO 1982, 1990, 2000, 2011	3
Tabla 2 – Principales Ferias Internacionales de Arte	4
Tabla 3 – Oferta anual de ferias Internacionales – agenda	5
Tabla 4 – Retorno de Galerías entre 2007 y 2011	16



## PRIMERA PARTE

"Arco no debe ser una feria local en un mundo global"  
(Borja-Villel, citado en *Arco, reinventarse o morir*, Ediciones El País  
S.L. Madrid, España, 18/12/2009)

### Introducción

Este trabajo es una reflexión crítica sobre la feria internacional de Arte Contemporáneo ARCO, inaugurada en Madrid en 1982. La feria ha sostenido hasta el 2011, una presencia anual por treinta años. Durante su 29ª edición, ARCO 2010, año en que comienza este estudio, se publicaron en la prensa artículos negativos y acusaciones referente a la feria, entre ellos el de encontrarse en una encrucijada, que tenía que "reinventarse o morir"<sup>1</sup>; que ARCO es hoy una feria sin un posicionamiento claro, ni personalidad<sup>2</sup>. Desacuerdos entre los miembros del comité asesor y la Institución Feria de Madrid (IFEMA) han proyectado incertidumbre sobre el éxito y el futuro de la feria<sup>3</sup>. Durante la 30ª edición, la prensa proyectó una opinión donde predominó la expectativa con su nuevo director, cambios estructurales, ausencia de discordias y conflictos como los ocurridos en la pasada edición, y cierta euforia al conmemorar el 30 aniversario. La feria, conocida por su acrónimo (ARCO), es organizada por IFEMA.

### Trasfondo

**IFEMA:** La Institución Feria de Madrid (IFEMA), comenzó a operar en 1980 y continúa gobernada por sus cuatro entes fundacionales: la Comunidad de Madrid, el Ayuntamiento de Madrid, la Cámara de Comercio e Industria de Madrid y la Caja de Madrid. IFEMA está posicionada desde 1994 como la primera organización ferial de España y es el 4º organizador de ferias internacionales, por detrás de Messe Frankfurt, Messe Dusseldorf, y Deutsche Messe Hannover, según el último informe publicado por el Observatorio Ferial Europeo CERMES de la Universidad Bocconi<sup>4</sup>. En adición a ARCO, anualmente se celebran más de noventa ferias, donde se dan cita las principales empresas para general relaciones comerciales, presentar sus novedades y ampliar la cartera de contactos, cuya ocupación es de 1,4 millones de metros cuadrados netos para exposición, con una participación de más de 42.000 empresas y 4,7 millones de visitantes, de los cuales 1,5 millones son profesionales. Los recintos de IFEMA se hallan repartidos entre dos complejos: uno al noreste de la ciudad, en el Campo de las Naciones y otro al suroeste de la ciudad junto a la Casa de Campo. Algunas de estas ferias son FITUR, Pasarela Cibeles, Salón Internacional del Automóvil Ecológico y de la Movilidad Sostenible, Feria Internacional del Autobús y del Autocar (FIAA), SIMO, AULA, Interior Home, Casa Pasarela, el Salón Internacional de la Moda de Madrid y FERIAARTE.

**ARCO:** Abre por primera vez en el Palacio de Exposiciones del Paseo de la Castellana en Madrid. La iniciativa fue de Juana de Aizpuro, quien la dirige hasta el 1986 e impulsada por el primer director de IFEMA, Francisco Sanuy y por Adrián Pira, presidente de la Institución Ferial y de la Cámara de Comercio e Industria de Madrid, colaboró Rosina Gómez-Baeza, quien estaba encargada del área de desarrollo de nuevos proyectos feriales. Luego de armonizar los intereses de todas las partes implicadas, y estando Manuel Coronado al frente de la dirección de IFEMA, fue presentada esta nueva feria de arte, impulsada por una nueva mentalidad que exigía de España una apertura después de cuarenta años de dictadura<sup>5</sup>. ARCO se da con el propósito de superar una coyuntura muy delicada dentro de la historia del arte en España<sup>6</sup>. Durante décadas, como parte de la política franquista, no hubo una política de apertura y acercamiento hacia el arte contemporáneo internacional. Esto generó en un retraso cultural y artístico en la sociedad española, así como una

<sup>1</sup> García, Á. y Seisdedos, I., *Arco, reinventarse o morir*, Ediciones El País S.L., Madrid, 18/12/2009.

[http://www.elpais.com/articulo/cultura/Arco/reinventarse/morir/elpepicul/20091218elpepicul\\_2/Tes](http://www.elpais.com/articulo/cultura/Arco/reinventarse/morir/elpepicul/20091218elpepicul_2/Tes)

<sup>2</sup> Barragán, Paco, *ARCOMadrid necesita un profundo cambio de filosofía*, *Arteinforma*, Noticias, 9/2/2009.

<http://www.arteinformado.com/Noticias/1137/paco-barragan-arcomadrid-necesita-un-profundo-cambio-de-filosofia/>

<sup>3</sup> EFE, *El Comité Asesor de Arco anuncia "medidas" si Ifema no respeta la feria*, *El Cultural.es*, edición digital, 22/12/2009.

<http://www.elcultural.es/noticiaimp.aspx?idnoticia=505821>

<sup>4</sup> IFEMA. [http://www.ifema.es/Institucional\\_01/noticias/INS\\_002227](http://www.ifema.es/Institucional_01/noticias/INS_002227)

<sup>5</sup> Ruíz López, Juan Ignacio (Nacho), *ARCO Arte y Mercado en la España Democrática*, España, 2004. Pág.35

<sup>6</sup> Sarriugarte, Iñigo, *Arco una Feria "Made in Spain" con Sabor Internacional*, *Razón y Palabra*, Núm. 37, febrero – marzo 2004.

<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n37/isarriugarte.html>



falta de relación histórica del arte español contemporáneo con las pautas internacionales. Después de la década de los 70, al surgir la democracia, tanto los gobiernos conservadores como los socialdemócratas, gestionaron implantar un mercado artístico multinacional, poniendo en marcha a comienzo de los años 80 una política oficial dirigida a fomentar el arte contemporáneo, y su principal vehículo fue ARCO.

En la primera edición recibió 25 mil visitas, logrando sobrepasar las expectativas de público. Participaron un total de 90 galerías, de las cuales, 62 fueron nacionales y 28 galerías extranjeras, y tuvo la presencia de 364 artistas. Las características de esta primera edición, fue la apuesta por los clásicos españoles y el asumir el riesgo de presentar nuevas revelaciones. Con esto se pretendió lograr de ARCO una feria y un encuentro con el arte internacional, que estaba más de moda en Europa. Además de exponer pinturas, esculturas, fotografías y otras creaciones plásticas, se estableció desde su primera edición, un espacio para el diálogo y un punto de encuentro para los pensadores, creadores, coleccionistas, críticos y dueños de galerías. En la feria se celebró un simposio sobre arte contemporáneo en el que participaron figuras de renombre internacional como Achille Bonito Oliva, Rudi Fuchs, Giulio Carlos Argan, Marcellin Peynet, Alexandre Cirici Pellicer, Lucio Amelio, Lázaro Glozer y Bárbara Rose.

En los sucesivos eventos anuales, ARCO logró posicionarse en una de las principales ferias a nivel internacional. Durante las pasadas tres décadas, los resultados en cuanto a participación y visitas lo validan (Tabla 1, Pág. 3). En la edición de 1990, ocho años después de su fundación, ARCO 90 se consolidaba hasta esa fecha como la edición de mayor cantidad de público, con más de 142 mil visitas, 218 galerías de arte contemporáneo, 146 extranjeras y 72 españolas, y ventas estimadas en 58 millones de euros. Las obras mostradas en los stands alcanzaron consolidar su calidad, al igual que el papel relevante de las vanguardias históricas como punto de referencia. Los visitantes pudieron disfrutar de piezas dignas de museo, de artistas internacionales como Francis Bacon, Sol Lewitt, Jean-Michel Basquiat, Lucio Fontana o Mimmo Paladino, junto con obras maestras de creadores españoles como Eduardo Chillida, Antonio López, el Equipo Crónica, Miquel Barceló o Antoni Tàpies. Al igual que en las ediciones precedentes, el programa expositivo se complementó con una oferta de actividades paralelas, la IV Edición de VideoARCO, las Becas Banesto, los IV Encuentros Internacionales en el Arte Contemporáneo y el Proyecto Fotográfico ARCO; cuyo eje central fue la celebración, el día de la inauguración oficial, de un acto de solidaridad y recogida de donativos para la lucha contra el VIH, en colaboración con el Comité Ciudadano Anti-SIDA. En este clima de consolidación, pocas cosas dejaban intuir la crisis que sobrevendría en los años siguientes. Las ventas continúan creciendo al igual que las cotizaciones de algunos artistas que subían de forma vertiginosa. De esta forma la primera edición de ARCO en los noventa constituyó con altísimos beneficios.

La edición de 2000, ARCO se presentó en el Parque Ferial Juan Carlos I, donde acudieron 170 mil visitantes, un total de 258 galerías formaron la oferta expositiva participando 157 galerías extranjeras. La consolidación de las secciones paralelas Project Rooms y Cutting Edges, la incorporación de una sección dedicada a las nuevas tecnologías Net.space@ARCO y la permanencia del amplio programa de actividades culturales paralelas y un país invitado a quien se dedica la feria. Después de la polémica del año anterior, cuando se criticó los criterios de selección de galerías a raíz de la Ley de Ferias de 1997, y con el fin de legitimar la selección de galerías participantes, se incorporaron varios directores de museos y centros de arte contemporáneo al Comité Organizador. Pero ante todo, los medios de comunicación reflejaron ARCO'00 como un evento social capaz de reunir a personalidades del ámbito político, cultural y social. La inauguración oficial estuvo presidida por el Rey, Don Juan Carlos, reiterando el apoyo constante de la Casa Real a la feria madrileña. Acompañado por el ministro de Educación y Cultura, Mariano Rajoy (hoy presidente del PP); el embajador de Italia en España, Paolo Pucci di Benisichi; el alcalde de Madrid, José María Álvarez del Manzano; el presidente de la Cámara de Comercio, Juan Mato; y el director general de IFEMA, Fermín Lucas. Paralelamente se celebraron fiestas y encuentros, como el almuerzo ofrecido por la Fundación Winterthur que estuvo presidido por el duque de Lugo, Don Jaime de Marichalar y al que asistieron numerosos personajes públicos como la baronesa Thyssen-Bornemisza, Boris Izaguirre, Ágata Ruiz de la Prada, Paloma Botín, Marina Castaño, Covadonga O'Shea o Ramón Mendoza.



Asimismo, en el “brunch” ofrecido por la Fundación Coca-Cola España, en el que se dieron cita más de 200 coleccionistas y personalidades nacionales e internacionales del mundo del arte. Y en la entrega de los Premios ABC de Pintura y de Fotografía en su primera edición. ARCO 2000 fue el mejor año, según los resultados presentados al público (Tabla 1, Pág. 3).

Tabla 1

Tendencia ARCO*					
	1982	1990	2000	2010	2011
Visitas	25.000	142.000	<b>170.000</b>	148.000	150.000
Galerías españolas	62	72	<b>101</b>	77	75
Galerías extranjeras	28	146	<b>157</b>	141	122
Países	16	20	<b>28</b>	24	26
Artistas**	364			<b>3.000</b>	
Coleccionistas**			<b>200</b>		150
Periodistas	182	1.709	2.050	<b>3.222</b>	

Nota: \* Información oficial ARCO, alguna de la información como las ventas no está disponible.  
 \*\* Información en la prensa.  
 Para el 2010 hay diferencia en el total de participación publicado por la prensa y el portal de IFEMA. <http://www.ifema.es/ferias/arco/historico/2011/default.html>

En ARCO 2010, se recibieron 148 mil visitantes, 77 galerías españolas y una participación internacional de 141 galerías procedentes de 24 países<sup>7</sup>, que expusieron obras de 3 mil artistas de todo el mundo. La feria cerró con un balance positivo al comparar las ventas con la feria del 2009<sup>8</sup>. Se presentaron las secciones habituales de la feria, el Programa General, ARCO 40, Panorama, Solo Project, Expanded Box, Performing ARCO, y un nuevo record de asistencia con 3.222 periodistas. Esta edición estuvo matizada de incertidumbre, cargada de conflictos y polémicas internas. La década sufrió una de las peores crisis económicas de los últimos años, tanto en la economía española como en la internacional, así como el surgimiento de nuevas ferias.

En su 30 aniversario, ARCO 2011, se presentó con un nuevo director, el Lic. Carlos Urroz<sup>9</sup>; quien asumió la dirección después que la pasada directora Lourdes Fernández renunciara, por diferencias sobre el desarrollo del proyecto ferial. Se recibieron 150 mil visitas, y participaron un total de 26 países. Los nuevos cambios introducidos por Urroz se componen de la reducción de galerías participantes, 197 galerías frente a 218 de la edición del 2010; del país invitado, Rusia, participaron sólo 8 galerías integradas al resto de las galerías del programa general, Focus Rusia tuvo a Daria Pyrkina como comisaria. Se ocuparon dos pabellones de IFEMA en lugar de los tres que ocupó en las ediciones anteriores, y en los Solo Project los protagonistas fueron catorce artistas de Latinoamérica; acción significativa, como comenta Elena Vozmediano *“Es significativo que se retome ahora, cuando ARCO se replantea su papel en el mercado del arte global. Será muy difícil competir con Art Basel Miami Beach, y más ahora, con la recesión económica instalada en Europa, pero es inteligente no abandonar esa enorme e importante área de producción artística”*<sup>10</sup>. Una de las novedades es la promoción especial que ARCO realizó entre las jóvenes galerías de países europeos, las que tendrán un sector independiente dentro de la feria; este programa llamado Opening, trae a Madrid veinte galerías seleccionadas por la curadora Maribel López. Otro cambio es en el formato tradicional del Foro de Expertos, que se convirtió en un punto de encuentro entre directores de instituciones, bienales, comisarios y galerías. Contó, nuevamente con la presencia de Helga de Alvear y Luis Adelantado. La feria quiso dar mayor protagonismo a los coleccionistas, invitando a 150

<sup>7</sup> MasdeArte.com, *Finalmente 202 galerías participarán en ARCO 2010, 60% de ellas internacionales*, Madrid, 27/11/09.

[http://www.masdearte.com/index.php?Itemid=26&id=9958&option=com\\_content&view=article](http://www.masdearte.com/index.php?Itemid=26&id=9958&option=com_content&view=article)

<sup>8</sup> Información preliminar para ARCO 10, el monto exacto en euros no está disponible.

<sup>9</sup> *Achiaga, Paula, 190 galerías formarán ARCO 2011, La feria cumple 30 años en una edición volcada hacia el coleccionista*. El Cultural.es, 18/11/2010. [http://www.elcultural.es/noticias/ARTE/1080/190\\_galerias\\_formaran\\_ARCO\\_2011](http://www.elcultural.es/noticias/ARTE/1080/190_galerias_formaran_ARCO_2011)

<sup>10</sup> *Vozmediano, Elena, Volver a Latinoamérica*, El Cultural.es, España, 18/02/2011. [http://www.elcultural.es/version\\_papel/ARTE/28696/Volver\\_a\\_Latinoamerica](http://www.elcultural.es/version_papel/ARTE/28696/Volver_a_Latinoamerica)

compradores internacionales. Se puso en marcha Firts Collector, un novedoso programa que ofreció servicio de asesoría de inversión en arte por la directora de la consultora Arte Global. Esta edición ha estado libre de conflictos públicos y con la habitual atención de la prensa.

ARCO se ha caracterizado, frente a otras ferias, por la gran atracción de público y la atención de los medios, en ocasiones favorables y en otras controversial como sucedió en la edición del 2010. La participación de los periodistas es la única tendencia que se ha mantenido en crecimiento, de 182 en 1982 a 3.222 en la edición de 2011. Tendencias significativas como las ventas y la participación de coleccionistas, no han sido informada o consistentemente informadas (Tabla 1, Pág. 3).

ARCO se ha convertido en un referente en el desarrollo del mercado del arte en España, ha promovido el conocimiento del arte contemporáneo internacional y ha ayudado a conformar e impulsar en España una red de coleccionismo privado, institucional y corporativo<sup>11</sup>; que antes era prácticamente inexistente. ARCO en su función dual, en adición a su papel en el mercado del arte, tiene su papel cultural como suplidor de unas funciones de acercamiento y conocimiento de tendencias, artistas y colecciones, que debería corresponder más, a los certámenes, a los museos y centros artísticos que a una feria comercial. Encajando perfectamente con la filosofía de la “Economía de la Experiencia”, el modelo usado en ARCO ha sido referente en otras ferias desde BASEL-Miami hasta FRIEZE<sup>12</sup>.

Tabla 2

Principales Ferias Internacionales de Arte*			
Feria	Año de inauguración	Lugar	Posición**
Colonia	1967	Colonia, Alemania	
Art Basel	1970	Basilea, Suiza	1
FIAC	1974	París, Francia	
ARCO	1982	Madrid, España	
Art Chicago	1992	Chicago, EU	
Armory Show	1994	New York, EU	3
Art Forum	1995	Berlín, Alemania ***	
Art Basel Miami	2002	Miami, EU	
FRIEZE Art Fair	2003	Londres, Inglaterra	2

Fuente: \* Ruiz, Nacho. *ARCO Arte y mercado en la España Democrática*. Pág. 18-19  
 \*\* Barragán, Paco. *La Era de las Ferias*. Pág. 35  
 \*\*\* Cancelada para el 2011 <http://www.bloomberg.com/news/2011-05-29/art-forum-berlin-shuts-down-after-15-years-as-fair-rivals-battle-for-sales.html>

En la actualidad la oferta ferial es amplia, en el entorno local e internacional. En España, ARCO coincide con Art Madrid, Salón de Arte Moderno y Contemporáneo, organizado por la empresa Arte y Asociado. Luego de ARCO en 1982, cuando gozaba de ser casi la única plataforma de arte moderno, surge el Reina Sofía en el 1986, el IVAM en 1989, el MACBA en el 1996 y en el 1997 el Guggenheim en Bilbao. Desde 1967 hay ferias de arte contemporáneo para casi todos los gustos; vanguardistas, conservadoras, localistas, internacionales y globales (Tabla 2, Pág. 4). Algunas marcan las tendencias del arte y otras fijan los precios del mercado. ARCO se presenta en un ambiente al cual se le ha llamado la era de las ferias<sup>13</sup>, un mercado donde proliferan las ferias de arte. En 1967 fue la primera en Colonia, en 1970 fue la de Basilea considerada por los expertos como la principal feria de arte<sup>14</sup>, en 1974 surgió FIAC en París. Frieze ocupa la posición número dos, un posicionamiento alcanzado en breve tiempo, desde 2003, quitándose de encima los demás

<sup>11</sup> Ruiz López, Juan Ignacio (Nacho), *Ibidem*, Pág. 107.

<sup>12</sup> Barragán, Paco, *Ibidem*

<sup>13</sup> Barragán, Paco, *La Era de las Ferias*. Edición Charta, Milano, 2008.

<sup>14</sup> Achiaga, Paula, *Repaso por las principales ferias internacionales de arte contemporáneo, Todo el mercado tras las huellas de Basilea*, revista El Cultural.es, 07/02/2001.



competidores, y en 1994 se presenta Armory Show en Nueva York, considerada en la tercera posición<sup>15</sup>. En adición a Madrid, ciudades como París, Londres, Berlín, Frankfurt, Colonia, Basilea, Bolonia, Chicago, Miami, San Francisco, Melbourne entre otras, cuentan con una feria de arte contemporáneo con su propia identidad. La mayoría son anuales y algunas como la Australian Contemporary Art Fair, la más prestigiosa de Australia, es un acontecimiento bienal. Existe un verdadero calendario de ferias internacionales (Tabla 3, Pág. 5), suficientes para llenar una agenda anual<sup>16</sup>. Esta proliferación ha aumentando la oferta ferial, que puede considerarse como un indicador de un mercado dispuesto a consumir el producto ferial de arte, pero es también muestra de lo competitivo del mercado; ampliando el menú de opciones para el consumidor, principalmente galerías y coleccionistas.

En 2010, ArtBasel<sup>17</sup> reportó una asistencia de 62 mil personas; y como líder detectó una oportunidad y presentó la más recientes feria internacional, la edición de Art Basel Miami, esta feria ha tenido un rápido e imparable ascenso por su calidad, y se ha posicionado del mercado del arte latinoamericano<sup>18</sup>.

Desde la inauguración de ARCO, la feria ha trascendido los retos de cada una de sus ediciones. El entorno de ARCO en la actualidad es uno muy distante del entorno en su origen. España ya no es una cultura, ni un mercado al margen de Europa, es un espacio dentro de Europa, donde las fronteras no existen dentro de la Unión Europea (UE). El objetivo original de ARCO, como instrumento cultural, para conectar a España con el arte contemporáneo y el mercado internacional (principalmente europeo), ya ha sido consumado. Madrid, y España, por sí sola es un “Trade Mark” cultural, que con ARCO o sin ARCO seguirá recibiendo millares de turistas de todo el mundo. Cualquier ciudadano español, posee el derecho a la movilidad sin fronteras por toda la UE, permitiéndole visitar las principales ferias de arte en Alemania, Francia, Inglaterra, Suiza, etc., *vis a vis* los ciudadanos europeos a España. La crisis económica ha afectado la disponibilidad de fondos público, que podrían impactar en la adquisición de obras para las colecciones de los museos del estado español. Esta actual realidad, está muy distante a la posfranquista, donde nace ARCO. Y es para esta nueva realidad y sus retos que ARCO debe reciclarse.

Tabla 3

Oferta anual de ferias internacionales – agenda ferial			
Enero	Art Palm Beach (Florida EU)	London Art Fair	ArteFieraBolonia
Febrero	ARCO (Madrid)	20 21 International Art Fair (London)	
Marzo	The Armory Show (NY)	Art Dubai	
Abril	MACO (México)	Foro Sur (Extremadura)	Art Chicago
Mayo	MIA (Milan)	Art Amsterdand	SF Fine Art Fair, EU
Junio	Art Basel		
Julio	Art Fair Tokio	Estocolmo Art Fair	
Septiembre	Shanghai Art Fair		
Octubre	FRIEZE Art Fair (London)	FIAC (Paris)	Toronto Int. Art Fair
Noviembre	Art.Fair Colonia	Artissima International Fair (Turín)	
Diciembre	ArtBasel Miami	Art Miami	

*Nota: esta selección es sólo una muestra, puede haber otras opciones.*

<sup>15</sup> Barragán, Paco, *Ibidem*, Pág. 35.

<sup>16</sup> Ruíz López, Juan Ignacio (Nacho), *Ibidem*, Pág. 19.

<sup>17</sup> ArtBasel -<http://www.artbasel.com/go/id/ss/lang/eng/>

<sup>18</sup> Barragán, Paco, *Ibidem*, Pág. 36.

## Hipótesis

ARCO, como producto ferial, puede estar vulnerable a la teoría del ciclo de vida que puede tener un producto, servicio o mercado; la teoría expone que éstos pasan por un proceso similar al ciclo de la vida orgánica: concepción, nacimiento, crecimiento, madurez, decadencia y muerte. Aunque es una analogía simple, ayuda a entender como casi todos los productos tienden a seguir una línea muy parecida cuando los enmarcamos en el tiempo. Esta analogía de R. Vernon (1966)<sup>19</sup> ha sido muy empleada y continúa siendo útil a la hora de planificar la estrategia de una empresa. Para esto es conveniente que se analice y se conozca el detalle de la dinámica del mercado, el cual es uno que cambia constantemente. La estrategia de la empresa debe considerar el ciclo de vida de su producto, considerando a IFEMA como la empresa y ARCO como su producto. La competitividad de ARCO podría afectarse por el desconocimiento de la posición en su ciclo, su posicionamiento. Al cumplir 30 años, ARCO se ha convertido en una de las ferias más antiguas de arte contemporáneo. El entorno existente en el momento de su creación ha cambiado, nuevas generaciones posfranquistas, una España con presencia y participación en la política y la economía europea, amplia oferta ferial internacional y local, los avances del mundo cibernético y las redes sociales en el mundo digital, y una marcada crisis económica entre otros, son cambios a considerar sobre el producto (ARCO). Reconocer estos cambios ayudará a identificar su posición, si se debe reciclar, hacerle cambios o ajustes, para encontrar nuevos consumidores y continuar en el mercado.

Estos cambios en el entorno de ARCO, no deben ser una razón absoluta para que el producto tenga que morir. Una vez identificado el posicionamiento de ARCO, IFEMA, como empresa, debe y necesita gestionar anticipadamente un desarrollo e innovación de ARCO como producto, que le permita mantenerse participando de un mercado en crecimiento, constantes cambios y más competitivo; ofertar nuevos productos, con su gestión de innovaciones, potenciando su relación con sus clientes, entendiendo como cliente a los galeristas, coleccionista, artistas, y público en general, tanto internacional como local.

## Beneficio del Estudio

Este estudio podrá demostrar cual es la percepción pasada y actual que se tiene sobre ARCO; el impacto que pueda haber ocasionado a los participantes, las opiniones publicadas en la prensa. Se podrá identificar el promedio de retorno entre las galerías extranjeras y las españolas, y cuales no regresan a participar. Se podrá identificar si los participantes están dispuestos a fomentar entre sus pares la asistencia y participación, su satisfacción con los resultados y logros, y con los servicios de la administración de la feria. Se podrá revelar que ferias actuales son las de mayor interés en la población encuestada y las posibles razones para considerar participar en éstas. Cómo se considera el costo de participación, la cantidad de galerías locales e internacionales que participan, el público y los coleccionistas participantes, y la calidad de las obras presentadas.

Se podrá observar si los interesado en adquirir obras de arte, consideran que las obras ofertadas cumplen con sus expectativas y su percepción sobre la calidad y competitividad en los precios de las obras. Se podrá demostrar la percepción que se tiene de la feria como un evento cultural y comercial, y sobre la continuidad de la feria.

## Limitaciones

La limitada comunicación con los participantes y visitantes por la distancia, la poca accesibilidad a coleccionistas internacionales y locales, a información detallada sobre los resultados de las diferentes ediciones, en especial los resultados en ventas y de participación de coleccionistas;

---

<sup>19</sup> Biblioteca Virtual de Derecho, Economía y Ciencias Sociales.  
[http://www.eumed.net/libros/2008a/345/Ciclo\\_Vida\\_Productos\\_Servicios\\_Mercados.htm](http://www.eumed.net/libros/2008a/345/Ciclo_Vida_Productos_Servicios_Mercados.htm)



son factores que han limitado lograr un nivel de mayor profundidad, analizar el impacto cultural y económico, estudiar la percepción de ARCO como referente en la cultura y en el mercado internacional.

## Definiciones

Se presentan en orden alfabético, y con la aplicación para este estudio.

Capital social: En términos sociológicos, constituye ciertos recursos de las personas, derivados de sus relaciones sociales, con los que satisface sus objetivos y necesidades como el reconocimiento social<sup>20</sup>.

Ciclo de un Producto: La vida útil de un producto, en cuanto a su concepción, nacimiento, crecimiento, madurez, decadencia y muerte.

Coleccionista: Persona que adquiere obras de arte para su colección, considerando la colección como el conjunto de obras de arte.

Crítica | Crítico: Examen y juicio acerca de alguien o algo en particular; el que se expresa públicamente sobre un espectáculo, un libro, una obra artística, etc.

Economía de la Experiencia: Modelo que apela a los sentimientos y emociones con los que se crean nuevos espacios de consumo y categorías de posicionamiento<sup>21</sup>.

Emblemático: Significativo, representativo.

Ergonomía: Es la definición de comodidad, eficiencia, productividad, y adecuación de un objeto, desde la perspectiva del que lo usa. Analiza aquellos aspectos que abarcan al entorno artificial construido, relacionado directamente con los actos y gestos involucrados en toda la actividad de éste.

Franquista: El término franquismo es empleado para referirse a la ideología política y movimiento social que sirvió de apoyo y sustento al régimen dictatorial surgido en España durante la Guerra Civil entre 1936 y 1939, y que liderado por el general Francisco Franco, prevaleció hasta su muerte en 1975.

Feria: Instalación donde se exponen los productos de un solo ramo industrial o comercial, como arte, libros, muebles, juguetes, etc., para su promoción y venta.

Medios: Medios de comunicación, se refiere al instrumento o forma por donde se realiza el proceso de comunicación.

Mercado: Es el contexto dentro del cual toma lugar la compra y venta de mercancías, o lugar de encuentro entre quienes demandan bienes y servicios con quienes los ofrecen.

Participante: Galerías o artistas que hayan tenido un stand u obra en la feria.

Producto: Todo aquel resultado de la acción de producir. En economía, son productos todos los bienes que se transan en el mercado; ARCO es un producto ferial que se transa en el mercado del espectáculo y mercado del arte. Un cuadro es un producto que se transa en el mercado del arte, y este mercado incluye las ferias de arte.

Reciclaje: Modernizar o actualizar una cosa. Someter un material usado a un proceso para que se pueda volver a usar.

Reflexión: Pensar atenta y detenidamente sobre algo.

Retorno: Volver, regresar. Galerías que regresan a participar o el retorno de galerías. Se está considerando como un indicador de una experiencia favorable (como ventas), por lo que la galería regresa a repetir la experiencia.

Visitante: Persona que asiste a la feria como conferenciante, coleccionista, crítico, curador, periodista, amante del arte y público en general.

<sup>20</sup> Anunciado por Robert Putnam en su obra *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*.

<sup>21</sup> Citado por Marcela Seggiaro del libro *La Economía de La Experiencia: El Trabajo Es Teatro y Cada Empresa Es Un Escenario* (Spanish Edition), Ediciones Granica, S.A., Mayo 2002 <http://www.materiabiz.com/mbz/estrategiaymarketing/nota.vsp?nid=37961>

## SEGUNDA PARTE

*"... los arcos del futuro serán mejores que los del pasado porque se dedicarán al arte y a la creación de un patrimonio artístico..."* (Rosina Gómez Baeza, *El mejor ARCO está por llegar*, El Cultural.es, España, 18/02/2011)

### Revisión de la Literatura

Se revisaron libros y artículos publicados en periódicos y revistas, tanto impresos como por Internet, cuyos títulos están listados en la Bibliografía.

### Aprovechamiento

La investigación permitió revisar las opiniones y críticas expresadas durante las treinta ediciones de ARCO. Estas publicaciones han proliferado durante los meses cercanos a la feria, durante los días de duración de la feria y en las semanas posteriores a la feria; Nacho Ruiz expresó que *"Estas polémicas surgen en febrero de cada año en forma de escándalo periodístico, incluso de caso judicial..."*<sup>22</sup>. El material publicado por los medios es abundante, del cual por razón de tiempo y espacio, sólo se ha incluido en este estudio una selección. Las ferias de arte se han constituido en uno de los principales medios de promoción del arte, y a diferencia de las bienales, museos y otros, que llevan una función cultura, en el caso de una feria como ARCO *"esta función es dual, cultural y comercial"*<sup>23</sup>. Y como concluye Nacho Ruiz *"el sistema de arte español gira en torno a ARCO"*<sup>24</sup>; capturando y manteniendo la atención de los medios, como se expone a continuación.

### Hallazgos en la literatura (críticas, conflictos y opiniones)

En su origen, ARCO fue mirada por muchos con incredulidad y escepticismo; las críticas a la feria han estado divididas<sup>25</sup>. Los conflictos, las diferentes opiniones e insinuaciones, disputas internas y reconocimientos, han sido tema de atención de la prensa durante sus 30 años de existencia. Desde la edición del 1982 surgen expresiones como: *"Arco no es un capricho ni tiene la intención de satisfacer deseos personalistas"*, expresado por la galerista Juana de Aizpuru, directora del comité organizador de 1982<sup>26</sup>. Se ha puesto en duda el éxito, *"En realidad, casi nadie se esperaba el éxito alcanzado, cuya sorpresa ha llevado a muchos de los participantes a desear que se prolongara su duración..."* y el reconocimiento a las galerías por aceptar el reto *"...quiero, no obstante, destacar el esfuerzo inaudito de las galerías de nuestro país, que se han lanzado con entusiasmo a una aventura muy costosa y en un momento de gran incertidumbre comercial"*<sup>27</sup>.

En 1988 se comentó sobre la participación de las galerías extranjeras *"Cuando la Feria se inauguró, la Prensa madrileña comentaba con entusiasmo que la representación de galerías extranjeras era mayor que nunca"*<sup>28</sup>; y en el mismo artículo se critica que, *"Después de un rato, el visitante comenzaba a sentir el más terrible de los cansancios, el que produce la contemplación de lo que quiere ser atrevido y nuevo y sólo es repetición casi mecánica"*<sup>29</sup>. La desaparición de la feria es un tema que se ha comentado, *"Después de la debacle de 1992, provocada por la Guerra del Golfo, se*

<sup>22</sup> Ruíz López, Juan Ignacio (Nacho), *Ibidem*, Pág. 38.

<sup>23</sup> Serra, Catalina, *ARCO 2005, Arrecia el debate sobre la triple vertiente cultural, comercial y lúdica de la feria*, El País.com, Cultura, 12/02/2005, Madrid. [http://www.elpais.com/articulo/cultura/Arrecia/debate/triple/vertiente/cultural/comercial/ludica/feria/elpepucul/20050212elpepucul\\_9/Tes](http://www.elpais.com/articulo/cultura/Arrecia/debate/triple/vertiente/cultural/comercial/ludica/feria/elpepucul/20050212elpepucul_9/Tes)

<sup>24</sup> Ruíz López, Juan Ignacio (Nacho), *Ibidem*, Pág. 104.

<sup>25</sup> Ruíz López, Juan Ignacio (Nacho), *Ibidem*, Pág. 37.

<sup>26</sup> Beaumont, José F., *La feria Arco'82 reúne por primera vez en España las obras de los artistas plásticos contemporáneos más destacados*, El País, Madrid, 11/02/1982.

<sup>27</sup> Calvo Serraller, Francisco, *Arco'82: balance crítico de un éxito*, El País, 17/02/1982. [http://www.elpais.com/articulo/cultura/FERIA\\_INTERNACIONAL\\_DE\\_ARTE\\_CONTEMPORANEO/MADRID/Arco/82/balance/critico/xito/elpepucul/19820217elpepucul\\_8/Tes](http://www.elpais.com/articulo/cultura/FERIA_INTERNACIONAL_DE_ARTE_CONTEMPORANEO/MADRID/Arco/82/balance/critico/xito/elpepucul/19820217elpepucul_8/Tes)

<sup>28</sup> Ramón, Alfredo, *Visto en Madrid... y en algún otro lugar*, revista Cuenta y Razón, Número 36, 1988. ([http://www.cuentayrazon.org/revista/pdf/036/Num036\\_025.pdf](http://www.cuentayrazon.org/revista/pdf/036/Num036_025.pdf))

<sup>29</sup> Ramón, Alfredo, *Ibidem*.



*llegó a pensar en la desaparición de la feria*<sup>30</sup>, y se repite el reconocimiento a las galerías por el apoyo al proyecto, *“en ese momento surgieron apoyos desde distintos sectores, empezando por los galeristas, algunos directamente implicados en la continuidad del proyecto ARCO...”*<sup>31</sup>.

En relación a las ventas y el coleccionismo, Juana de Aizpuru fue citada en 1996, expresando que *“El gran problema es que los coleccionistas nacionales no compran arte internacional. Es un pez que se muerde la cola. Los galeristas pagan entre uno y cuatro millones de pesetas para acudir a Arco y, con suerte, consiguen cubrir gastos. A los extranjeros no les interesa realizar esta inversión porque no hay un coleccionismo interesado; a los coleccionistas extranjeros no les interesa venir si no hay una oferta internacional; y a los galeristas nacionales les interesa poder contrastar su trabajo con el de los extranjeros, pero no todos están dispuestos a subvencionarlos”*<sup>32</sup>.

En la edición de 1999, el fotógrafo Ciuco Gutiérrez fue citado en relación a la producción de los artistas, *“ARCO no ofrece una panorámica real de lo que están produciendo los artistas. La panorámica, en todo caso, es sobre aquello que tiene salida comercial. Así no podemos extraer ninguna conclusión de carácter artístico”*<sup>33</sup>.

Una década después, la edición de 2010 fue marcada por duras críticas, *“En medio de la crisis más importante que recuerda el arte contemporáneo, la feria se enfrenta a su propia crisis... Y ésta es de identidad”*<sup>34</sup>. En el artículo se cita a Manuel Borja-Villel opinando que *“Debieron optar por el prestigio, y el prestigio sólo se puede basar en la identidad, no en vender metros cuadrados de feria”*. En el mismo artículo, los autores se expresan sobre la competitividad con otras ferias, el mercado latinoamericano, el de los jóvenes, y la competencia doméstica, *“Cierta indefinición en la esencia de las citas de los últimos años ha ocasionado que otras ferias les roben galeristas y, lo que es peor, coleccionistas. El arte latinoamericano se ve las caras cada vez más en Miami Art Basel... y la joven creación opta por la frescura de la londinense Frieze. Por si fuera poco, el enemigo podría aguardar en casa. Éste será también el año de la explosión de la mini feria privada Just Madrid, en la que 27 galerías se dedicarán a mostrar simultáneamente al arte contemporáneo más emergente.”* En el artículo, Pepe Cobo es citado señalándola como un posible modelo caduco. Esta edición, número 29, estuvo acompañada por disputas y amenazas entre los principales miembros administrativos de IFEMA y ARCO, que se dilucidaron en público, *“En el caso de que estas peticiones no se lleven a cabo... podría tomar como medidas más drástica la de no participar en la próxima edición de ARCO”*<sup>35</sup>. Un grupo de 70 galerías amenazó con no participar, si persiste lo que consideran autoritarismo por parte de Ifema, mientras el presidente del comité ejecutivo de IFEMA los calificaba de *“contencioso sin sustancia”*<sup>36</sup>. Ángel Samblancat, de la galería Polígrafa de Barcelona, ha resumido la situación lamentando, de entrada, *“que la feria ha sufrido ya un daño irreparable. La feria se celebra, pero el efecto frente a los coleccionistas es muy negativo... y ha añadido que intervenciones autoritarias como las que los galeristas han sufrido, sólo desprestigian a una feria ya débil como es Arco”*<sup>37</sup>. La asamblea de galeristas, durante los conflictos de las disputas de 2010 expresó que *“Lo*

<sup>30</sup> Ruíz López, Juan Ignacio (Nacho), *Ibidem*.

<sup>31</sup> Ruíz López, Juan Ignacio (Nacho), *Ibidem*.

<sup>32</sup> Serra, Catalina, *Las galerías quieren más ventas y menos cultura*, El País, sábado 10 de febrero de 1996, Pág. 34.

<sup>33</sup> Sentís, Moreira, *ARCO 1999: la cuesta de enero*, Cuadernos hispanoamericanos, ISSN 0011-250X, Nº 587, 1999, Págs. 105-108.

<sup>34</sup> García, A., Seisdedos I., *Arco, reinventarse o morir*, El País, Madrid, 18-12-2009.

[http://www.elpais.com/articulo/cultura/Arco/reinventarse/morir/elpepicul/20091218elpepicul\\_2/Tes](http://www.elpais.com/articulo/cultura/Arco/reinventarse/morir/elpepicul/20091218elpepicul_2/Tes)

<sup>35</sup> EFE, *El Comité Asesor de Arco anuncia “medidas” si Ifema no respeta la feria*, El

Cultural.es, edición digital, 22/12/2009. <http://www.elcultural.es/noticiaimp.aspx?idnoticia=505821>

<sup>36</sup> García, Ángeles, *Si abandonan Arco, buscaremos a otras; hay un centenar a la espera*, El País, Madrid 23/12/2009.

[http://www.elpais.com/articulo/cultura/abandonan/Arco/buscaremos/otras/hay/centenar/espera/elpepicul/20091223elpepicul\\_2/Tes](http://www.elpais.com/articulo/cultura/abandonan/Arco/buscaremos/otras/hay/centenar/espera/elpepicul/20091223elpepicul_2/Tes)

<sup>37</sup> García, Ángeles, *Los galeristas deciden participar en Arco siempre que Ifema les devuelva el poder ejecutivo*, El País, Madrid, 11/01/2010.

[http://www.elpais.com/articulo/cultura/galeristas/deciden/participar/Arco/siempre/Ifema/les/devuelva/poder/ejecutivo/elpepicul/20100111elpepicul\\_6/Tes](http://www.elpais.com/articulo/cultura/galeristas/deciden/participar/Arco/siempre/Ifema/les/devuelva/poder/ejecutivo/elpepicul/20100111elpepicul_6/Tes)



*fundamental es que los galeristas recuperen la capacidad ejecutiva que la actual dirección de Ifema les había arrebatado tras la llegada de Luis Eduardo Cortés*<sup>38</sup>.

Después de 14 años de las expresiones de Juana de Aizpuru en 1996 sobre el coleccionismo, Estrella de Diego lo mantiene vivo, *“Arco ha sido hasta cierto punto incapaz de crear una red de compradores más allá de los fieles o de las ventas institucionales ... al no haber creado esa red indiscutible de coleccionistas nacionales y extranjeros que fueran a Arco a comprar, como van a Basilea incluso aunque compren menos, Madrid no ha podido soportar la presión de las muchas ferias que van surgiendo en países de los llamados “emergentes”. No es posible ir a todas las ferias: hay que elegir*<sup>39</sup>. Antes de la apertura de Arco 2010, Francisco Calvo comentó *“La competencia en el sector es muy fuerte, y probablemente Arco sólo podrá sobrevivir mediante una oferta especializada, donde tenga ventaja de salida. En este sentido, parece que la reinención de Arco ha de venir por el cauce natural de convertirse en la plataforma internacional del arte latinoamericano*<sup>40</sup>.

La edición de 2011, abrió con un ambiente de celebración por su 30 aniversario y nuevamente ha sido tema obligado de la prensa, *“Volver a empezar. Este año ARCO cumple treinta años y, sin embargo, se va a recibir como una primera edición. Después del colapso del pasado año, cuando casi se llegó al punto de no retorno, lo primero que todos juzgaremos es si por fin ARCO ha llegado a convertirse en una feria profesional, homologable a los países de nuestro entorno*<sup>41</sup>. Rocio De La Villa continúa exponiendo, *“Aunque en los últimos años ya no todo el mundo viene a la feria, ARCO es necesario. Acompañada por otras ferias como ArtMadrid, DeArte y JustMad, y amenazada por el proyecto de una nueva feria que se celebraría en Barcelona, la cuestión última es que el mercado del arte en España sólo se solucionará con un IVA del 7% competitivo y equiparable a otros países europeos, una nueva Ley de Mecenazgo, independencia institucional y una transparencia en el galerismo que impida exclusiones e inclusiones injustificadas y que reconozca la importancia del resto de profesionales”*. Mariano Navarro comenta, *“Ésta podría ser una edición para resucitar ARCO o solo para comprobar si ha conseguido sobrevivir a la suma de circunstancias y despropósitos que rodearon a la organización de la feria hasta el nombramiento, hace ahora nueve meses, de su nuevo director, Carlos Urroz. Sobre el papel, si algo destacaría es el perfil bajo que ha decidido adoptar la dirección, enfocando a la feria, prioritariamente, hacia cuestiones puramente profesionales y relativas al mercado, a la reducción del número de galerías...”*<sup>42</sup>. Sobre la participación de galerías extranjeras, Navarro destaca, *“A la vista de la presencia extranjera apuntaría un dato: la feria se va concentrando en España y Europa y asiste a la desaparición casi total de la presencia de galerías latinoamericanas, al margen, claro, de los Solo Projects: sólo concurren cinco...No están las mexicanas OMR o Kurimanzutto ni las brasileñas Casa Triângulo o Fortes Vilaça. Cae definitivamente la presencia estadounidense... Igual puede decirse de las galerías orientales, con sólo cuatro participantes, y africanas...”*<sup>43</sup>. Sobre el coleccionismo, nuevamente surgen las diferencias, *“Illana no ha detectado la presencia de extranjeros en Arco 2011, a pesar de que la feria invitó a más de un centenar de coleccionistas en el marco de un programa destinado a atraer potenciales clientes que animaran el alicaído mercado español”, pero “Los resultados de Carreras Múgica contradicen esta impresión. Carnegie, una escultura de Richard Serra (San Francisco, 1939), fue comprada por 350.000*

<sup>38</sup> García, Ángeles, *Ibidem*.

<sup>39</sup> De Diego, Estrella, *Sobredosis de Ferias*, El País, Madrid 18/12/2009.

[http://www.elpais.com/articulo/cultura/Sobredosis/ferias/elpepicul/20091218elpepicul\\_1/Tes](http://www.elpais.com/articulo/cultura/Sobredosis/ferias/elpepicul/20091218elpepicul_1/Tes)

<sup>40</sup> Calvo Serraller, Francisco, *Miremos a Latinoamérica*, El País, Madrid 18/12/2009.

[http://www.elpais.com/articulo/cultura/Miremos/Latinoamerica/elpepicul/20091218elpepicul\\_3/Tes](http://www.elpais.com/articulo/cultura/Miremos/Latinoamerica/elpepicul/20091218elpepicul_3/Tes)

<sup>41</sup> De La Villa, Rocio, *30 años de de la feria ARCO: 1982-2011*, El Cultural, 18/02/2011.

[http://www.elcultural.es/version\\_papel/ARTE/28675/30\\_anos\\_de\\_de\\_la\\_feria](http://www.elcultural.es/version_papel/ARTE/28675/30_anos_de_de_la_feria)

<sup>42</sup> Navarro, Mariano, *Sobrevivir o resucitar*, El Cultural.es, 18/02/2011.

[http://www.elcultural.es/version\\_papel/ARTE/28691/Sobrevivir\\_o\\_resucitar](http://www.elcultural.es/version_papel/ARTE/28691/Sobrevivir_o_resucitar)

<sup>43</sup> *Ibidem*



euros por un coleccionista brasileño<sup>44</sup>. Catalina Serra publicó la opinión favorable de varios galeristas en cuanto a las ventas a coleccionistas extranjeros, “[Lo más interesante es que se han visto caras nuevas, coleccionistas alemanes o belgas que mostraban mucho interés y compraban], señaló el galerista Carles Taché. [Han comprado coleccionistas privados, que son los que tienen que aguantar la feria porque no tiene sentido vivir de las subvenciones o de las compras institucionales], indicaba el galerista Miguel Marcos<sup>45</sup>. Serra identifica el interés que muchos galeristas empiezan a prestar al mercado latinoamericano, “Lo que también ha resultado curioso es comprobar cómo muchos galeristas empiezan a mirar con envidia el mercado latinoamericano. Luis Adelantado abrió galería en México hace casi dos años y asegura que allí el mercado va viento en popa con mucho coleccionista emergente interesado por todo. [Es mejor incluso que el de Estados Unidos], afirma. El galerista Carles Durán, de la galería Senda, asegura que se está planteando en el futuro trabajar principalmente con ferias latinoamericanas, y alguna asiática, porque lo de Europa lo ve ya demasiado saturado o en decadencia<sup>46</sup>. En cuanto a ARCO y Latinoamérica, Vozmediano señala, “Es también novedoso que esta sección [Solo Project] se dedique a Latinoamérica, retomando con modestia el que fue durante años uno de los objetivos estratégicos de la feria: ser plataforma europea para las galerías de América Central y del Sur. En 1997 se oficializó esa línea de trabajo con el programa Latinoamérica en ARCO -luego ARCO Latino- para el que Octavio Zaya seleccionó 34 galerías y 10 instituciones. En su último año, 2005, se había desinflado hasta sólo 6 galerías<sup>47</sup>.”

## Resumen

En la revisión de la literatura, hay que destacar que se encontró un patrón de críticas recurrentes y consistentes, señalando lo siguiente:

- ARCO debe hacer una mejor selección de galerías extranjeras y locales, y a la cantidad que participan.
- Tiene que atender la participación de coleccionistas internacional y continuar fomentando el coleccionismo en España.
- Mejores resultados en ventas y definición del mercado.
- Un reclamo sobre una visión de futuro para ARCO.
- Transparencia, apertura y participación en la administración y el comité de la feria.
- Las leyes fiscales y de mecenazgo, se plantean como un obstáculo de competitividad con otros países.
- Se notó también, que periodos de incidencia mayor de críticas y conflictos, coinciden con periodos donde la directora llevaba varios años en la dirección de ARCO, con una consecuente renuncia al próximo año; esto es tema para un análisis más profundo.
- Hay consenso sobre la importancia histórica que ha tenido ARCO en el mercado del arte, en lo cultural, y la importancia de ésta en el futuro del mercado del arte en España.

Se revela que ARCO es un tema de interés para la prensa, que durante sus 30 años ARCO ha conquistado y mantenido la atención de los medios. Con una participación histórica de periodistas en el 2010, reportando un total de 3.222 periodistas comparado con los 182 que participaron en 1982<sup>48</sup>. Se identifica en algunos medios, un patrón de repetir los comunicados emitidos por IFEMA sobre los logros de la feria, publicándolos sin considerar la opinión ni la experiencia de los participantes.

<sup>44</sup> Larrauri, Eva, *Los brotes verdes de Arco*, El País, Bilbao, 21/02/2011.  
[http://www.elpais.com/articulo/pais/vasco/brotes/verdes/Arco/elpepiesppvs/20110221elpvas\\_7/Tes](http://www.elpais.com/articulo/pais/vasco/brotes/verdes/Arco/elpepiesppvs/20110221elpvas_7/Tes)

<sup>45</sup> Serra, Catalina, *Arco pasa con nota el cambio de milenio*, El País, 21/02/2011.  
[http://www.elpais.com/articulo/cultura/Arco/pasa/nota/cambio/milenio/elpepiesppvs/20110221elpupcul\\_3/Tes](http://www.elpais.com/articulo/cultura/Arco/pasa/nota/cambio/milenio/elpepiesppvs/20110221elpupcul_3/Tes)

<sup>46</sup> *Ibidem*.

<sup>47</sup> Vozmediano, Elena, *Ibidem*

<sup>48</sup> Ver Tabla 1, Pág. 3

## TERCERA PARTE

*“Hay una diferencia sustancial entre los que han visto nacer ARCO y conocen dos sistemas distintos y los que hemos crecido en compañía de ARCO”. (Ruiz López, Juan Ignacio [Nacho], ARCO Arte y Mercado en la España Democrática, España, 2004. Pág.103)*

### Metodología

#### Población y Muestra

La muestra para la 29ª y 30ª edición incluyó a galerías, artistas, coleccionista, curadores, críticos, conferenciantes y público en general. Para la encuesta a las principales galerías se seleccionaron 10 galerías de Europa, 2 de Estados Unidos, 7 de América Latina, y 5 de Asia y Australia; entre ellas White Cube, Gagosian Gallery, David Zwirner y Haunch of Venison. Para el promedio de retorno se seleccionaron todas las galerías presentadas por IFEMA<sup>49</sup> como participantes en ARCO desde 2007 al 2011.

#### Procedimiento

Del catálogo de la feria ARCO 2010 se seleccionó la muestra para participar en la primera y segunda fase de la encuesta; para ser consistente se usó la misma muestra. La segunda fase de la encuesta se realizó después del cierre de la edición de ARCO 2011. A los seleccionados se les envió por correo electrónico el cuestionario, con fecha límite para responderlo. El 14% de la muestra respondió en la primera fase, y el 11% en la segunda fase.

La selección de preguntas surgió del mismo proceso de la revisión y análisis de la literatura. Al recibir los cuestionarios contestados se analizaron y se ponderaron en forma anónima. El cuestionario se desarrolló en 5 grupos de preguntas. Estos son:

1. Relación con la feria (participante o visita).
2. Experiencia con la feria.
3. Competencia (intención de participar en otras ferias).
4. Mercado.
5. General.

Para la encuesta a las principales galerías internacionales, se seleccionó un grupo de galerías en forma subjetiva a partir de la experiencia y la opinión de algunos expertos en el tema. Las preguntas consideradas en la encuesta, surgen de los señalamientos encontrados en la revisión de la literatura. El cuestionario se envió por correo electrónico, con fecha límite para responder. El 40 % de la muestra respondió la encuesta. Las preguntas fueron las siguientes:

1. Participación en los últimos 5 años.
2. Participación antes del 2007.
3. Razones para no haber participado.
4. Intención de participar en ARCO 2012.
5. Por qué no participará en la próxima edición 2012.
6. Principales razones de por qué no ha participado y qué busca en una feria internacional de arte.

Los hallazgos del ejercicio son analizados en la próxima sección, donde se presentan las recomendaciones.

<sup>49</sup> IFEMA <http://www.ifema.es/ferias/arco/historico/2011/default.html>



## CUARTA PARTE

*“Hay que trabajar más duro e intentar superar las dificultades”,*  
(Luis Eduardo Cortés, presidente de Ifema. Achiaga, Paula.  
*190 galerías formarán ARCO 2011,*  
*La feria cumple 30 años en una edición volcada hacia el coleccionista.*  
El Cultural.es, 18/11/2010)

### Hallazgo y Recomendación

Este estudio se realizó con el propósito de analizar, en forma reflexiva, la situación actual de ARCO, la percepción en los medios y en los participantes, y el retorno de estos.

En esta sección se presentará, en forma crítica, el análisis de los datos revelados en las encuestas, la relación con los hallazgos de la literatura revisada, el análisis de retorno y las recomendaciones.

### Análisis de Datos

La muestra que respondió la primera encuesta, se compone de 60% participantes<sup>50</sup> y 40% visitantes<sup>51</sup>. De las encuestas contestadas, el 80% fue participación española y el 20% extranjera. A continuación se presentan los resultados, en el mismo orden en que se estructuró la encuesta.

#### *Resultados de la encuesta para la edición ARCO 2010.*

##### 1. Relación con la feria

- 57% respondió haber participado en más de 11 ediciones
- 29% de 6 a 10 ediciones
- 14% de 1 a 5 ediciones

##### 2. Experiencia con la feria

###### a) Participantes

- 71% considera participar en la edición del 2011; el 29% expresó que no.
- 100% recomendaría a sus pares que participen.
- 100% expresó estar satisfecho con los resultados y logros de la feria.
- 57% están satisfechos con el servicio de la gerencia, el 43% no lo está.
- 86% están satisfechos con la comunicación de la gerencia, 14% no lo está.
- 83% expreso que los costos de participación son altos, 17% son competitivos.
- 86% indicó que la participación de galerías es mucha, 14% es razonable.

###### La participación de las galerías Internacionales

- 50% indicó que son pocas, 33% son muchas, y el 17% son razonables.

###### En cuanto a la calidad de las obras

- 57% indicó que la calidad es aceptable, 43% la calidad es poca.

###### En cuanto al público que visita la feria

- 57% indicó que era excesivo, 43% que era razonable.

###### La participación de coleccionista

- 57% opinó que era poca, 43% la participación era razonable.

###### b) Visitantes

- 67% considera visitar la próxima feria ARCO 2011, 33% no lo considera.
- 100% está satisfecho con la estructura y el formato de la feria.
- 100% está satisfecho con la comunicación, promoción e información.
- 67% expresó que el costo de entrada es competitivo, 33% indicó es alto.
- 67% indicó que la participación de galerías es mucha, 33% es razonable.

###### La participación de las galerías Internacionales

- 67% indicó es razonable, el 33% que son muchas.

###### En cuanto a la calidad de las obras

- 100% expresó que es aceptable.

###### En cuanto al público que visita la feria

<sup>50</sup> Se consideró como participante todo aquel que tuvo un stand o una obra en la feria.

<sup>51</sup> Se consideró a coleccionistas, críticos, curadores, periodistas, amantes del arte y público en general.

- 66% indicó es razonable, el 33% indicó que es excesivo.

### 3. Competencia (intención de participar en otras ferias)

- 100% indicó que considera participar en otras ferias. Las preferencias son
  - 22% Art Basel (Basilea); 22% Art Basel (Miami); 11% Viennafair (Viena); 11% Zona Maco (México); 11% Frieze (Londres); 6% Art Cologne (Alemania); 6% Art Forum<sup>52</sup> (Berlín); 6% FIAC (París); 5% SHContemporary (Shangai).

#### Razones para participar en otras ferias

- 31% mercado; 31% presencia; 23% culturales; 15% económicas.
- 100% indicó que con esta participación no van a sustituir ARCO.

### 4. Mercado

#### a) Participantes

- 60% indicó la feria no cumple las expectativas de ventas, el 40% indicó que sí.
- 50% ARCO sí tiene la estructura de mercadeo y medios, 50% indicó que no.
- 100% indicó que la feria tiene la estructura para atraer público.
- 60% indicó ARCO no tiene la estructura para atraer coleccionistas, 40% sí.
- 75% indicó no le satisface el recurso dedicado al mercadeo, 25% le satisface.
- 75% indicó que no es efectivo el recurso dedicado al mercadeo, 25% sí.

Los encuestados sugirieron que estos recursos se deben profesionalizar y definir sus funciones, que la feria debe traer directores de museos y coleccionistas internacionales, y lograr la participación de las más importantes galerías internacionales.

#### b) Coleccionistas o interesados en adquirir arte

- 100% indicó que las ofertas cumplen con las expectativas para su colección.
- 100% indicó haber recibido información clara sobre la feria y el arte ofertado.
- 100% indicó que las obras ofertadas son de su interés.
- 100% que los precios de las obras estaban dentro de un margen competitivo.

### 5. General

- 86% considera la feria como una actividad cultural, el 14% consideró que no.
- 100% considera la feria necesaria para el mercado del arte.
- 86% indicó la feria continúa cumpliendo su misión original, 14% no la cumple.
- 100% indicó que ARCO no debe de eliminarse.

En cuanto a las publicaciones negativas y conflictos publicados en la prensa

- 100% indicó que es desfavorable.
- Los argumentos más frecuentes de los encuestados, son:
  - *“todo evento público genera comentarios”, “a la gente le gusta quejarse”, y “perjudicial, hay que recuperar la complicidad de los medios, que en su día teníamos”.*

### *Resultados de la encuesta para la edición ARCO 2011.*

#### 1. Relación con la feria (participante o visita);

- 20% respondió haber participado en más de 11 ediciones
- 60% de 6 a 10 ediciones
- 20% de 1 a 5 ediciones.

#### 2. Experiencia con la feria

##### Participantes

- 75% considera participar en la edición del 2011; el 25% expresó que no.
- 100% recomendaría a sus pares que participen.
- 75% están satisfechos con los resultados y logros, el 25% no lo está.

<sup>52</sup> Esta feria se ha cancelado para el 2011



- 75% están satisfechos con el servicio de la gerencia, el 25% no lo está.
- 75% están satisfechos con la comunicación de la gerencia, 25% no lo está.
- 75% expuso que los costos de participación son altos, 25% son competitivos.
- 75% indicó que la participación de galerías es mucha, 25% es razonable.

La participación de las galerías Internacionales

- 25% indicó que son pocas, 75% son razonables.

En cuanto a la calidad de las obras

- 75% indicó que la calidad es aceptable, 25% la calidad es poca.

En cuanto al público que visita la feria

- 75% indicó que era excesivo, 25% que era razonable.

La participación de coleccionista

- 100% opinó que era poca.

Visitantes: La repuesta a la encuesta no fue suficiente.

3. Competencia (intención de participar en otras ferias)

- 100% indicó que considera participar en otras ferias. Las preferencias son:
  - 25% Art Basel (Basilea); 25% Art Basel (Miami); 0% Viennafair (Viena); 25% Zona Maco (México); 0% Frieze (Londres); 8% Art Cologne (Alemania); 0% Art Forum (Berlín); 0% FIAC (París); 17% Art Río (Brazil).

Razones para participar en otras ferias

- 27% mercado; 27% presencia; 18% económicas; 18% distancia; 10% culturales.
- 80% no van a sustituir ARCO, el 20% si lo sustituirá.

4. Mercado

a) Participantes

- 75% indicó que sí cumple las expectativas de ventas, 25% indicó que no.
- 75% ARCO sí tiene la estructura de mercadeo y medios, 25% indicó que no.
- 100% indicó que la feria tiene la estructura para atraer público.
- 50% indicó ARCO no tiene la estructura para atraer coleccionistas, 50% que sí.
- 75% indicó no le satisface el recurso dedicado al mercadeo, 25% sí le satisface.
- 50% el recurso dedicado al mercadeo no es efectivo, 50% sí es efectivo.

Se recomendó que los recursos se profesionalicen en la promoción y venta, y en atraer coleccionistas y a las principales galerías internacionales.

b) Coleccionistas o interesados en adquirir arte

- 100% indicó que las ofertas cumplen con las expectativas para su colección.
- 100% indicó haber recibido información clara sobre la feria y el arte ofertado.
- 100% indicó que las obras ofertadas son de su interés.
- 100% que los precios de las obras estaban dentro de un margen competitivo.

5. General.

- 60% considera la feria como una actividad cultural, el 40% consideró que no.
- 83% considera la feria necesaria para el mercado del arte, 17% no lo considera.
- 80% indicó la feria continúa cumpliendo su misión original, 20% no la cumple.
- 83% indicó que ARCO no debe de eliminarse, 17% si debe eliminarse.

En cuanto a las publicaciones negativas y conflictos publicados en la prensa,

- 100.00% indicó que es desfavorable. Se comentó que:
  - “es normal”, “todo evento público genera comentarios”, “innecesarios y negativo a la imagen de la feria”.
- 100% está de acuerdo con las decisiones tomadas para ARCO 2012.

### Resultados de la encuesta sobre la participación de las principales galerías.

Se encuestó la muestra de las principales galerías internacionales, seleccionadas subjetivamente a partir de la experiencia y la opinión compartida con algunos expertos en el tema. El 40 % de las galerías seleccionadas respondió la encuesta, revelando lo siguiente:

- 83% no ha participado en las últimas 5 ediciones<sup>53</sup> y el 17% sí participó una vez.
- 34% indicó haber participado en alguna edición anterior al 2007, el 33% indicó que nunca había participado y el otro 33% no respondió a la pregunta.
- 67% respondió que no ha participado porque no la tienen bajo consideración, 33% no dio explicación.
- 100% indicó que no participará en la edición del 2012.
- 50% mencionó que la razón para no participar en ARCO es porque están atendiendo ferias en América como principal objetivo, 13% a Art Basel y 38% a otras sin definir alguna en específico.
- 40% indicó que la razón para no participar es la baja venta en ARCO, 34% indicó bajo contacto con el mercado internacional, 13% indicó pocos coleccionistas y 13% altos costos.
- 38% indicó que lo que buscan es contacto con coleccionistas en una feria internacional de arte, 37% mercado en otras regiones, 19% reputación, y 6% otras cosas.
- 89% expresó que no consigue eso en ARCO, y el 17% indicó que sí.

### Resultados sobre análisis de retorno.

Este análisis cubre las ediciones de los últimos 5 años, desde 2007 al 2011. Se identificaron 407 galerías con un total de 814 participaciones<sup>54</sup>. Durante los últimos 5 años el retorno de galerías ha sido el siguiente:

Tabla 4  
Retorno de Galerías – entre 2007 y 2011

Ediciones	Galerías	Por ciento	Composición Españolas	Extranjeras
Con 5	43 galerías	11%	74%	26%
Con 4	30 galerías	7%	50%	50%
Con 3	40 galerías	10%	30%	70%
Con 2	65 galerías	16%	29%	71%
Con 1	229 galerías	56%	17%	83%

El total de galerías españolas fue de 118, y de galerías extranjeras 289, que por participación fue la siguiente:

- De las 43 galerías con 5 ediciones el 74% son españolas y el 26% son extranjeras.
- De las 30 galerías con 4 ediciones el 50% son españolas y el 50% son extranjeras.
- De las 40 galerías con 3 ediciones el 30% son españolas y el 70% son extranjeras.
- De las 65 galerías con 2 ediciones el 29% son españolas y el 71% son extranjeras.
- De las 229 galerías con 1 edición el 17% son españolas y el 83% son extranjeras.

### Conclusión

Los resultados del estudio revelan que ARCO:

1. Continua teniendo una fuerte aceptación entre las galerías y visitantes, con un continuo patrocinio de las galerías españolas, cuyo promedio de participación es de más de cinco ediciones por participante, aun cuando en el estudio señalan que el precio de participación es alto, la mayoría planea participar en la próxima edición.
2. El estudio demuestra que los encuestados tienen la percepción de que la participación de galerías locales es mucha y poca las galerías extranjeras, cuando la estadística demuestra lo contrario (Tabla 1, Pág. 3).

<sup>53</sup> de ARCO 2007 al 2011.

<sup>54</sup> La participación se ajustó. Las galerías participantes de cada país o ciudad invitada se excluyeron durante el año que fueron invitadas por considerar la participación como un evento extraordinario y no recurrente para los próximos años. El total de participación fue 856, la participación ajustada es 814.



3. Las galerías españolas han mantenido una tendencia a participar consecutivamente en las ediciones futuras.
4. En cada nueva edición se presenta un fuerte número de galerías extranjeras.
5. Las galerías extranjeras no han mantenido una tendencia a regresar, no vuelven a participar.
6. El análisis de retorno demuestra que durante los últimos cinco años, de las 407 galerías presentadas, sólo 43 (el 11%) participó en las 5 ediciones, de éstas el 74% fueron españolas y el 26% extranjeras (Tabla 4, Pág. 16).
7. Sucede lo contrario con las galerías con sólo una participación; el análisis demuestra que éstas son el 56% del total de galerías, 259 galerías de las cuales tan sólo el 17% son españolas y el 83% son extranjeras; esta inmensa cantidad de galerías extranjeras no regresan a participar. El poco retorno de participación de las galerías extranjeras, podría ser un indicador de poca satisfacción con los resultados, esto se demuestra con la encuesta a las galerías internacionales.
8. Las principales galerías internacionales no consideran a ARCO como la feria de arte donde puedan tener contacto con el mercado internacional, ni con coleccionistas o con un mercado donde puedan cumplir con sus intenciones de ventas.
9. Las principales galerías tienen en su agenda participar en otras ferias, las que consideran apropiadas para el logro de sus intenciones de ventas, de contacto con el mercado y coleccionistas internacionales.
10. Que la feria debe permanecer, pero debe prestar atención, con urgencia, al coleccionismo, principalmente al internacional, sin abandonar el coleccionismo dentro de España.
11. Desarrollar programas dirigidos a fomentar y educar sobre el coleccionismo de arte, consistentemente durante el año, antes y después de cada edición de ARCO.
12. La cantidad de público que se recibe es mucho, y criticada la incomodidad de movimiento que esto produce. ARCO ha tenido una alta participación de público desde su origen, en parte porque ha disfrutado de estar en una ciudad de alta población, Según el Padrón Municipal, en enero de 2011, la población de Madrid era de 3.293.601; muy distante a la sede de Art Basel, con sólo 169.000 habitantes que tiene Basilea, según censo de 2009.
13. ARCO ha logrado cautivar la atención de los medios, la prensa escrita ha publicado consistentemente cada edición. Es abundante la información publicada sobre la feria, y la participación de periodistas en la feria ha sido el reglón de continuo crecimiento; en la edición del 2010, participaron 3.222 periodistas.
14. Los artículos han sido tanto favorables como desfavorables.
15. Los participantes no consideran los comentarios desfavorables al decidir participar en la feria, pero sí puede hacer daño a la imagen internacional de la feria, principalmente cuando salen al público los conflictos internos.
16. En consenso, hubo aceptación general de los cambios realizados para ARCO 2011.

### **Recomendación**

*Galerías y Coleccionistas* - ARCO debe atraer galerías consistentes con su mercado actual, hasta llegar a las principales galerías internacionales. Para lograr ese objetivo, IFEMA tiene que evaluar el posicionamiento de ARCO, reconocer donde están sus fortalezas, sus debilidades y las oportunidades de reciclaje y crecimiento. Identificar el mercado a quien puede vender el producto actual y el mercado al que aspira llegar, sin abandonar el continuo esfuerzo en educar y desarrollar coleccionistas locales, y atraer coleccionistas internacionales. Una vez IFEMA reconozca que tipo de producto ferial es ARCO y a cual aspira ser, trazará un plan consistente para ese mercado. A continuación las recomendaciones.

## **Galerías**

El programa para las galerías debe estar dirigido en:

1. Fomentar la participación de galerías emergentes; el programa Opening, es un excelente paso en esta dirección, que debe diversificarse en los diferentes mercados.
  - a. Internacionales. Con especial atención en los países de economía emergente, BRIC<sup>55</sup>.
  - b. Domésticos. Fortalecer y mantener el mercado español y el europeo.
2. Fortalecer la actividad con el mercado de los países latinoamericano y el hispano en los Estados Unidos.
3. Atraer las principales galerías internacionales, al desarrollar la feria como centro de mercado internacional de arte, con una sólida base de coleccionistas que produzcan la demanda por sus productos.
4. Mantener la relación de la tendencia histórica de 64% galerías extranjeras y 36% galerías españolas por año. Estructurar la participación de las galerías, considerando lo siguiente:
  - Galerías emblemáticas. Estas son las principales galerías dentro del mercado internacional del arte, tanto extranjeras como locales. La cuales, como valor añadido a su inversión por participar, se le hará la invitación en forma directa y exclusiva; y para atraerlas se debe considerar crear un paquete de beneficios, trato y atención, con un personal profesionalizado.
  - Galerías que han participado en la feria por más de diez años consecutivo. A estas galerías que han demostrado su afinidad y su consistencia, se les debe crear un programa que les recompense tanto su lealtad como su inversión. Se les debe invitar a participar en alguna de las etapas del proceso de planificación de la feria, y hacerlos sentir parte en la toma de decisiones.
  - Galerías, todas las demás galerías que cumplan con los requisitos de participación, hayan o no participado en ediciones anteriores.
  - Galerías emergentes seleccionadas para el programa Opening.

Se recomienda ofrecer un programa de seguimiento para las galerías que fueron rechazadas por no cumplir con los requisitos de la feria, en el cual el comité evaluador le ofrezca un plan de recomendaciones para poder cumplir con los requisitos. La galería deberá aceptar las recomendaciones y solicitar ser monitoreado por el comité de selección, el comité podrá delegar esta actividad a un subcomité, padrinos o enlaces. Una vez cumpla con los requisitos, la galería podrá solicitar nuevamente participar en la feria. ARCO puede separar cinco espacios o los que el comité considere pertinente para estas galerías.

## **Coleccionistas**

Las galerías necesitan vender, y les interesa estar en contacto con el mercado internacional. IFEMA logrará maximizar las posibilidades de ARCO y logrará que los coleccionistas sientan que comprar en ARCO les aporta "capital social", cuando la convierta en:

1. Un centro de mercado y coleccionismo internacional.
2. Un evento que atienda, eduque y desarrolle un coleccionismo privado en el mercado local, que supere al coleccionismo institucional público; y que atraiga al coleccionista internacional.

Las recomendaciones que a continuación se presentan son multidisciplinarias, ya que necesitan la coordinación y participación de varios cuerpos del estado como los relacionados a la diplomacia, cultura, museos, hoteles, turismo, y cambios en la política fiscal; esto junto a las agencias privadas de turismo y transporte. Esta promoción debe presentarse en un atractivo paquete, el cual se promoció a través de la diplomacia cultural y comercial en la red de embajadas y consulados de España, museos y universidades, convenciones, ferias y cualquier otro medio; la experiencia ARCO debe incluir lo siguiente:

---

<sup>55</sup> Acrónimo de los países de economías emergentes Brasil, Rusia, India, China (BRIC).



1. Un taller abierto durante todo el año, dedicado al apoyo, la educación y el desarrollo de coleccionistas.
2. El programa de coleccionismo internacional debe estar profesionalizado y saber que tipo de coleccionista debe atraer.
3. Condición especial en el manejo de los posibles cargos fiscales y de la aduana, con una zona libre de impuestos dentro de la feria y durante los días del evento.
4. La participación en la feria debe acompañarse con un programa de turismo cultural, enfatizada en las artes y que incluya la transportación, estadía y algunas comidas (un paquete todo incluido), a un precio altamente competitivo con los precios de otras cedes feriales.
5. En el programa deben estar incluida las visitas a los museos tanto de Madrid como de las demás comunidades autónomas.
6. Incluir actividades sociales en museos donde los coleccionistas internacionales puedan compartir con los coleccionistas españoles, con los directores de museos, con artistas, la prensa, críticos y curadores entre otros.

El coleccionismo es uno de los principales temas de discusión en este estudio. Principalmente el coleccionismo internacional, es urgente prestar atención a este tema, para esto IFEMA tiene que conocer el posicionamiento de ARCO. IFEMA debe presentar anualmente el total de coleccionistas participando en la feria, usarlo como un índice de aceptación y penetración en el mercado, y como posibilidad de ventas para atraer las galerías internacionales. ARCO tiene que convertir el coleccionismo en un proyecto continuo y consistente, para incrementar la participación de coleccionistas internacionales y reforzar e incrementar los logros alcanzados en el coleccionismo español. La iniciativa de *First Collector*, facilitando asesoría en inversión en arte, presentada en la edición ARCO 2011, debe continuar como parte de un programa dirigido a desarrollar la base de coleccionistas, junto a un programa de educación continuo para atraer coleccionistas jóvenes y de media edad, locales e internacionales.

Espacio, Participación y Temporada - ARCO debe limitar los espacios de participación a ofrecer y con un estudio ergonómico, identificar la cantidad razonable de estaciones dentro del espacio disponible. Para esto se considerará lo siguiente:

1. La cantidad máxima de galerías que el promedio de la población pueda tolerar en su visita. Prestando atención al espacio mínimo para las estaciones, espacios para los pasillos, accesos y áreas de descansos. Considerando la condición física del visitante.
2. El espacio mínimo que una estación necesita para que sea ergonómica y estéticamente aceptable al "confort" del público y de la relación espacio-obra a exponer.
3. Espacio, disponibilidad y acceso cómodo a la oficina de información, a las áreas sanitarias, de primeros auxilios, de descanso y comidas.
4. Establecer un control máximo de público por día. Identificar cual es la capacidad máxima de tolerancia de flujo de público en el espacio asignado a la feria, y condicionar la venta de entradas por día.
5. Cambio de fecha. Presentar la feria entre finales de abril y septiembre, época en que la temperatura es más agradable. Excluyendo el mes de junio para no competir con Art Basel (ver Tabla 3, Pág. 5).

Estos programas deben estar acompañados con una comunicación dinámica, motivadora y efectiva. Contar con el personal especializado y profesional para maximizar el proceso de venta de las obras, y procurar diferenciar ARCO de otras ferias.

Finalmente, este estudio se debe ampliar; IFEMA necesita hacer un estudio independiente en el que considere lo siguiente:

1. El posicionamiento de ARCO.
2. Las necesidades de nuevos mercados.
3. Objetivos y enfoque.
4. Imagen y promoción en el mercado internacional y local.

ARCO se ha convertido en una marca comercial y continua siendo un referente en el arte. Como tema de estudio, ARCO es un acontecimiento único en el mundo de las ferias, y su éxito como principal feria internacional dependerá de la capacidad de adaptarse o adelantarse a las necesidades y retos de las nuevas generaciones. ARCO debe convertirse en una participación obligada para las galerías locales y extranjeras, y en una cita oficial para el coleccionismo internacional.



## BIBLIOGRAFÍA

### Recurso Impreso

- Barragán, Paco. La Era de las Ferias. Edición Charta, Milan, 2008
- Diccionario de la lengua española. Vigésima segunda edición, 2 tomos.  
Madrid: Real Academia Española, 2006
- Ruíz López, Juan Ignacio (Nacho). ARCO Arte y Mercado en la España Democrática. Editora ARCO, España, 2004

### Recursos Digitales

- Achiaga, Paula. 190 galerías formarán ARCO 2011, La feria cumple 30 años en una edición volcada hacia el coleccionista. El Cultural.es, 18/11/2010  
[http://www.elcultural.es/noticias/ARTE/1080/190\\_galerias\\_formaran\\_ARCO\\_2011](http://www.elcultural.es/noticias/ARTE/1080/190_galerias_formaran_ARCO_2011)
- Repaso por las principales ferias internacionales de arte contemporáneo, Todo el mercado tras las huellas de Basilea, revista El Cultural.es, 07-02-2001  
[http://www.elcultural.es/version\\_papel/ARTE/13282/Repaso\\_por\\_las\\_principales\\_ferias\\_internacionales\\_de\\_arte\\_contemporaneo](http://www.elcultural.es/version_papel/ARTE/13282/Repaso_por_las_principales_ferias_internacionales_de_arte_contemporaneo)
- Beaumont, José F. La feria Arco'82 reúne por primera vez en España las obras de los artistas plásticos contemporáneos más destacados, El País, Madrid, 11/02/1982  
[http://www.elpais.com/articulo/cultura/AIZPURU/JUANA\\_DE/feria/Arco/82/reune/primeravez/Espana/obras/artistas/plasticos/contemporaneos/destacados/elpepicul/19820211elpepicul\\_2/Tes](http://www.elpais.com/articulo/cultura/AIZPURU/JUANA_DE/feria/Arco/82/reune/primeravez/Espana/obras/artistas/plasticos/contemporaneos/destacados/elpepicul/19820211elpepicul_2/Tes)
- Biblioteca Virtual de Derecho, Economía y Ciencias Sociales  
[http://www.eumed.net/libros/2008a/345/Ciclo\\_Vida\\_Productos\\_Servicios\\_Mercados.htm](http://www.eumed.net/libros/2008a/345/Ciclo_Vida_Productos_Servicios_Mercados.htm)
- Calvo Serraller, Francisco. Arco'82: balance crítico de un éxito, El país, 17/02/1982  
[http://www.elpais.com/articulo/cultura/FERIA\\_INTERNACIONAL\\_DE\\_ARTE\\_CONTEMPORANEO/MADRID/Arco/82/balance/critico/exit/elpepicul/19820217elpepicul\\_8/Tes](http://www.elpais.com/articulo/cultura/FERIA_INTERNACIONAL_DE_ARTE_CONTEMPORANEO/MADRID/Arco/82/balance/critico/exit/elpepicul/19820217elpepicul_8/Tes)
- Miremos a Latinoamérica, El País, Madrid 18/12/2009  
[http://www.elpais.com/articulo/cultura/Miremos/Latinoamerica/elpepicul/20091218elpepicul\\_3/Tes](http://www.elpais.com/articulo/cultura/Miremos/Latinoamerica/elpepicul/20091218elpepicul_3/Tes)
- De Diego, Estrella. Sobredosis de Ferias, El País, Madrid 18/12/2009  
[http://www.elpais.com/articulo/cultura/Sobredosis/ferias/elpepicul/20091218elpepicul\\_1/Tes](http://www.elpais.com/articulo/cultura/Sobredosis/ferias/elpepicul/20091218elpepicul_1/Tes)
- De La Villa, Rocío. 30 años de de la feria ARCO: 1982-2011, El Cultural, 18/02/2011  
[http://www.elcultural.es/version\\_papel/ARTE/28675/30\\_anos\\_de\\_de\\_la\\_feria](http://www.elcultural.es/version_papel/ARTE/28675/30_anos_de_de_la_feria)
- EFE. El Comité Asesor de Arco anuncia "medidas" si Ifema no respeta la feria, El Cultural.es, edición digital, 22/12/2009  
<http://www.elcultural.es/noticiaimp.aspx?idnoticia=505821>
- García, Á., Seisdedos, I. ARCO, reinventarse o morir, El País, Madrid, 8/12/2009  
[http://www.elpais.com/articulo/cultura/Arco/reinventarse/morir/elpepicul/20091218elpepicul\\_2/Tes](http://www.elpais.com/articulo/cultura/Arco/reinventarse/morir/elpepicul/20091218elpepicul_2/Tes)
- Arco 2010, en peligro, El País, Madrid 22/12/2009  
[http://www.elpais.com/articulo/cultura/Arco/2010/peligro/elpepicul/20091222elpepicul\\_4/Tes](http://www.elpais.com/articulo/cultura/Arco/2010/peligro/elpepicul/20091222elpepicul_4/Tes)
- García, Á., Si abandonan Arco, buscaremos a otras; hay un centenar a la espera, El País, Madrid 23/12/2009  
[http://www.elpais.com/articulo/cultura/abandonan/Arco/buscaremos/otras/hay/cenentar/espera/elpepicul/20091223elpepicul\\_2/Tes](http://www.elpais.com/articulo/cultura/abandonan/Arco/buscaremos/otras/hay/cenentar/espera/elpepicul/20091223elpepicul_2/Tes)

- Los galeristas deciden participar en Arco siempre que Ifema les devuelva el poder ejecutivo, El País, Madrid - 11/01/2010  
[http://www.elpais.com/articulo/cultura/galeristas/deciden/participar/Arco/siempre/Ifema/les/devuelva/poder/ejecutivo/elpepicul/20100111elpepicul\\_6/Tes](http://www.elpais.com/articulo/cultura/galeristas/deciden/participar/Arco/siempre/Ifema/les/devuelva/poder/ejecutivo/elpepicul/20100111elpepicul_6/Tes)
- Gomez Baeza, Rosina. El mejor ARCO está por llegar, El Cultural.es, España, 18/02/2011
- Larrauri, Eva. Los brotes verdes de Arco, El País, Bilbao - 21/02/2011  
[http://www.elpais.com/articulo/pais/vasco/brotes/verdes/Arco/elpepiesppvs/20110221elpvas\\_7/Tes](http://www.elpais.com/articulo/pais/vasco/brotes/verdes/Arco/elpepiesppvs/20110221elpvas_7/Tes)
- Marangoni, Matteo. Para saber ver cómo se mira una obra de arte. Barcelona: Editorial Optima, Colección Luxor, 2002
- Martínez Calvo, José. Galeristas se plantean no acudir a la Feria por injerencia y Chantaje. Europa Press, Madrid, 22/12/2009
- MasdeArte.com. Finalmente 202 galerías participarán en ARCO 2010, 60% de ellas internacionales, Madrid, 27/11/09  
[http://www.masdearte.com/index.php?Itemid=26&id=9958&option=com\\_content&view=article](http://www.masdearte.com/index.php?Itemid=26&id=9958&option=com_content&view=article)
- Navarro, Mariano. Sobrevivir o resucitar, El Cultural.es - 18/02/2011  
[http://www.elcultural.es/version\\_papel/ARTE/28691/Sobrevivir\\_o\\_resucitar](http://www.elcultural.es/version_papel/ARTE/28691/Sobrevivir_o_resucitar)
- Ramón, Alfredo. Visto en Madrid... y en algún otro lugar  
[http://www.cuentayrazon.org/revista/pdf/036/Num036\\_025.pdf](http://www.cuentayrazon.org/revista/pdf/036/Num036_025.pdf)
- Ruiz Mantilla, Jesús. Las ferias no son lugares para artistas. El País.com, Madrid, 18/07/2010  
[http://www.elpais.com/articulo/portada/ferias/lugares/artistas/elpepusoceps/20100718elpepspor\\_7/Tes](http://www.elpais.com/articulo/portada/ferias/lugares/artistas/elpepusoceps/20100718elpepspor_7/Tes)
- Sarriugarte, Iñigo. Arco: una Feria "Made in Spain" con Sabor Internacional. Razón y Palabra Número 37, febrero – marzo 2004  
<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n37/isarriugarte.html>
- Seggiaro, Marcela. La economía de la experiencia: estrategias de marketing para vender un estilo de vida. MateriaBiz  
<http://www.materiabiz.com/mbz/estrategiaymarketing/nota.vsp?nid=37961>
- Sentís, Mireia. ARCO 1999: la cuesta de enero. Cuadernos hispanoamericanos, ISSN 0011-250X, Nº 587, 1999, pp.105-108
- Serra, Catalina. Las galerías quieren más ventas y menos cultura, El País, Madrid 10/02/1996, pp. 34  
ARCO 2005, Arrecia el debate sobre la triple vertiente cultural, comercial y lúdica de la feria, El País.com, Cultura, Madrid 12/02/2005,  
[http://www.elpais.com/articulo/cultura/Arrecia/debate/triple/vertiente/cultural/comercial/ludica/feria/elpepicul/20050212elpepicul\\_9/Tes](http://www.elpais.com/articulo/cultura/Arrecia/debate/triple/vertiente/cultural/comercial/ludica/feria/elpepicul/20050212elpepicul_9/Tes)  
Arco pasa con nota el cambio de milenio, El País - 21/02/2011  
[http://www.elpais.com/articulo/cultura/Arco/pasa/nota/cambio/milenio/elpepiespvs/20110221elpepicul\\_3/Tes](http://www.elpais.com/articulo/cultura/Arco/pasa/nota/cambio/milenio/elpepiespvs/20110221elpepicul_3/Tes)
- Walker, Melissa. Cómo escribir trabajos de investigación. Tercera reimpresión. Barcelona: Editorial Gedisa, S.A., 2005
- Vozmediano, Elena. Volver a Latinoamérica, El Cultural.es, España, 18/02/2011  
[http://www.elcultural.es/version\\_papel/ARTE/28696/Volver\\_a\\_Latinoamerica](http://www.elcultural.es/version_papel/ARTE/28696/Volver_a_Latinoamerica)
- IFEMA [http://www.ifema.es/Institucional\\_01/noticias/INS\\_002227](http://www.ifema.es/Institucional_01/noticias/INS_002227)  
<http://www.ifema.es/ferias/arco/historico/2011/default.html>
- ArtBasel <http://www.artbasel.com/go/id/ss/lang/eng/>