



Universidad
Zaragoza

Trabajo Fin de Grado

Las galerías de arte contemporáneo en España

Contemporary Art Galleries in Spain



Autora:

Alba M^a Hernández Germán

Directora:

Dra. Natalia Juan García

Facultad de Filosofía y Letras. Departamento de Historia del Arte.

2018/2019

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	2
1.1. ELECCIÓN DEL TEMA Y JUSTIFICACIÓN	2
1.2. OBJETIVOS.....	2
1.3. METODOLOGÍA	3
1.4. ESTADO DE LA CUESTIÓN	4
1.5. AGRADECIMIENTOS	6
2. BREVE RECORRIDO HISTÓRICO POR LAS GALERÍAS DE ESPAÑA	7
3. GESTIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE LAS GALERÍAS EN ESPAÑA.	11
3.1. EXPOSICIONES	11
a) <i>El espacio físico</i>	12
b) <i>El espacio virtual</i>	13
3.2. LAS TRES FIGURAS IMPRESCINDIBLES: EL GALERISTA, EL ARTISTA Y EL COLECCIONISTA	15
a) <i>El galerista</i>	15
b) <i>El artista</i>	16
c) <i>El coleccionista</i>	17
3.3. TIPOLOGÍAS DE GALERÍAS EN ESPAÑA.....	18
3.4. LA LABOR SOCIAL DE LAS GALERÍAS DE ARTE CONTEMPORÁNEO	20
3.5. LAS FERIAS DE ARTE: EL PRINCIPAL CANAL DE DISTRIBUCIÓN DE LAS GALERÍAS.....	21
4. CONCLUSIÓN.....	22
5. BIBLIOGRAFÍA, NOTICIAS DE PRENSA Y WEBGRAFÍA	23
5.1. BIBLIOGRAFÍA	23
5.2. NOTICIAS DE PRENSA.....	24
5.3. WEBGRAFÍA	25
6. ANEXO DE IMÁGENES	28
7. ANEXO DE TABLAS.....	50

LAS GALERÍAS DE ARTE CONTEMPORÁNEO EN ESPAÑA

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Elección del tema y justificación

La elección del tema de este Trabajo Fin de Grado se debe a un interés por las galerías de arte contemporáneo y por el esencial papel que desempeñan dentro del mercado del arte. Además, resulta de gran atención el trato cercano que ofrecen a los artistas, a los coleccionistas y al propio público, una característica que, sin duda, las diferencian del trato más sobrio y académico de los museos.

A partir de la búsqueda y recopilación inicial de información percibimos la complejidad y la extensión que suponía abordar este tema, por lo que ha sido necesario concretar el estudio al ámbito nacional y centrarnos en sus elementos básicos.

En el desarrollo de este TFG ha sido clave elaborar un breve recorrido histórico, partiendo desde el momento en que nacieron las primeras galerías hasta su situación en la actualidad. Posteriormente, se han analizado otras cuestiones referentes a su funcionamiento, a la vez que se muestran características propias en el ámbito español ejemplificadas de manera aclaratoria.

1.2. Objetivos

Los objetivos del presente Trabajo Fin de Grado han sido los siguientes:

- Conocer el devenir histórico de las galerías a partir de una síntesis, abarcando desde los primeros establecimientos hasta el panorama actual.
- Estudiar su funcionamiento y organización en un contexto nacional. Dentro del cual encontraríamos los tres agentes que intervienen en este.
- Mostrar la importancia que ha tenido sobre estas la aparición de internet, y el cambio que ha supuesto en su labor.

- Realizar un estudio sobre las diversas galerías que encontramos en nuestro país; organizándolas en grupos según sus características con sus correspondientes ejemplos.
- Tratar el espacio expositivo y ver cómo ha evolucionado con las nuevas propuestas estéticas y el uso de internet.
- Exponer la labor social que desempeñan, a la vez que vemos algunas formas para incentivar este trabajo.
- Analizar las ferias como principal lugar de distribución y venta.

1.3. Metodología

La metodología seguida para la realización del presente Trabajo Fin de Grado se ha basado en tres labores claves:

En primer lugar, y con fin de realizar una primera aproximación, se llevó a cabo la lectura y análisis bibliográfico de textos escritos por especialistas en la materia. Esta primera toma de contacto nos permitió poder elaborar un índice provisional sobre el cual comenzar a trabajar y buscar documentación en diferentes soportes:

- Depósito de la Biblioteca María Moliner de la Universidad de Zaragoza.
- Otros depósitos electrónicos como Artigrama o Dialnet.

Mediante la recopilación de los documentos extraídos de estos espacios, concretamos la estructura del índice para establecer una relación conexa entre los diferentes puntos a tratar. Para completar aspectos que habían quedado carentes de información y renovar datos, recopilamos más información obtenida a partir de noticias de periódicos, páginas webs, blogs, revistas digitales... Esta última búsqueda ha dado el presente aspecto y estructura final. Asimismo, las fuentes de carácter gráfico como fotografías de las galerías o de las ferias han sido extraídas de las propias páginas webs, de noticias periódicas o blogs, siendo estas dispuestas en el apéndice gráfico con su correspondiente autoría.

El segundo paso clave para la realización de este estudio ha sido visitar las diferentes galerías de la ciudad de Zaragoza. Esta labor de campo nos ha servido para comprobar *in situ* la organización de las mismas y ponerlas en relación con los conocimientos adquiridos durante la elaboración de este trabajo.

El tercer y último paso desarrollado ha consistido en la redacción y edición, así como la elaboración de todos los correspondientes anexos.

1.4. Estado de la cuestión

El presente Estado de la Cuestión tiene como propósito recoger las principales aportaciones realizadas por diferentes especialistas que se han ocupado del tema con anterioridad y delimitar así el punto de partida desde el que se inicia la tarea. En el caso de las galerías de arte contemporáneo en España hay que advertir la falta de una bibliografía específica. La mayoría de los textos empleados son Tesis Doctorales que han recopilado diversas fuentes para explicar la actualidad de estas mismas.¹

En la búsqueda de fuentes escritas ha sido más fácil encontrar libros que traten el mercado del arte en nuestro país, como puede ser el publicado en 1996 bajo el título *Mercado del Arte y Coleccionismo en España (1980-1995)*², que introduce al lector en el mercado del arte en España en esta cronología y dedica un apartado a las galerías, además de dar a conocer las dos vertientes del coleccionismo: el público y el privado. Para conocer más en profundidad el mercado del arte y lo que realmente supone invertir en este ha sido de gran utilidad *La guía del inversor en arte, una referencia imprescindible para todos los coleccionistas de arte: la obra gráfica moderna y contemporánea como modelo*³ publicada en el año 2001, donde a partir de toda una serie de preguntas de las que consta cada epígrafe se da solución a cuestiones como “¿Qué razones mueven a los coleccionistas a comprar arte y por qué se llegan a pagar cifras astronómicas por él?”.

Por el contrario, ha sido bastante más complicado de hallar fuentes escritas específicas sobre las galerías de arte contemporáneo en España, debido al enfoque amplio y generalista con el que se suele trabajar esta cuestión, centrándose en un contexto provincial o internacional. Siendo en muchas ocasiones “las galerías” un epígrafe aparte sin ser el centro del estudio, que al tratar temas afines con el mundo del arte permiten

¹ Hay que señalar que los datos que estas fuentes manejan como es el caso de porcentajes, número de galerías registradas, encuestas, etc., no son útiles en su totalidad, debido a las fechas de publicación de los mismos. Por lo que han sido revisados y actualizados correctamente.

² PORTÚS, J., CALVO SARRALLER, F., MARTÍN DE ARGILA, M. Y VILLALBA SALVADOR, A., *Mercado del Arte y Coleccionismo en España*, Madrid, Paseo del Prado, 4, Cuadernos ICO, 1996.

³ DIEZ PRIETO, F., *La guía del inversor en arte, una referencia imprescindible para todos los coleccionistas de arte: la obra gráfica moderna y contemporánea como modelo*, Madrid, ARTE 10, 2001.

extraer información relacionada y de utilidad. Por ejemplo, el caso de la *Guía del arte hoy*⁴ editada en 2003 que busca mostrar diferentes aspectos del mundo del arte tanto a nivel nacional como internacional en su época, trabajando asuntos de interés dentro de sus epígrafes como la figura del público y los artistas, la importancia de las instalaciones, el panorama artístico del momento.

Cinco años más tarde, en 2008 se publicó en los *Cuadernos de investigación vigía* el artículo titulado *Las galerías de arte contemporáneo de la Provincia de Cádiz. Una aproximación al sector*⁵. Se centra en el panorama específico de las galerías de la provincia de Cádiz y analiza de forma muy completa los tres agentes fundamentales dentro de este negocio como son el artista, los coleccionistas y los galeristas.

Por otro lado, para crear un desarrollo histórico hasta llegar a la actualidad ha sido esencial el ensayo de Cristina Zabala titulado *Las galerías de arte de Barcelona en los años 40*⁶, publicado en 2009, que permite adentrarnos en el nacimiento de las primeras galerías en el ámbito catalán y conocer el panorama que se vivía en aquella época. Otro libro a mencionar es *Panorama (New Economy). Serie mise en scène XIII. 2010-2011*⁷, publicado en 2011 por la Universidad Complutense de Madrid. Este libro profundiza en la crisis económica de nuestro país y como ésta ha perjudicado al mercado artístico. Para tratar este tema recoge toda una serie de entrevistas a diferentes personajes del mundo del arte, como coleccionistas, galeristas y artistas, y nos muestra una mirada personal de problemas que les afectan de primera mano.

A partir de 2014 se presentaron tres tesis doctorales que han sido imprescindibles para la elaboración del presente trabajo, las cuales se centran en el tema que nos concierne desde distintos planteamientos. La primera de ellas, de ese mismo año, es *La galería de arte como agente dinamizador de la Educación artística*⁸, la cual nos aporta toda una serie de características y donde podemos comprobar la importancia que poseen estos espacios social, cultural y económicamente. En 2015, se publicó la Tesis Doctoral, *Educación galerística: Criterios para la creación de proyectos de actuación del arte*

⁴ DE LA VILLA, R., *Guía del arte hoy*, Madrid, Alianza Editorial, 2003.

⁵ CAMPUZANO GUERRERO, S., “Las galerías de arte contemporáneo de la Provincia de Cádiz. Una aproximación al sector”, *Cuadernos de Investigación Vigía*, N°7, Cádiz, 2008.

⁶ ZABALA ADRADA, C., *Las galerías de arte de Barcelona en los años 40*, Barcelona, 2009.

⁷ BERNABEU, M., *Panorama (New Economy). Serie Mise en Scène XIII. 2010-2011*, Madrid, Universidad Complutense de Madrid, C arte C, 2011.

⁸ MORENO GÓMEZ, F M., *La galería de arte como agente dinamizador de la educación artística*, (Tesis Doctoral), Marín Viadel, R. (dir.), Universidad de Granada, Facultad de Bellas Artes y Facultad de Ciencias de la Educación, 2014.

*contemporáneo*⁹, que muestra formas para que el arte actual sea más accesible al público no especializado, y donde encontramos cuestiones como las distintas tipologías que existen y la figura del galerista. La última de las tres tesis fue publicada en ese mismo año bajo el título *El carácter emprendedor del galerista de arte contemporáneo en Madrid en el siglo XXI: situación y perspectivas de futuro*¹⁰, cuya investigación se centra en la capital española, aun así a pesar de este carácter específico amplía en sus diferentes puntos a nivel nacional y trata el funcionamiento interno de las galerías.

Dejando a un lado las Tesis doctorales, dos años más tarde, en 2017, se publicó *La gestión de las galerías de arte*¹¹ donde se realizó una explicación completa sobre el funcionamiento de una galería, enfocado como guía de ayuda para el galerista en su gestión. Es el documento más reciente publicado que ha llegado a nuestras manos trabajando el tema de las galerías exclusivamente. A parte, en este mismo año se editan los últimos *Cuadernos de Arte y mecenazgo*¹² por la Caixa, en el que podemos encontrar datos de gran interés tanto del mercado del arte como de las galerías en el ámbito nacional, basados en 2016 y que permiten modificar algunos datos que habían quedado caducos en las fuentes anteriores. A falta de más fuentes escritas de mayor actualidad, se ha realizado una búsqueda a través de páginas webs, revistas y periódicos digitales, blogs... que, debido a su carácter más inmediato, han proporcionado datos actuales y noticias de gran interés para completar este Trabajo Fin de Grado.

1.5. Agradecimientos

En primer lugar, agradecer a la directora del presente Trabajo Fin de Grado, la Dra. Natalia Juan García, por su dedicación, ayuda y seguimiento; los cuales han sido imprescindibles para la realización del mismo. De igual modo, agradecer a los miembros del Tribunal la atención y valoración recibida por este trabajo.

⁹ PARDO MARÍN, M. D., *Educación galerística: criterios para la creación de proyectos de actuación en galerías de arte contemporáneo*, (Tesis Doctoral), Fernández Cao, M. L., (dir.), Fontal Merillas, O (dir.), Ortega Cubero (dir.), Inés (dir.), Madrid, Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Educación, 2015.

¹⁰ ÁLVAREZ DE TOLEDO MÜLLER, P., *El carácter emprendedor del galerista de arte contemporáneo de Madrid en el siglo XXI: Situación y perspectivas de futuro*, (Tesis doctoral), Saiz Alvarez. J. M. (dir.), Madrid, Universidad Nebrija, Facultad de Ciencia Sociales, 2015.

¹¹ DÍAZ AMUNÁRRIZ, C., *La gestión de las galerías de arte*, Madrid, Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, 2017.

¹² MCANDREW, C., "El Mercado Español del Arte en 2017," en *Cuadernos, arte y mecenazgo*, nº 5, Barcelona, Fundación Bancaria "la Caixa", 2017.

2. BREVE RECORRIDO HISTÓRICO POR LAS GALERÍAS DE ESPAÑA

Antes de centrarnos en explicar los factores internos de las galerías de arte contemporáneo, primero debemos situarnos en un contexto. Para ello realizaremos un recorrido desde el nacimiento de las primeras galerías de nuestro país hasta llegar a su situación actual.

En las primeras décadas del siglo XX España poseía un mercado del arte muy primario, basado en la compra y venta directa al artista centrado en obras tradicionales. Las personas que adquirirían estas obras no poseían una formación ni intelectual ni artística, lo que buscaban era demostrar su *status* y su poder adquisitivo. En este contexto las iniciativas privadas poseían una gran fuerza, sobre todo las galerías, que se convirtieron en impulsoras de la cultura del momento.¹³ El primero en intentar promover un arte de vanguardia europeo fue Josep Dalmau (1867- 1937)¹⁴, quien convirtió su tienda de antigüedades en las *Galerías Dalmau* [Fig. 1]. Aunque es considerado como una de las principales figuras de la modernidad en Cataluña, su proyecto terminó siendo un fracaso, cerrando en 1930 por motivos puramente económicos.

Con el estallido de la Guerra Civil la modernidad que estaba empezando a aparecer tanto en Barcelona como Madrid se detuvo, obligando a numerosos artistas a exiliarse del país. Culminada la guerra, ya en el nuevo régimen franquista, los artistas jóvenes retomaron la tradición de las vanguardias de los años 20 y 30 a partir de una exaltación a la patria, de esta manera conseguían librarse de cualquier problema con el poder vigente. Ante esta situación de sumisión, surgieron grupos para difundir las nuevas estéticas que llegaban a la península ibérica. Éstos tenían un carácter efímero, como es el caso de *Dau al Set*¹⁵ en Barcelona o *Pórtico*¹⁶ en Zaragoza, quienes lucharon desde finales de los años cuarenta por una creación artística intensa y experimental.

¹³ ZABALA ADRADA, C., “Las galerías de arte...”, *op. cit.*, pp. 5-6.

¹⁴ Véase <https://www.artehistoria.com/es/personaje/dalmau-josep> (Consulta: 12-III-2019).

¹⁵ *Dau al Set*: cuya traducción es “Dado en el número siete” fundado en Barcelona en 1948, sus figuras iniciales fueron el poeta Joan Brossa y el pintor Joan Ponç, a los que se une Arnau Puig, Tàpies, Tharrats, Cuixart y el escritor Juan Eduardo Cirlot. <https://www.arteespana.com/grupodauaset.htm> (Consulta 12-III-2019).

¹⁶ *Pórtico*: fundado en Zaragoza en 1947, destacan tres jóvenes pintores; Fermín Aguayo y Eloy Giménez Laguardia. <http://masdearte.com/movimientos/grupo-portico/> (Consulta: 14-III-2019).

En este panorama artístico se introdujo la *Galería Biosca*¹⁷ [Fig. 2 y 3] la cual fue fundada en 1940 por Aurelio Biosca (1909-1995), se situaba en la calle Génova de la ciudad de Madrid. Se convirtió en la galería madrileña más importante de la posguerra acogiendo a los artistas más representativos del panorama nacional. Exhibió por primera vez en Madrid al Grupo El Paso, la Escuela de Madrid, Antonio López o Tapiés.¹⁸ Aun así tuvo que compaginar la venta de piezas artísticas con la de muebles, y es que muy pocas galerías de este periodo se dedicaban exclusivamente a la venta de obras de arte, solían combinar esta labor con otros negocios como librerías, tiendas de decoración, muebles, marcos y artículos para pintores.¹⁹ Por ejemplo, la *Galería Atenea* (1942), situada en la Rambla de Cataluña a la vez era una joyería; o la *Galería Condal* (1945) ubicada en la Avenida José Antonio en Paseo de Gracia de Barcelona, la cual se dedicaba a la venta de elementos decorativos.²⁰ [Véase otros ejemplos en la Tabla 1]

A lo largo del siglo XX el panorama artístico irá desarrollándose. Entre los factores que originaron este cambio encontramos, por un lado, la aparición de importantes galeristas que realizaron una gran labor cultural y, por otro lado, el cambio de mentalidad con el final de la dictadura.

En 1964 Juana Mordó, tras trabajar como directora de la Galería Biosca, abrió *La Galería Juana Mordó* [Fig. 4 y 5] en la calle Villanueva de Madrid, en donde expusieron algunos de los integrantes del Grupo El Paso, Equipo Crónica, Saura, Palazuelo, Miró, Chillid, entre otros muchos.²¹ Dedicó toda su vida a la promoción de artistas de su tiempo, consiguiendo un intenso amparo institucional y un creciente interés popular por el arte contemporáneo y el coleccionismo.²²

La década de los 80 se caracterizó por el fin de la dictadura y la eclosión de la movida madrileña. La gente empezó a interesarse por el arte y la cultura, y el Ministerio de Cultura se volcó en ayudar a los nuevos artistas. España se convirtió en un lugar de interés cultural tanto dentro como fuera de sus fronteras.

¹⁷ Tras la muerte de su fundador cerró sus puertas, y en 2009 su hijo Luis Biosca donó el archivo de la galería al Centro de Documentación y Biblioteca de Museo Reina Sofía <https://www.museoreinasofia.es/biblioteca-centro-documentacion/> (Consulta: 5-IV-2016).

¹⁸ Consúltase en <https://www.museoreinasofia.es/biblioteca-centro-documentacion/archivo-de-archivos/archivo-biosca> (Consulta: 5-IV-2016).

¹⁹ ZABALA ADRADA, C., “Las galerías de arte...”, *op. cit.*, p.19.

²⁰ ZABALA ADRADA, C., “Las galerías de arte...”, *op. cit.*, p. 16.

²¹ Así se consigna en <https://esefarad.com/?p=81115> (Consulta: 5-IV-2019).

²² Consúltase en <https://www.museoreinasofia.es/biblioteca-centro-documentacion/archivo-juana-mordo> (Consulta: 7-IV-2019).

En 1970 Juana Aizpuru abrió en Sevilla su galería, y en 1983 su sede en Madrid [Fig. 6]. Aunque la galería de Sevilla cerró en 2004, Aizpuru debe ser recordada por crear la feria de arte contemporáneo más importante de nuestro país, y una de las más relevantes a nivel europeo: la feria de ARCO Madrid en 1982, de la cual fue directora hasta 1986.²³ La creación de esta feria relanzó el mercado del arte en España y consiguió situar a España dentro de los círculos internacionales del arte.²⁴

Ya finales de los 80 aparece Soledad Lorenzo (1937)²⁵ abriendo su famosa *Galería Soledad Lorenzo* [Fig.7] situada en la calle Orfila de Madrid en 1986, la cual se convirtió en una de las galerías más importantes dedicadas al arte contemporáneo en Europa, siendo referente del mercado del arte en España. El 30 de diciembre de 2012, Soledad Lorenzo cerró las puertas y donó toda su colección al Museo Reina Sofía de Madrid.²⁶

En los años 90 la ilusión fue decayendo. España entró en crisis, las ayudas empezaron a desaparecer, surgió la cultura de consumo junto a internet y se creó una grave fractura entre el arte y la sociedad.²⁷ Se abrieron centros de creación, museos y nuevas galerías, pero la cultura comenzó a industrializarse y pronto llegó la crisis que se alargaría hasta la actualidad.²⁸

En 2003 ante este panorama 54 galerías deciden agruparse en el *Consorcio de las Galerías*, con la intención de ayudar mediante: la divulgación y promoción nacional e internacional, la colaboración con entidades públicas y privadas, estableciendo vínculos con todo tipo de organismos, defendiendo los intereses de los asociados, etc.²⁹

Cinco años más tarde, en enero de 2008 se celebró la Jornada de *Reflexión sobre la situación de las galerías de Arte Moderno y Contemporáneo*, a partir de la cual el Ministerio de Cultura creó el Registro Estatal de Galerías de Arte Moderno y Contemporáneo. El objetivo era habilitar una comunicación entre el Ministerio y las galerías, otorgando un apoyo institucional a estas últimas a través de su página web,

²³ Véase <https://moovemag.com/2015/10/galeria-juana-de-aizpuru-refugio-del-arte-contemporaneo/> (Consulta: 5-IV-2019).

²⁴ MATEOS, A., “La feria artística que devolvió a España al panorama internacional”, *ABC*, (Madrid, 28-VIII-2016), en https://www.abc.es/cultura/arte/abci-historia-arco-feria-artistica-devolvio-espana-panorama-internacional-201602081659_noticia.html (Consulta: 5-IV-2019).

²⁵ Véase https://es.wikipedia.org/wiki/Soledad_Lorenzo (Consulta: 5-IV-2019).

²⁶ SEISDEDOS, I., “Soledad Lorenzo dona su legado al Reina Sofía”, *El País*, (Madrid, 16-XI-2019), en https://elpais.com/cultura/2014/09/16/actualidad/1410857502_243546.html (Consulta: 5-IV-2019).

²⁷ Más información en <https://elcultural.com/Arte-de-los-80-y-90-de-la-ilusion-al-desencanto> (Consulta: 20-VIII-2019).

²⁸ Más información en <https://elcultural.com/Arte-de-los-80-y-90-de-la-ilusion-al-desencanto> (Consulta: 20-VIII-2019).

²⁹ Consúltase en <http://www.consoriodegalerias.com/quienes/> (Consulta: 5-IV-2016).

siendo visible al propio público y clave para su desarrollo como agentes culturales de nuestro país. Los requisitos para que las galerías estuvieran inscritas en dicho registro eran los siguientes: tener al menos dos años de antigüedad, representar a los artistas, hacer exposiciones periódicas abiertas al público y participar en ferias de arte.³⁰

A pesar de organismos como los que acabamos de ver que buscan mejorar el panorama artístico, nos encontramos con un balance económico bastante negativo; ya que los sucesivos recortes producidos por el Gobierno hacia la cultura, la existencia de una legislación que no ayuda a los artistas y un mercado internacional prácticamente nulo ha supuesto el cierre de muchas de estas galerías y la inestabilidad de las que consiguieron salir adelante.³¹

Aún con una situación nada favorecedora, siguen apareciendo nuevas galerías, y es que la intención por promover la cultura y el arte contemporáneo incentiva a la aparición de estas [Véase los ejemplos en la Tabla 3].

³⁰MORENO GÓMEZ, F M., “La galería de arte...”, *op, cit.*, p. 49.

³¹CASTILLO, E., “Por qué el mercado del arte sigue sin despegar en España”, *El País*, (Madrid, 27-VII-2018), en https://cincodias.elpais.com/cincodias/2018/07/26/fortunas/1532625504_944814.html (Consulta: 6-IV-2019).

3. GESTIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE LAS GALERÍAS EN ESPAÑA.

3.1. Exposiciones

La principal actividad que ofrecen las galerías son las exposiciones, mediante las cuales establecen una relación con el público que puede ser tanto cultural como comercial. Cuentan con un espacio adecuado en el que exhiben las obras de sus artistas, que temporalmente van siendo sustituidos.³² Éstas pueden ser individuales o colectivas. Es habitual que las galerías de arte que cuentan con artistas relativamente desconocidos realicen este último tipo, por el contrario, si se trata de un artista de renombre es posible plantear una exhibición exclusiva e individual.³³ Un ejemplo muy cercano de exposición colectiva es el de la *Casa Amarilla* donde a partir de un tema planteado como *La influencia de la Luna sobre cabeza de las mujeres* [Fig. 8] muestran obras de Louisa Holecz, Sandra Moneny, Charo Pradas, Sara Quintero y Marina Vargas. Por otro lado como exposición individual encontramos la presentada por la *Galería Marlborough* en Madrid dedicada a Abraham Localle [Fig. 9]. En general, las individuales son las más comunes en nuestro país, en 2016 constituían el 74% total mientras que las colectivas conformaban el 26% restante.³⁴

Las programaciones expositivas suelen plantearse con el suficiente tiempo de antelación para que todos los factores a tener en cuenta sean resueltos con éxito. Entre estos factores encontramos: la participación de los artistas, la producción de la piezas artística, el transporte, el montaje y desmontaje, asistencia a ferias de arte, colaboraciones, estrategia de comunicación y marketing, financiación, elaboración e impresión de catálogos, invitaciones, etc.³⁵

³²ÁLVAREZ DE TOLEDO MÜLLER, P., “El carácter emprendedor...”, *op. cit.*, p. 123.

³³Véase <https://formacionalcuadrado.com/curso/gestion-de-galerias-de-arte/lecci%C3%B3n/leccion-2-2/tema/tema-5-exposiciones-en-la-galeria-de-arte/> (Consulta: 01-VIII-2019).

³⁴MCANDREW, C., “El Mercado Español...”, *op. cit.*, p. 9.

³⁵ Véase <https://formacionalcuadrado.com/curso/gestion-de-galerias-de-arte/lecci%C3%B3n/leccion-2-2/tema/tema-5-exposiciones-en-la-galeria-de-arte/> (Consulta: 01-VIII-2019).

a) El espacio físico

El espacio es un elemento fundamental a tener en cuenta en las galerías, ya que determinan la exposición y, por ende, la contemplación de la obra de arte. Estos suelen ser reducidos e íntimos, muy alejados de las grandes salas de los museos y del frenético ritmo de compra y venta de las ferias. Son lugares más sosegados, que ofrecen una contemplación calmada y personal. Para conseguir una distribución apropiada y obtener esa intimidad, siguen un esquema minimalista y funcional, exento de cualquier elemento que pueda considerarse decorativo en su interior, creando un lugar diáfano. De esta forma toda la importancia recae sobre la pieza expuesta.³⁶

Todavía en la actualidad se sigue el formato ideado por Brian O'Doherhy quien en su libro *Inside the White Cube (Dentro del cubo blanco)* explica que a partir de espacios completamente blancos se extrae de un contexto al espectador, consiguiendo así una mirada neutra. Esta es la llamada estética del “cubo blanco” que surgió entendiendo los intereses de la venta de la obra de arte y se convirtió en la forma ideal para exponer, aunque también es empleada tanto por museos como por ferias de arte.³⁷ Al final, lo que tenemos es un espacio frío y hermético, como los que podemos encontrar en los propios museos, podemos ver esta similitud con *El Museo del Reina Sofía* [Fig. 10] y *La galería Marlborough*, en Madrid [Fig. 11]. Esta es la estética que predomina en nuestro país como vemos también en *La casa amarilla* en Zaragoza [Fig. 12] con unas proporciones mucho más reducidas, en la *Galería Vanguardia* de Bilbao [Fig. 13] o en la *Galería Luis Adelantado* de Valencia [Fig. 14].

Estas características no tienen por qué darse de manera estricta. Han empezado a surgir propuestas que buscan alejarse de la idea de “cubo blanco”. La *galería Échale Guindas* [Fig. 15], de las hermanas María y Laura Porro Moltó, en Madrid, se aleja completamente a partir de un espacio cálido y acogedor, utilizando un estilo *vintage*. Aunque es un caso bastante excepcional, sobre todo en nuestro país, podemos ver como en el extranjero también aparecen galerías con una nueva estética que se adecua al estilo

³⁶ MEJÍAS CEJUDO, V., *La mediación Cultural. Mecanismo de Porosidad para Construir Cultura Contemporánea Sostenible*, (Tesis doctoral), López-Aparicio Pérez, I., (dir.), Universidad de Granada, Escuela Internacional de Posgrado, Noviembre 2015, pp. 171-173.

³⁷ O'DOHERTY, B., *Dentro del cubo blanco*, Madrid, CENDEAC, 2013.

de sus artistas, como vemos en las galerías de *Dorothy Circus* tanto en Roma como en Londres [Fig. 16 y 17].

En España es más común encontrar la reutilización de antiguos edificios, manteniendo la idea del “cubo blanco” de descontextualización. Son los casos de la *Galería Kafell* [Fig. 18], en Zaragoza, una antigua industria cárnica convertida en galería, donde se han mantenido elementos originales como las paredes de ladrillo o las puertas de las cámaras frigoríficas. La *Galería Kewenig* [Fig. 19], en Palma de Mallorca, la cual era un antiguo oratorio de Sant Feliu construido tras la conquista de Jaume I. E. La *Galería Cayón* con sedes en Madrid y Manila, que inauguró en 2018 su nueva galería en Mahón (Menorca) en el antiguo cine Victoria [Fig. 20]. O, como último ejemplo que vamos a citar, la *Galería Parra y Romero*, que abrió un nuevo espacio en una antigua nave de una fábrica en Ibiza [Fig. 21].

Al final no hay una norma estricta, porque al tratarse de establecimientos privados hay una libertad que permite jugar con la estética y adaptarla a la idea que se pretende transmitir.

b) El espacio virtual

Las galerías de arte son conscientes del cambio que se está produciendo en la sociedad con la aparición de internet, y han sabido adaptarse para mejorar su negocio. La mayoría de ellas ya cuentan con su propia página web de libre acceso para el público. Ponen a disposición toda una serie de ventajas como catálogos virtuales de las obras de los artistas que han sido expuestas, acceso a la programación de las presentes y futuras exposiciones, compra vía on-line, contacto directo con el establecimiento, acceso al listado de artistas con los que trabajan, etc. [Fig. 22 y 23]

La importancia de poseer un portal virtual cada vez es mayor, progresivamente es más habitual que las piezas sean adquiridas vía on-line y en numerosos casos los compradores ni si quieren han visto la obra en físico, algo que hasta hace unos años podría parecer impensable. Y así nos lo demuestran los *Cuadernos de Arte y Mecenazgo de La Caixa* de 2017, donde tratando los datos producidos en 2016 vemos como el 5% de las ventas realizadas por las galerías fueron on-line. De estas ventas el 61% habían sido realizadas por nuevos compradores que nunca habían visitado las exposiciones realizadas,

solo un 5% eran clientes habituales on-line con los que no habían tenido un contacto previo en persona.³⁸ El 34% restante eran compradores con los que ya habían tenido contacto personal que decidieron comprar on-line mediante su página web o plataforma.³⁹

Sin embargo, el espacio virtual no se basa únicamente en las páginas webs, también entra dentro de este sector las redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter. Estas plataformas permiten llegar a un público más joven de manera más rápida, permitiendo una más fluida interacción. Siendo Instagram la red social más utilizada por el campo artístico con un 65%, frente a un 35% restante que conformaría el uso del resto de las redes sociales.⁴⁰ [Fig. 24 y 25]

Hasta tal punto llega la digitalización que incluso podemos encontrar galerías que no poseen un espacio físico y que se mantienen por las ventas on-line. Para llevar esta idea a cabo es necesaria la realización de diversos catálogos digitales para que el futuro comprador pueda observar las que están disponibles en el momento, como en *Gunter Gallery*, [Fig. 26] y *Kreislerart*, [Fig. 27].

La digitalización permite llegar más allá, encontramos nuevas plataformas cuya experiencia se acercan lo máximo posible a la de una galería física. Es el caso de *PeopleArtFactory* [Fig. 28 y 29], creada por Raúl Ballester y Pedro Cárcelos desde Murcia. Esta aplicación permite al artista o galerista crear una sala expositiva donde mostrar sus piezas siguiendo una relación con el tamaño real de estas, pudiendo también elegir la integración de textos, imágenes de fondo, colores y texturas de las paredes, así como el uso de marcos y paspartús en cada una.⁴¹

³⁸ MCANDREW, C., “El Mercado Español...,” *op. cit.*, p. 9.

³⁹ *Ibidem*.

⁴⁰ READ, R., “Hiscox online art trade report 2019”, en *Hiscox*, ArtTactic, 2019, p. 2.

⁴¹ Más información en <http://www.razgo.net/blog/galerias-virtuales-arte-online/> (Consulta: 13-VIII-2019)

3.2. Las tres figuras imprescindibles: el galerista, el artista y el coleccionista

En el funcionamiento de una galería existen tres agentes que resultan imprescindibles: el galerista, el artista y el coleccionista. Los tres establecen un vínculo que va más allá de lo estrictamente profesional, y cuya labor no podría existir sin uno de ellos.

a) El galerista

El galerista es el propietario o director, quien se encarga de actuar en beneficio de su negocio operando dentro del mercado primario⁴². Posee el papel de intermediario, debe relacionarse con los agentes del mercado, críticos y comisarios, casas de subastas, artistas y coleccionistas, con el fin de representar los intereses de sus artistas y sacar el mayor beneficio.⁴³

La mayoría de las galerías cuya apertura han sido reciente se ven en la obligación de cerrar con el paso del tiempo, por culpa de un mercado tan reducido como es el español.⁴⁴ Al trabajar dentro del mercado primario el galerista está introduciendo constantemente nuevos productos. Dependiendo del estilo de obra que exhiba atraerá a un público o a otro, limitándolo y elevando el riesgo al que se ve sometido. Al final, el éxito de los galeristas depende en gran medida de que sepan elegir bien a sus artistas, por lo que deben estar al tanto del panorama artístico del momento y, para ello, las ferias de arte se convierten en el espacio idóneo.

Respecto a la venta de las obras de arte cuenta con dos opciones. La primera de ellas se basa en la compra directa (al artista o al coleccionista) para posteriormente vender por un precio más elevado. El problema de esta transacción es que la galería al pasar a ser propietaria se aplica al precio de venta un IVA del 21%, el cual puede echar para atrás a los compradores.⁴⁵

⁴² Mercado primario: “Es aquel que da salida a las obras recién producidas. Trabaja directamente con los artistas que están vivos y en activo por lo que las relaciones entre los agentes son más complejas. Venden las obras que salen de los estudios y se incorporan al mercado por primera vez” (DÍAZ AMUNÁRRIZ, C., “La gestión de las galerías...”, *op. cit.*, p. 25).

⁴³ ÁLVAREZ DE TOLEDO MÜLLER, P., “El carácter emprendedor del...”, *op. cit.*, pp. 158-163.

⁴⁴ ÁLVAREZ DE TOLEDO MÜLLER, P., “El carácter emprendedor del...”, *op. cit.*, p.180.

⁴⁵ Datos extraídos de

https://www.agenciatributaria.es/AEAT.internet/Inicio/_Segmentos_/Empresas_y_profesionales/Empresas/IVA/Nove

La segunda opción, y la más empleada, es convertirse intermediarios de venta. Se establece un acuerdo con el artista para vender su obra, sin comprarla, repartiéndose el dinero de la venta en 50%.⁴⁶ De esta manera solo se le aplica un 10% de IVA a la obra y además pone a disposición del artista toda una serie de servicios favorables para su carrera. Aunque *a priori* parezca un porcentaje elevado, debemos tener en cuenta que con ese 50%, la galería debe mantenerse y pagar todos los gastos generados como por ejemplo el alquiler, la luz, salario y demás.⁴⁷

b) El artista

Es quien se encarga de realizar la obra de arte que después va a ser expuesta en las galerías. El artista se asocia con el galerista para que este se encargue de la promoción y la venta, ya que aunque sea capaz de moverse por sí solo dentro del mercado de arte, es muy complicado que consiga encargarse de estas dos labores junto a la producción de la obra artística. Aparte del apoyo, exponer en una galería supone la legitimación de su figura, dependiendo de su reconocimiento y prestigio la cotización de sus piezas aumentará.⁴⁸ Sin embargo, esta relación que se crea entre ambos no se basa únicamente en lo profesional, si no que acaba convirtiéndose en algo más personal, así nos lo hace ver las palabras Juana de Aizpuru “el hecho de tener en mis manos las obras de todos aquellos artistas a los que represento, y no solamente de sus obras, sino su futuro, es una responsabilidad fantástica. Me siento como una especie de madre con ellos”.⁴⁹ Y es que esta relación de confianza acaba siendo algo necesario para crear un contexto adecuado, donde los intereses de ambas partes se ven expuestas.⁵⁰

Esta relación puede llegar a producirse de dos maneras. El artista puede ponerse en contacto con el galerista mediante el envío de un portfolio o información acerca de su

dades_en_IVA/Ano_2019__Normas_publicadas/Aplicacion_del_tipo_reducido_del_10__a_los_servicios_prestados_por_interpretes__artistas__directores_y_tecnicos_.shtml (Consulta: 01-VI-2019).

⁴⁶Datos extraídos de

https://www.agenciatributaria.es/AEAT.internet/Inicio/_Segmentos_/Empresas_y_profesionales/Empresas/IVA/Novedades_en_IVA/Ano_2019__Normas_publicadas/Aplicacion_del_tipo_reducido_del_10__a_los_servicios_prestados_por_interpretes__artistas__directores_y_tecnicos_.shtml (Consulta: 01-VI-2019).

⁴⁷ DÍAZ AMUNÁRRIZ, C., “La gestión de las galerías...”, *op. cit.*, p. 29.

⁴⁸ DÍAZ AMUNÁRRIZ, C., “La gestión de las galerías...”, *op. cit.*, p. 34.

⁴⁹Entrevista recogida en <https://coleccion.caixaforum.com/articulo-artistas-galeristas-y-coleccionistas-los-vinculos-inquebrantables-de-la-cadena-del-arte> (Consulta: 12-VIII-2019).

⁵⁰Así se señala en <https://coleccion.caixaforum.com/articulo-artistas-galeristas-y-coleccionistas-los-vinculos-inquebrantables-de-la-cadena-del-arte> (Consulta: 14-VIII-2019).

trabajo. O, por el contrario, es el galerista quien lo descubre por medio de segundos o por las ferias de arte, posteriormente pasaría a ponerse en contacto.

Cuando el artista es aceptado se compromete a ser representado y acuerda las condiciones que incluyen la comisión de la galería (el número de exposiciones, los precios de sus obras, el marketing, la publicidad y quién lo pagará) y el tipo de relación (exclusiva o abierta) mediante un contrato. En 2016, según los estudios expuestos por los *Cuadernos de Arte y Mecenazgo de La Caixa*, solo una minoría del 16% tenían un contrato formal escrito con la galería, y solo el 6% tenían un contrato de exclusividad.⁵¹

c) El coleccionista

Es la principal fuente de financiación de las galerías, pues compra las obras de los artistas que el galerista pone a la venta. A diferencia del comprador espontáneo, el coleccionista adquiere asiduamente piezas de una misma estética, corriente o artista determinado. Tiene un interés particular en agrupar una selección con un criterio propio y subjetivo. Son numerosos y ambiguos los motivos que impulsan al coleccionista a comprar, alguna de estas causas pueden ser por:

- Placer personal contemplativo.
- Interés filantrópico en promover el arte y los artistas.
- Destacar en sociedad, siendo una forma de afirmar su grupo social, su poder y su capital.
- Fines especulativos como la inversión.

Estos intereses pueden darse a la vez en una misma figura y, por supuesto, unos no excluyen a otros.⁵² Como principal fuente de ingresos, el galerista es consciente de la importancia que existe en conservar una buena relación con los coleccionistas, quienes acaban actuando como mecenas debido a que a través de sus adquisiciones consigue que los artistas se mantengan dentro del mercado y su producción continúe.⁵³

Hay que destacar el gran esfuerzo que se está realizando en pro del coleccionismo de arte contemporáneo con la creación de *Asociación del Coleccionista de Arte*

⁵¹ MCANDREW, C., "El Mercado Español...", *op. cit.*, p. 68.

⁵² ÁLVAREZ DE TOLEDO MÜLLER, P., "El carácter emprendedor...", *op. cit.*, pp. 105-106.

⁵³ Consúltase en <https://coleccion.caixaforum.com/articulo-artistas-galeristas-y-coleccionistas-los-vinculos-inquebrantables-de-la-cadena-del-arte> (Consulta: 15-VIII-2019).

Contemporáneo 9915, que busca reunir los intereses de los coleccionistas de arte, buscar soluciones factibles a los problemas que esta actividad conlleva, promover su difusión y reivindicar su figura como imprescindible en el desarrollo del mercado del arte internacional.⁵⁴

La realidad no es positiva para nuestro país, nos encontramos con muy pocos coleccionistas y los que hay prefieren comprar en galerías extranjeras donde el IVA es más reducido, como en Francia, el cual aplica un 6%. Ante este panorama urge la creación de una Ley de Mecenazgo adecuada que incentive la financiación y la implantación de un IVA cultural que se iguale con el resto de Europa.⁵⁵ Además, es necesario incentivar esta labor, una labor pendiente que ya han empezado a tener en cuenta las galerías y las propias ferias de arte, como ARCO que mediante la iniciativa #mecomrpounaobraarte, y la venta de obras a un precio más asequible pretende promover el coleccionismo.⁵⁶

3.3. Tipologías de galerías en España

En España son numerosas las galerías que encontramos, pero no todas desarrollan la misma labor por lo que podemos realizar una distinción según su modelo de negocio:

-Las Galerías de artistas en vía de legitimación. Son la mayoría, su labor es la difusión de propuestas de nuevos artistas emergentes o con un reconocimiento bajo. Cuentan con una clientela fija y poseen precios no muy elevados, por lo que si no adquieren una clientela asegurada puede provocar su cierre. Es común que paralelamente suelen exponer obras de artistas legitimados como reclamo de nuevos compradores.⁵⁷ Como *My Name's Lolita Art* en Madrid [Fig. 30], la *Galería Antonia Puyó* en Zaragoza [Fig. 31] o la galería Javier Silva en Valladolid [Fig. 32] entre otras muchas.

-Galerías de arte mediatizadas. Exponen obras de artistas mediáticos con precios elevados. Sus clientes suelen ser museos o coleccionistas con un alto poder adquisitivo. Tienen el riesgo de que el artista pase de moda y deje de generar beneficios, por lo que el galerista debe conocer perfectamente el mercado del arte y el panorama artístico, además de gestionar la carrera de sus artistas. El papel del galerista es tan importante que estos

⁵⁴ ÁLVAREZ DE TOLEDO MÜLLER, P., "El carácter emprendedor...", *op. cit.*, pp. 106.

⁵⁵ Más información en <https://elcultural.com/Hacia-donde-van-las-galerias-de-arte> (Consulta: 13-VIII-2019).

⁵⁶ Así se señala en <https://www.revistadearte.com/2017/11/20/iniciativa-de-la-fundacion-arco-para-la-creacion-de-nuevos-coleccionistas/> (Consulta: 16-V-2019).

⁵⁷ ÁLVAREZ DE TOLEDO MÜLLER, P., "El carácter emprendedor...", *op. cit.*, pp. 136-137.

espacios suelen llevar su nombre propio.⁵⁸ Como ejemplos se puede volver a mencionar a la *Galería Marlborouh* [Fig. 33] tanto en Madrid como en Barcelona, *Shiras Galería* en Valencia [Fig. 34] y la *Galería Helga de Alvear* en Madrid [Fig. 35].

-Galerías de arte contemporáneo más comercial. Se basan en la venta de obras de fácil adquisición por el gran público debido a sus bajos precios. Exponen obras de jóvenes artistas que suelen centrarse en las nuevas tendencias artísticas, como la fotografía, vídeos e instalaciones, arte digital, ilustraciones gráficas. Se valen de la difusión y venta de obra a través de la red para poder llegar a un mayor número de compradores. Probablemente es el tipo más desacreditado por la crítica debido a su carácter capitalista.⁵⁹ Tres ejemplos a mencionar podrían ser *La galería roja* en Sevilla [Fig.36], *La Fiambera Art Gallery* en Madrid [Fig.37] y la *Galería Mad is Mad* también situada en Madrid [Fig.38].

-Galerías de arte contemporáneo de artistas consagrados. Exponen obras de artistas ya consagrados, por lo que los precios se disparan. Basan su reputación en garantizar la autenticidad de la obra a los coleccionistas y a los museos, los cuales son sus principales compradores. Estamos dentro del sector del coleccionismo más conservador. Algunos ejemplos de interés son la *Galería Loren Art* en Madrid [Fig.39], *Galería de Michel Mejuto* en Bilbao [Fig.40] y la *Galería Cayón* tanto en Menorca como Madrid [Fig. 41]

-Galerías virtuales. Se dedican a la difusión y a la venta de obras a través de internet, no poseen un espacio físico. Su riesgo de pérdida es mucho menor, aunque nunca alcanzarán el prestigio de las galerías físicas. Suelen realizar exposiciones puntuales en centros culturales, fundaciones, establecimientos hoteleros, mercados, festivales, etc.⁶⁰ Además ofrecen su espacio virtual dando dan la oportunidad de exponer a todo aquel que así lo desee de manera fácil y económica. Algunos ejemplos serían los dos ya mencionados *Gunter Gallery* y *Kreisler art*, junto a *Luna13galeria* [Fig.42], *Virtual Gallery* [Fig.43].

⁵⁸ *Ibidem*.

⁵⁹ ÁLVAREZ DE TOLEDO MÜLLER, P., “El carácter emprendedor...”, *op. cit.*, p. 137.

⁶⁰ Consúltese en https://www.wikanda.es/wiki/Galer%C3%ADa_de_arte (Consulta: 18-V-2019).

3.4. La labor social de las galerías de arte contemporáneo

Además de la función comercial, las galerías también poseen una importante labor social y didáctica. Van a estar a cargo de la difusión de la obra de los artistas, renovando periódicamente sus salas y mostrando las innovaciones que se están produciendo en el momento.⁶¹ Son espacios abiertos al público gratuitos por lo que permite el acceso a los ciudadanos a las creaciones más actuales.⁶² De esta manera, se convierten en espacios idóneos para desarrollar la cultura de los ciudadanos de a pie, que exentos de la idea de adquirir una obra de arte únicamente visitan las galerías con una intención contemplativa, lúdica y estética. A pesar de esta labor social que desempeñan, nos encontramos con un inconveniente cultural relacionado con el desconocimiento y el rechazo que produce el arte contemporáneo al público no especializado,⁶³ una problemática que lleva arrastrando desde sus inicios.

Las galerías españolas de arte contemporáneo para lidiar con este problema se han agrupado en asociaciones nacionales como el ya citado Consorcio de Galerías de Arte Contemporáneo. De tal forma que dentro de sus objetivos se encuentra la promoción del arte contemporáneo agrupando galerías localizadas por todo el territorio español con más de dos años de antigüedad.⁶⁴

Cada una de ellas es consciente de su importante labor social, por lo que van a buscar atraer de alguna forma al público menos especializado a partir de toda una serie de estrategias, aquí vamos a exponer algunas de ellas:

- Realizar actividades relacionadas con las exposiciones, como: juegos de interpretación de las obras, talleres realizados por los propios artistas, conferencias, etc.
- Organizar visitas guiadas y charlas incluyendo la interacción del artista con el público, para acercarse a la obra.
- Contar con un personal perfectamente cualificado para responder cualquier duda que el visitante pueda tener.

⁶¹ ÁLVAREZ DE TOLEDO MÜLLER, P., “El carácter emprendedor...”, *op. cit.*, pp. 123-125.

⁶² Más información en <https://www.iac.org.es/documentos/codigo-deontologico.html> (Consulta: 19-V-2019).

⁶³ Así se señala en <https://proyectoduas.com/2014/09/23/la-polemica-del-arte-contemporaneo/> (Consulta: 19-V-2019).

⁶⁴ Véase <http://www.consorciodegalerias.com> (Consulta: 22-V-2019).

- Poner a su disposición hojas didácticas y guías pedagógicas para facilitar el conocimiento de las obras, así como el catálogo de las exposiciones.
- Mostrar libros de artista, dirigidos a todos los públicos, donde se recoja la dinámica del trabajo del artista.
- Actualizar los espacios digitales con los que cuenta para informar de las próximas exposiciones o actividades.
- Enviar información exclusiva a los suscriptores, avisando de nuevas exposiciones, proyectos, cursos, talleres...

3.5. Las ferias de arte: el principal canal de distribución de las galerías

No podemos terminar este Trabajo Fin de Grado sin hacer mención a las ferias de arte, auténticos eventos que poseen una importancia vital en el negocio de la galería de arte. Son puntos de encuentro donde se reúnen todos los agentes que conforman el mercado del arte: artistas, galeristas, coleccionistas, comisarios, críticos, directores de instituciones y otros agentes.⁶⁵ Por tanto, lugares idóneos para difundir y promocionar la obra artística a la que vez que se establecen nuevas relaciones comerciales: conociendo nuevos coleccionistas, o haciendo contacto con nuevos artistas con los que colaborar en un futuro. Aunque el objetivo principal es el de la venta de la obra de arte, llegando a suponer una de las mayores fuentes de ingresos de las galerías.⁶⁶

Más allá de su función comercial y divulgadora, se han convertido en auténticos eventos sociales de interés turístico,⁶⁷ siendo impulsadoras económicas de las propias ciudades. Además, son eventos que pueden determinar el *status* de una galería, cuanto mayor sea el prestigio de la feria mayor será el de la galería.

El mejor ejemplo para ver todas estas características es ARCO Madrid [Fig. 44], la cual es una oferta de turismo masivo y una de las ferias de arte contemporáneo con más prestigio a nivel europeo.⁶⁸ [Véase otros ejemplos de ferias en la Tabla 4]

⁶⁵ DÍAZ AMUNÁRRIZ, C., “La gestión de las galerías...”, *op. cit.*, p. 213.

⁶⁶ Consúltese en <https://formacionalcuadrado.com/cursos/gestion-de-galerias-de-arte/lecci%C3%B3n/leccion-2-2/tema/tema-6-la-galeria-de-arte-en-las-ferias/> (Consulta: 14-VIII-2019).

⁶⁷ ÁLVAREZ DE TOLEDO MÜLLER, P., “El carácter emprendedor...” *op. cit.*, p. 99.

⁶⁸ Véase <https://www.ifema.es/arco-madrid> (Consulta: 20-VIII-2019).

4. CONCLUSIÓN

Mediante la realización del presente Trabajo Fin de Grado podemos comprobar que las galerías son establecimientos que cuentan con una compleja organización para su buen desarrollo. Las dificultades con las que tienen que lidiar, tanto económicas, políticas, como culturales ha supuesto el cierre de mucha de ellas y hacen mantenerse en la cuerda floja al resto.

Internet ha supuesto un punto de inflexión, en un mundo completamente digitalizado, las galerías se han visto en la obligación de renovarse para alcanzar a un nuevo círculo de venta, mucho más joven para no quedar en el olvido. Mediante el uso de las redes sociales y las páginas webs son capaces de promover el coleccionismo y acercar el arte contemporáneo al gran público. Además, ha permitido que el espacio físico ya no sea necesario para vender obra artística ni exponerla.

Siguiendo con el espacio, la estética del cubo blanco sigue predominando en España, aunque comienza a aparecer cierta renovación en galerías que optan por seguir un estilo diferente y por la utilización de antiguos edificios restaurados. Además han aparecido nuevas tipologías con un carácter mucho más comercial, donde predomina la venta de ilustraciones impresas. Lugares que aunque posean un carácter más capitalista ayudan a promover el arte entre un público más joven y menos especializado, que en el día de mañana pueden adentrarse en el mundo del coleccionismo.

5. BIBLIOGRAFÍA, NOTICIAS DE PRENSA Y WEBGRAFÍA

5.1. Bibliografía

ÁLVAREZ DE TOLEDO MÜLLER, P., *El carácter emprendedor del galerista de arte contemporáneo de Madrid en el siglo XXI: Situación y perspectivas de futuro*, (Tesis doctoral), Saiz Alvarez. J. M. (dir.), Madrid, Universidad Nebrija, Facultad de Ciencia Sociales, 2015.

BERNABEU, M., *Panorama (new economy). Serie Mise en Scène XIII*. 2010-2011. Madrid, Universidad complutense de Madrid, C arte C, 2011.

CAMPUZANO GUERRERO, S., “Las galerías de arte contemporáneo de la Provincia de Cádiz. Una aproximación al sector”, *Cuadernos de Investigación Vigía*, N°7, Cádiz, 2008.

DE LA VILLA, R., *Guía del arte hoy*, Madrid, Alianza Editorial, 2003.

DÍAZ AMUNÁRRIZ, C., *La gestión de las galerías de arte*, Madrid, Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, 2017.

DIEZ PRIETO, F., *La guía del inversor en arte una referencia imprescindible para todos los coleccionistas de arte: la obra gráfica moderna y contemporánea como modelo*, Madrid, ARTE 10, 2001.

FERNÁNDEZ POLANCO, A., “Las Galerías de Arte en el Madrid de posguerra”, en *Villa de Madrid*, Madrid, Ayuntamiento de Madrid, nº 97-98, 1988.

MCANDREW, C., “El Mercado Español del Arte en 2017,” en *Cuadernos, arte y mecenazgo*, nº 5, Barcelona, Fundación Bancaria “la Caixa”, 2017.

MEJÍAS CEJUDO, V., *La mediación Cultural. Mecanismo de Porosidad para Construir Cultura Contemporánea Sostenible*, (Tesis doctoral), López-Aparicio Pérez, I., (dir.), Universidad de Granada, Escuela Internacional de Posgrado, Noviembre 2015.

MITRANI, A., *El diseño de galerías y museos de arte contemporáneo en España en los años cincuenta y sesenta: un espacio nuevo para un arte nuevo*, Barcelona, FHD (Fundación Historia del Diseño), 2016.

MORENO GÓMEZ, F. M., *La galería de arte como agente dinamizador de la educación artística*, (Tesis Doctoral), Marín Viadel, R. (dir.), Universidad de Granada, Facultad de Bellas Artes y Facultad de Ciencias de la Educación, 2014.

READ, R., “Hiscox online art trade report 2019”, en *Hiscox*, ArtTactic, 2019.

O'DOHERTY, B., *Dentro del cubo blanco*, Madrid, CENDEAC, 2013.

PARDO MARÍN, M. D., *Educación galerística: criterios para la creación de proyectos de actuación en galerías de arte contemporáneo*, (Tesis Doctoral), Fernández Cao, M. L., (dir.), Fontal Merillas, O., (dir.), Ortega Cubero (dir.), Inés (dir.), Madrid, Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Educación, 2017.

PORTÚS, J., CALVO SARRALLER, F., MARTÍN DE ARGILA, M. Y VILLALBA SALVADOR, A., *Mercado del Arte y Coleccionismo en España*, Madrid, Paseo del Prado, 4, Cuadernos ICO, 1996.

RAMÍREZ, J. A., *El sistema del arte en España*, Madrid, Ensayos Arte Catedra, 2010.

ZABALA ADRADA, C., *Las galerías de arte de Barcelona en los años 40*, Barcelona, 2009.

5.2. Noticias de prensa

ARRANZ, M., “Esto no es (solo) una galería de arte”, *El País*, (Madrid, 19-II-2018), en: https://elpais.com/ccaa/2018/02/19/madrid/1519066622_573975.html (Consulta: 10-VI-2019)

CASTILLO, E., “Por qué el mercado del arte sigue sin despegar en España”, *El País*, (Madrid, 27-VII-2018), en: https://cincodias.elpais.com/cincodias/2018/07/26/fortunas/1532625504_944814.html (consulta: 6-IV-2019).

HERMOSO, B., “La cultura, ante su peor momento”, *El País*, (26-IX-2012), en: https://elpais.com/cultura/2012/09/26/actualidad/1348692120_825811.html (Consulta: 02-VIII-2019).

MATEOS, A., “La feria artística que devolvió a España al panorama internacional”, *ABC*, (Madrid, 28-VIII-2016), en <https://www.abc.es/cultura/arte/abci-historia-arco->

feria-artistica-devolvio-espana-panorama-internacional-201602081659_noticia.html
(Consulta: 5-IV-2019).

SEISDEDOS. I., “Soledad Lorenzo dona su legado al Reina Sofía”, *El País*, (Madrid, 16-XI-2019), en https://elpais.com/cultura/2014/09/16/actualidad/1410857502_243546.html (Consulta: 5-IV-2019).

RIAÑO, P.H., “El mercado del arte español vuelve a respirar gracias al dinero de América Latina”, *El Español*, (7-VI-2017), en https://www.lespanol.com/cultura/arte/20170607/221978112_0.html (Consulta: 20-IV-2019).

ROMERO. J., “¿Dónde está el futuro de las galerías de arte?”, *La Grieta*, 17-05-2016, en <http://lagrietaonline.com/donde-esta-el-futuro-de-las-galerias-de-arte/> (Consulta: 19-III-2019).

VILLARDÓN. M., “Comprar arte en ARCOmadrid no es sólo cosa de ricos”, *OK Diario*, (21-II-2018), en <https://okdiario.com/economia/comprar-arte-arcomadrid-no-solo-cosa-ricos-1857754> (Consulta: 18-V-2019).

VILLARDÓN. M., “El Gobierno sigue castigando al mercado del arte: el IVA no baja del 21%”, *OK Diario*, (27-III-2018), en <https://okdiario.com/economia/gobierno-sigue-castigando-mercado-del-arte-iva-no-baja-del-21-2031646> (Consulta: 10-V-2019).

5.3. Webgrafía

<https://www.artehistoria.com/es/personaje/dalmau-josep> (Consulta: 12-III-2019).

<http://masdearte.com/movimientos/grupo-portico/> (Consulta: 14-III-2019).

<http://asri.eumed.net/0/amvd.html> (Consulta: 22-III-2019).

<https://www.museoreinasofia.es/biblioteca-centro-documentacion/> (Consulta: 5-IV-2016).

<https://esefarad.com/?p=81115> (Consulta: 5-IV-2019).

<https://moovemag.com/2015/10/galeria-juana-de-aizpuru-refugio-del-arte-contemporaneo/> (Consulta: 5-IV-2019).

<https://www.museoreinasofia.es/biblioteca-centro-documentacion/archivo-juana-mordo> (Consulta: 7-IV-2019).

<http://www.revistalapiz.com/quimeras/> (Consulta: 20-IV-2019)

http://www.ifema.es/arcomadrid_01/Prensa/NotasdePrensa/INS_105775
(Consulta: 18-V-2019).

<http://objetivoarte.com/recursos-para-artistas/galerias-de-arte/>: (Consulta: 15-V-2019).

<https://www.revistadearte.com/2017/11/20/iniciativa-de-la-fundacion-arco-para-la-creacion-de-nuevos-coleccionistas/> (Consulta: 16-V-2019).

https://www.wikanda.es/wiki/Galer%C3%ADa_de_arte (Consulta: 18-V-2019).

<https://www.iac.org.es/documentos/codigo-deontologico.html> (Consulta: 19-V-2019).

<https://proyectoduas.com/2014/09/23/la-polemica-del-arte-contemporaneo/>
(Consulta: 19-V-2019).

<https://www.museoreinasofia.es/biblioteca-centro-documentacion/archivo-de-archivos/archivo-biosca>: (Consulta: 22-V-2019).

https://www.agenciatributaria.es/AEAT.internet/Inicio/_Segmentos_/Empresas_y_profesionales/Empresas/IVA/Novedades_en_IVA/Ano_2019__Normas_publicadas/Aplicacion_del_tipo_reducido_del_10__a_los_servicios_prestados_por_interpretes__artistas__directores_y_tecnicos_.shtml: (Consulta: 01-VI-2019).

<http://latamuda.com/top-10-galerias-arte-contemporaneo> (Consulta: 10-VI-2019)

<https://decoracion.trendencias.com/otros-espacios/kafell-una-vieja-empresa-carnica-reconvertida-en-una-galeria-de-arte> (Consulta: 12-VI-2019).

<https://www.lainformacion.com/economia-negocios-y-finanzas/mucho-ruido-y-pocas-nueces-el-arte-solo-mueve-385-millones-en-espana/6342747/> (Consulta: 17-VI-2019).

<https://proyectoduas.com/2014/09/23/la-polemica-del-arte-contemporaneo/>
(Consulta: 03-VIII-2019).

<https://formacionalcuadrado.com/curso/gestion-de-galerias-de-arte/lecci%C3%B3n/leccion-2-2/tema/tema-5-exposiciones-en-la-galeria-de-arte/>
(Consulta: 01-VIII-2019).

<http://www.razgo.net/blog/galerias-virtuales-arte-online/> (Consulta: 13-VIII-2019)

<https://elcultural.com/Hacia-donde-van-las-galerias-de-arte> (Consulta: 13-VIII-2019).

<https://formacionalcuadrado.com/curso/gestion-de-galerias-de-arte/lecci%C3%B3n/leccion-2-2/tema/tema-6-la-galeria-de-arte-en-las-ferias/> (Consulta: 14-VIII-2019).

<https://coleccion.caixaforum.com/articulo-artistas-galeristas-y-coleccionistas-los-vinculos-inquebrantables-de-la-cadena-del-arte> (Consulta: 15-VIII-2019).

<https://elcultural.com/Arte-de-los-80-y-90-de-la-ilusion-al-desencanto> (Consulta: 20-VIII-2019).

6. ANEXO DE IMÁGENES



Fig. 1. “La sala grande de las Galeries Dalmau durante una exposición de Rafael Barradas en 1925”. Fotografía extraída de https://elpais.com/ccaa/2017/08/26/catalunya/1503773543_866148.html

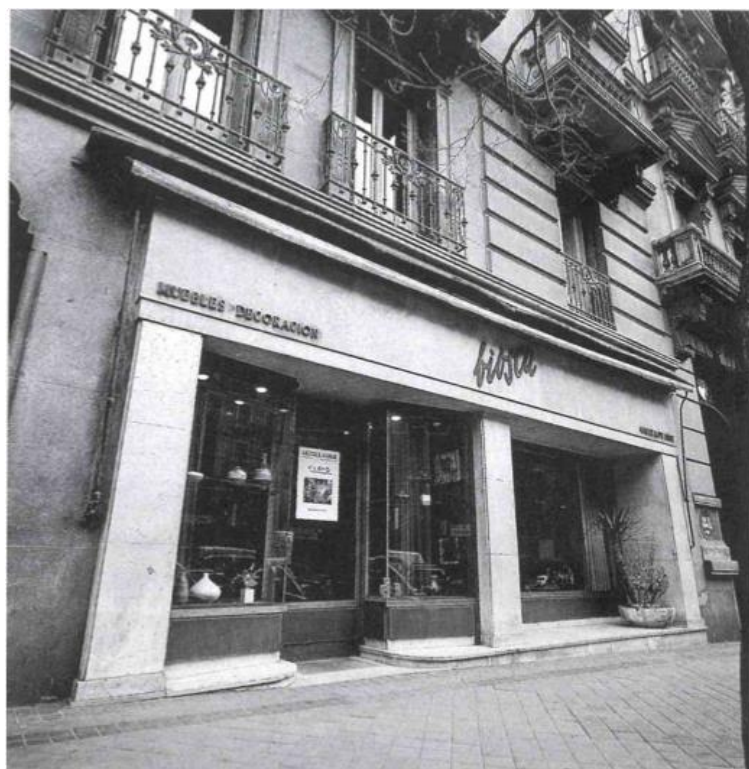


Fig. 2. Fachada de la Galería Biosca. Fotografía extraída de <https://www.museoreinasofia.es/biblioteca-centro-documentacion/archivo-de-archivos/archivo-biosca>



Fig. 3. “Exposición de Modesto Ciruelos en la Galería Biosca”. Madrid. Marzo de 1947. Fotografía extraída de https://es.wikipedia.org/wiki/Archivo:Modesto_Ciruelos._Galer%C3%ADas_BIOSCA.Madrid,mayo_de_1947..jpg



Fig. 4. “Fachada de la Galería Juana Mordó tras el atentado sufrido por la presentación de los libros de Santiago Carillo, La Pasionaria y Régis Debray” Fotografía extraída de <https://esefarad.com/?p=81115>



Fig. 5. “Durante una expo. En su galería con los artistas Feito, Millares, Rivera...”. Fotografía extraída de <https://esefarad.com/?p=81115>



Fig. 6. Sala expositiva de la Galería Juana Aizpuru en Madrid. Fotografía extraída de <http://masdearte.com/centros/galeria-juana-de-aizpuru-3/>



Fig. 7. Galería Soledad Lorenzo. Exposición de Jorge Galindo “Flores y papeles arrancado”, 2009, Madrid. Fotografía extraída <https://www.pinterest.es/pin/525021269033843919/?lp=true>



Fig.8. Obra cartel de la exposición de La Casa Amarilla “La influencia de la Luna sobre la cabeza de las mujeres”. Obra de Sara Quintero “Cinco mujeres bajo la influencia”, 2019. Imagen extraída de <http://galerialacasamarilla.com/exposiciones/la-influencia-la-luna-la-cabeza-las-mujeres/>

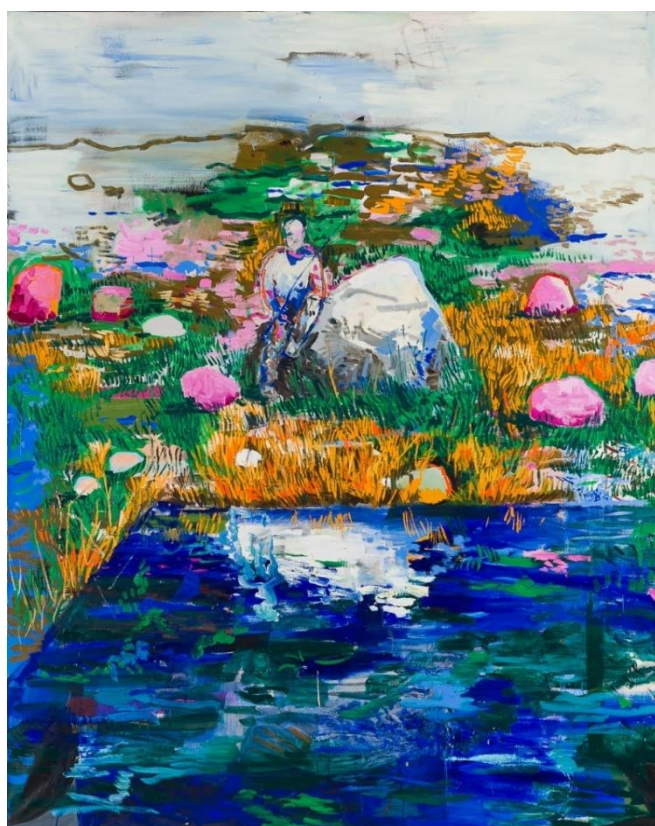


Fig. 9. Obra cartel de la exposición de la Galería Marlborough Madrid sobre Abraham Lacalle. “Estanque”, 2019. Imagen extraída de <https://www.galeriamarlborough.com/>

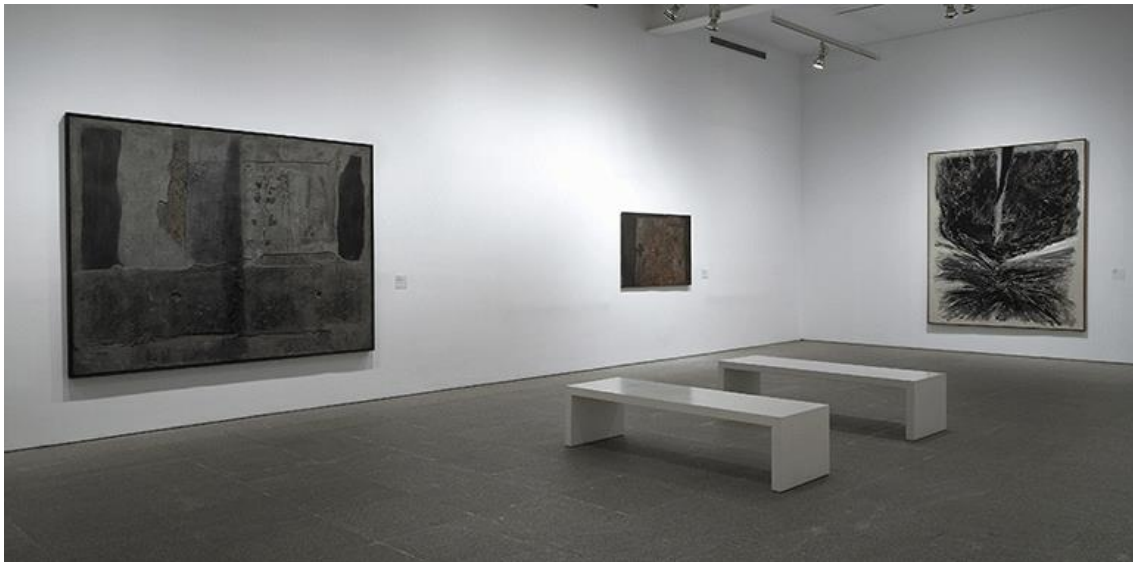


Fig. 10. Sala 406 del Museo del Reina Sofía. Exposición “El arte español de los años cincuenta y su proyección internacional”. Fotografía extraída de <https://www.museoreinasofia.es/coleccion/sala/sala-406>



Fig. 11. Sala de exposición de la Galería Marlborough de Madrid. Exposición de Luis Gordillo. Fotografía extraída de, <https://www.galeriamarlborough.com/>



Fig. 12. Sala de exposición de La Casa Amarilla en Zaragoza. Exposición “La influencia de la Luna sobre la cabeza de las mujeres”. Fotografía extraída de <https://www.instagram.com/p/By3A9A0FRQq/>



Fig. 13. Sala de exposición de la Galería Vanguardia de Bilbao. Exposición “Y los sueños, sueños son”. Fotografía extraída de <http://www.bilbaoartdistrict.com/eventos/exposicion-y-los-suenos-suenos-son/>

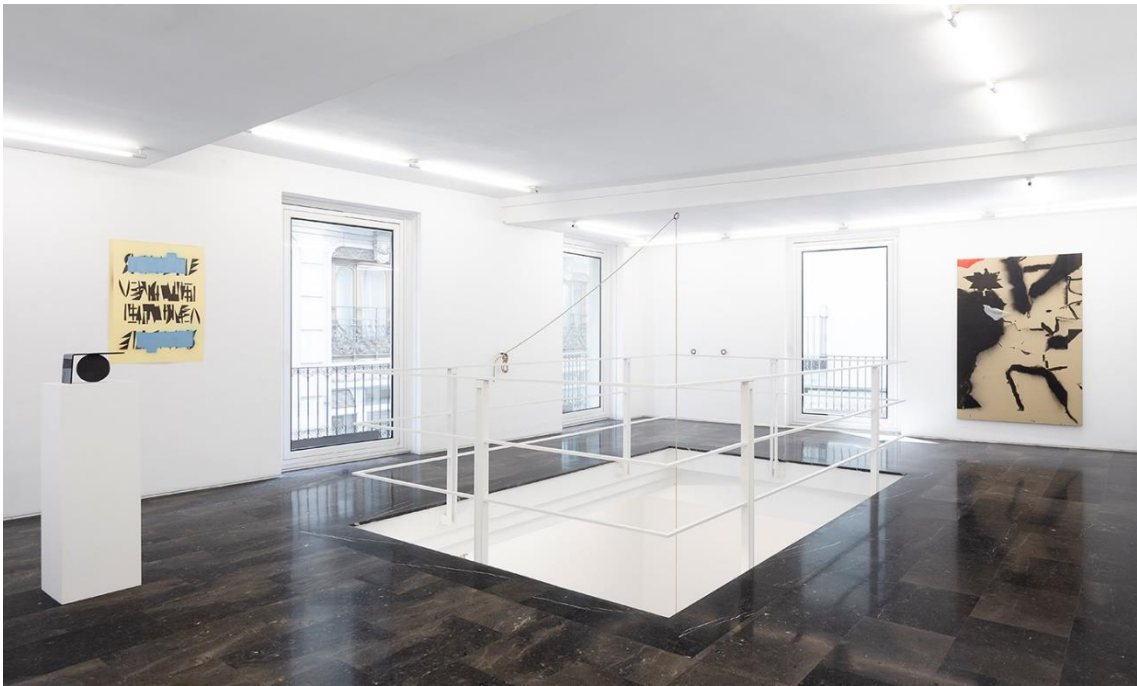


Fig. 14. Sala 2 de la Galería Luis Adelantado de Valencia. Exposición “Durante la construcción de la muralla china”. Fotografía extraída <http://www.luisadelantadovlc.com/durante-la-construccion-de-la-muralla-china-es-2/>

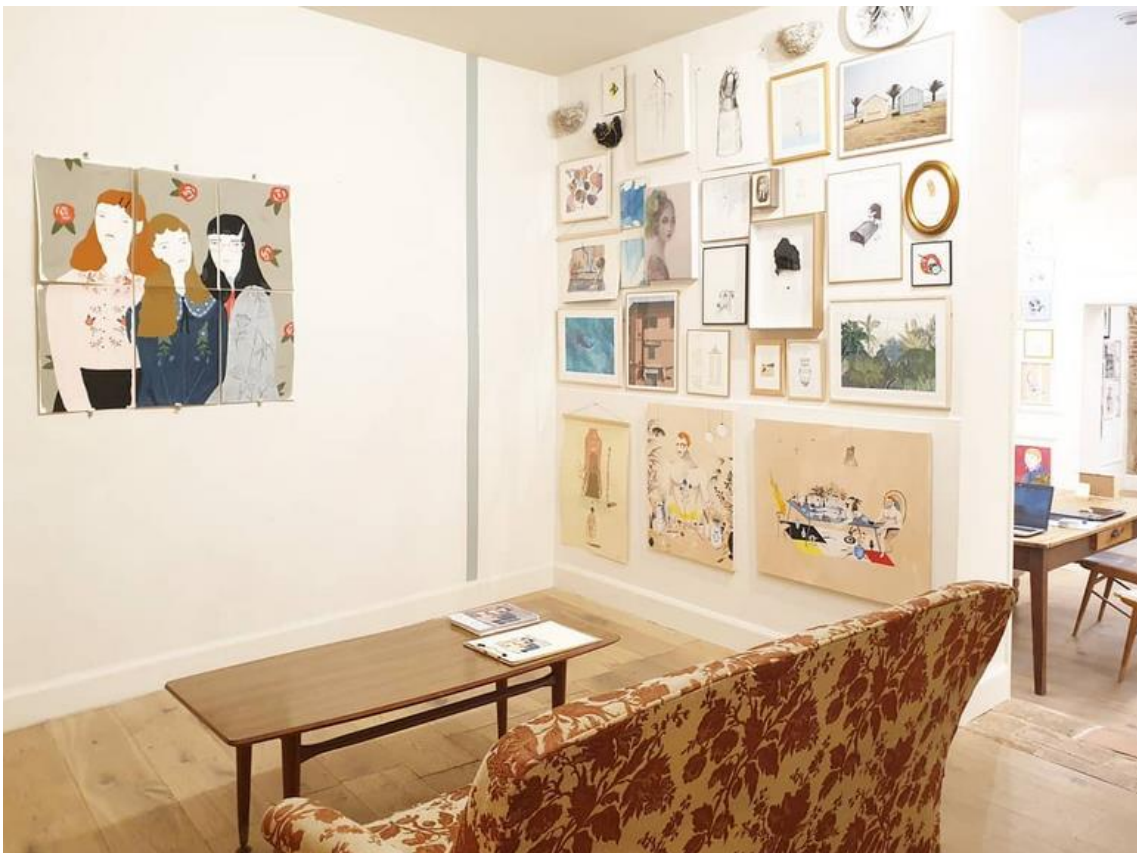


Fig. 15. Sala de exposición de la galería Échale Guindas. Exposición de Alessandra Genuardo. Fotografía extraída de <https://www.instagram.com/echaleguindasgaleria/>



Fig. 16. Sala de exposiciones de la galería Dorothy Circus en Roma. Fotografía extraída de <https://www.instagram.com/dorothycircus/>



Fig. 17. Sala de exposiciones de la galería Dorothy Circus en Londres. Fotografía extraída de <https://www.instagram.com/dorothycircus/>



Fig. 18. Sala de exposición de la Galería Kafell en Zaragoza. Exposición de Samuel Salcedo. Fotografía extraída de <http://madeinzaragoza.es/blog/samuel-salcedo-en-la-galeria-kafell/>

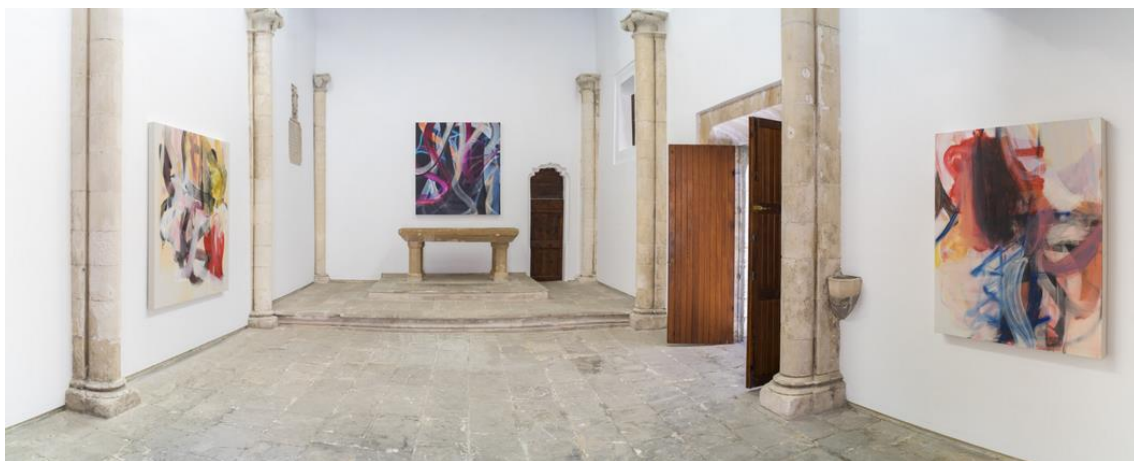


Fig. 19. Sala de exposición de la Galería Kewenig, en el Oratorio de Sant Feliu, Palma de Mallorca. Exposición de Liliane Tomasko, "Amygdala". Fotografía extraída de <https://kewenig.com/exhibitions#slide-0-exhibition-186>

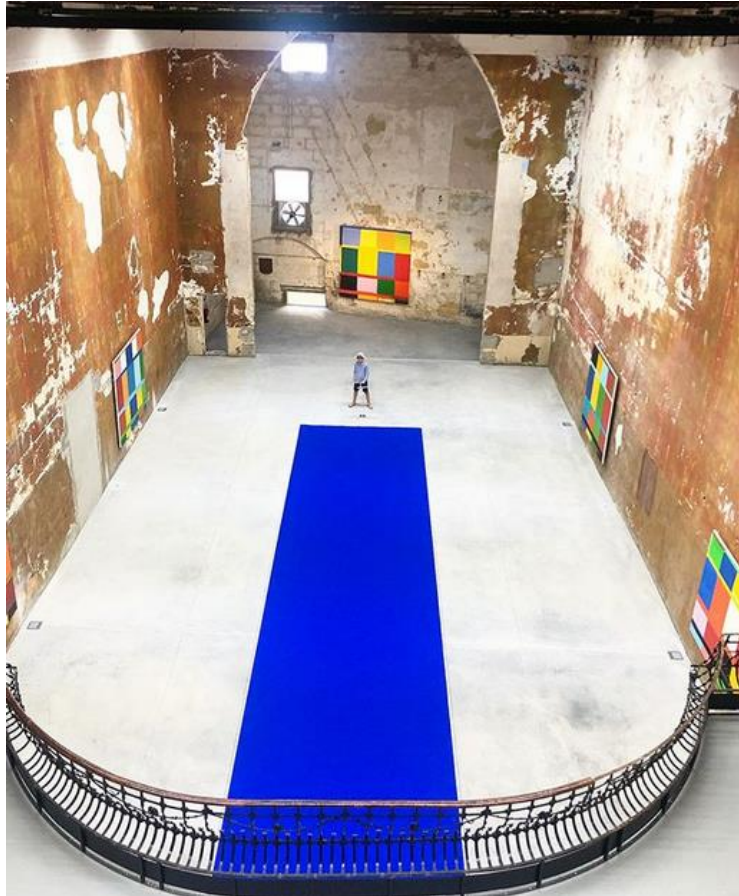


Fig. 20. Sala expositiva de la Galería Cayón en Mahón, Menorca. Exposición de Yves Klein y Stanley Whitney. Fotografía extraída de. <https://www.instagram.com/galeriacayon/>

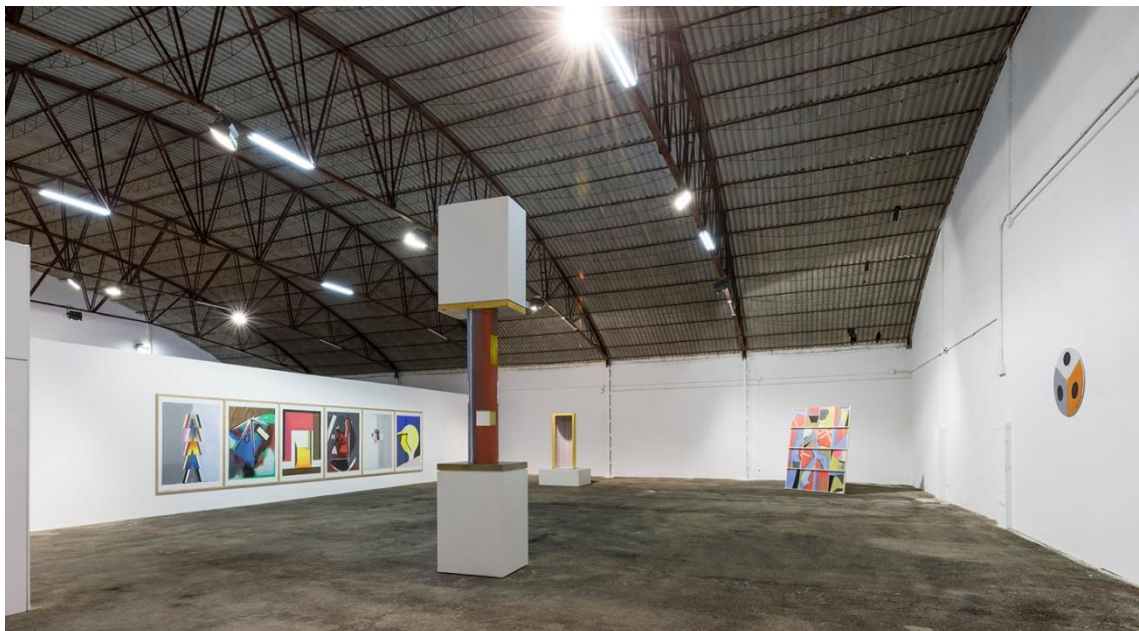


Fig. 21. Sala expositiva en una antigua fábrica de la galería Parra Y Romero, en Ibiza. Exposición de Thomas Scheibitz "A Broken Arm of an Island". Fotografía extraída de <http://www.parra-romero.com/thomas-scheibitz-2/>

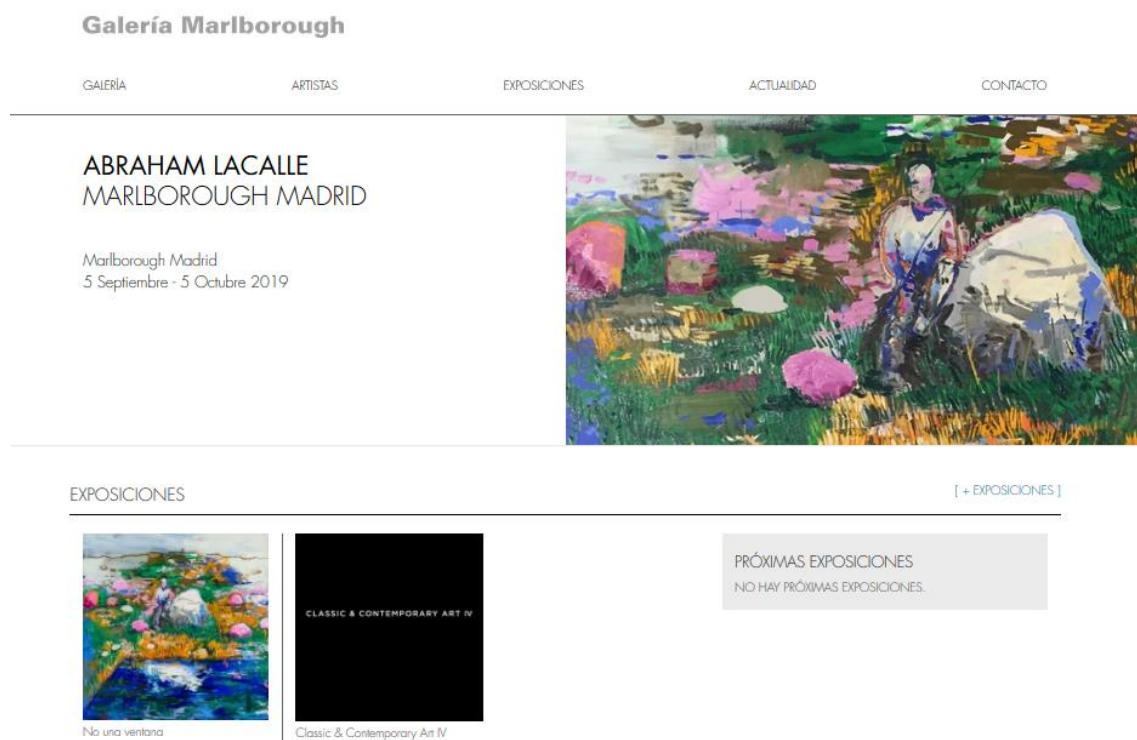


Fig. 22. Inicio de la página web de la Galería Marlborough. Imagen extraída de <https://www.galeriamarlborough.com>

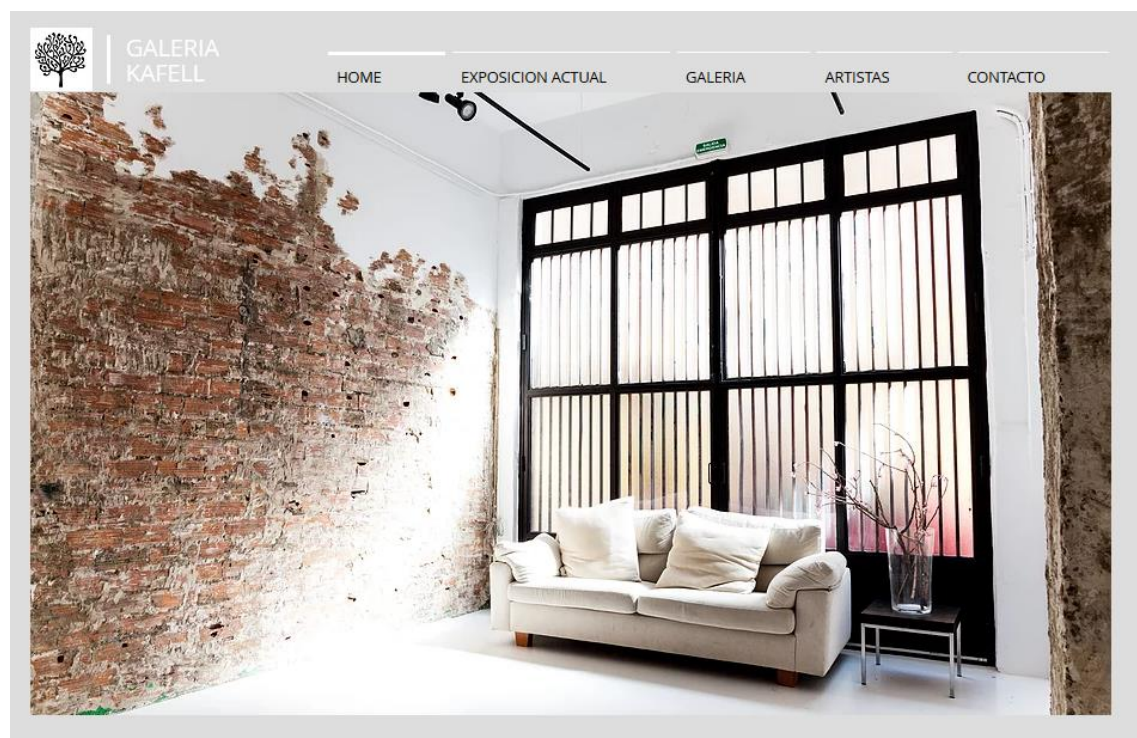


Fig. 23. Inicio de la página web de la Galería Kafell. Imagen extraída de <https://www.kafell.com/>



Fig. 24. Captura del Instagram de la Galería Échale Guindas.
<https://www.instagram.com/echaleguindasgaleria/>



Fig. 25. Captura del Instagram de la Galería Marlborough Madrid.
<https://www.instagram.com/galeriamarlborough/>

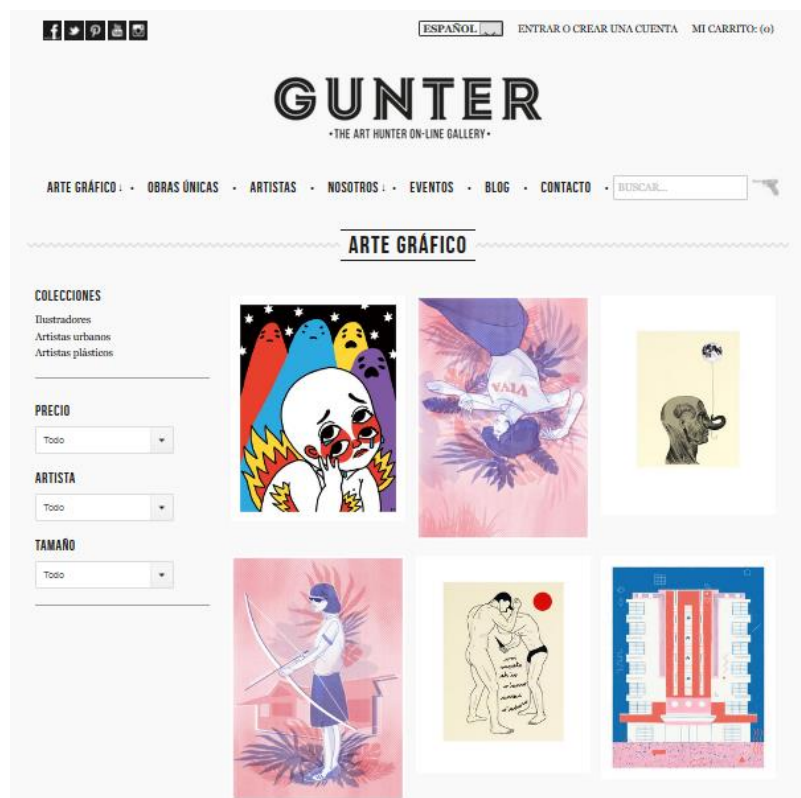


Fig. 26. Captura de la tienda on-line de Gunter Gallery. Imagen extraída de
<https://es.guntergallery.com/collections/fine-art>

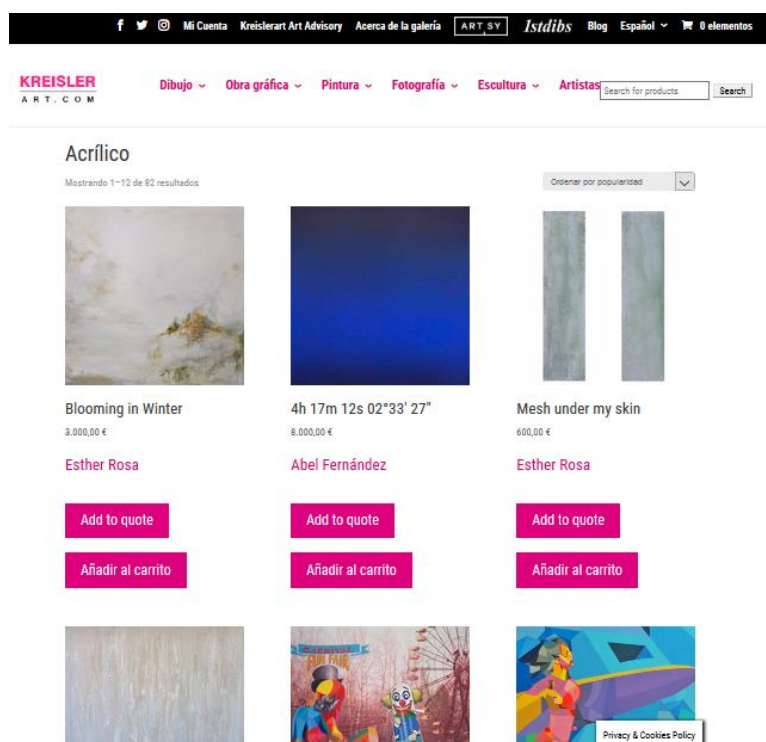


Fig. 27. Captura de la tienda on-line de Kresler Art. Imagen extraída de <https://kreslerart.com/es/categoria-producto/pintura/acrilico/>



Fig. 28. Exposiciones virtuales de PeopleArtFactory. Imagen extraída de http://peopleartfactory.com/gallery/pub_galleries/last_week

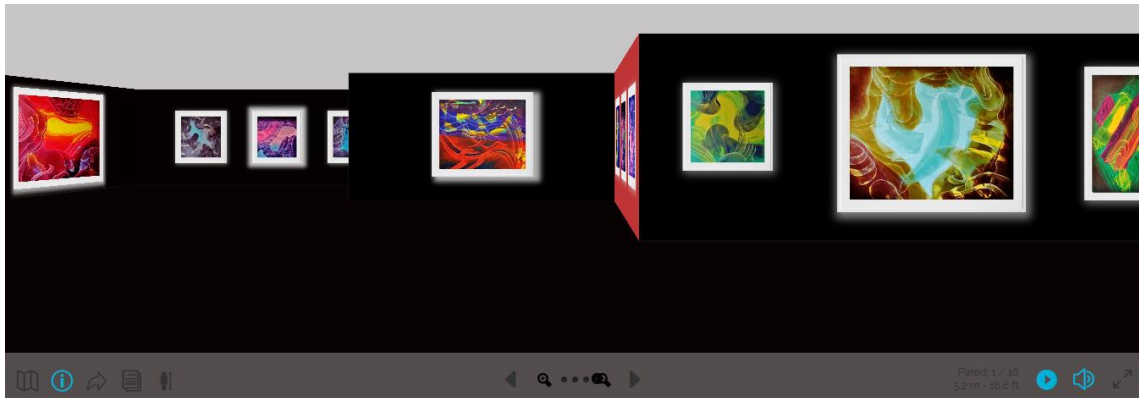


Fig. 29. Sala de exposiciones virtual de PeopleArtFactory. Exposición “La nada en el vacío” de Mauricio Paz Viola.
<http://peopleartfactory.com/g/2740>



Fig. 30. Espacio expositivo de la galería My Name's Lolita Art en Madrid, de G. Exposición de Leo Wellmar.
 Fotografía extraída de <https://www.instagram.com/galeriamynameslolitaart/>



Fig. 31. Fachada de la Galería Antonia Puyo. Foto extraída de <http://www.antoniapuyo.com/galera>



Fig. 32. Sala expositiva de la Galería Javier Silva en Valladolid. Exposición de Maíllo. Fotografía extraída de <http://www.galeriajaviersilva.com/Exposiciones/ExposicionMaillo.htm>



Fig. 33. Interior de la Galería Marlborough en Barcelona. Fotografía extraída de <https://www.laventanadelarte.es/centro/galeria-marlborough-madrid/madrid/madri>



Fig. 34. Entrada de Shiras Galería en Valencia. Fotografía extraída de <https://www.shirasgaleria.es/>



Fig. 35. Entrada de la galería Helga de Alvear en Madrid. Fotografía extraída de <http://helgadealvear.com/>



Fig. 36. Entrada de La Galería Roja en Sevilla. Fotografía realizadas por Miguel Jiménez, extraída de <http://maasaimagazine.com/la-galeria-roja/>



Fig. 37. Sala de exposición de La Fiambrera Art Gallery en Madrid. Exposición de Derek Yaniger “Flat Out Flip Out!”. Fotografía extraída de <https://www.lafiambrera.net/portfolio/flat-out-flip-out/>



38. Fachada de la Galería Mad is Mad en Madrid. Fotografía extraída de <https://www.laventanadelarte.es/centro/galeria-mad-is-mad/madrid/madrid>

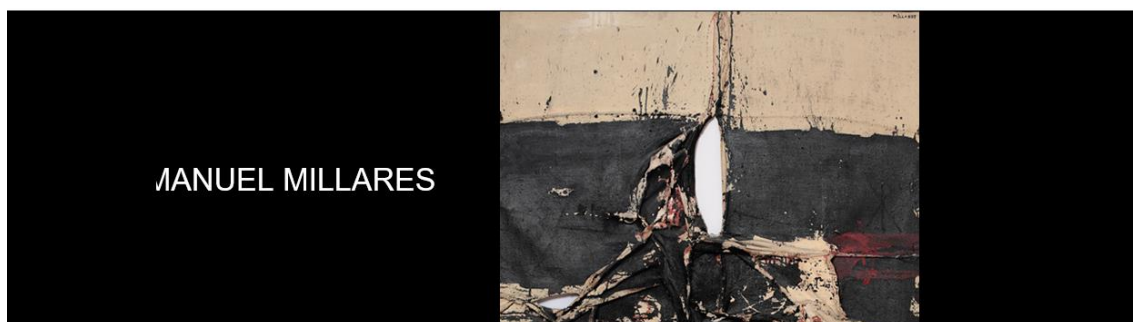


Fig. 39. Inicio de la página web de la galería Lorenart. Imagen extraída de <http://lorenart.es>

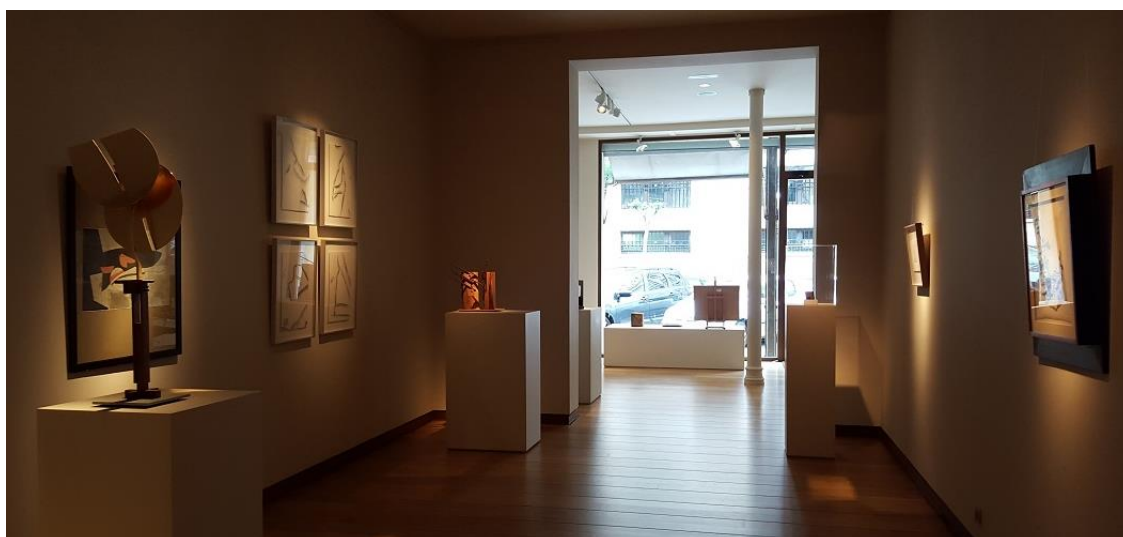


Fig. 40. Sala de exposiciones de la galería Michel Mejuto en Bilbao. Imagen extraída de <http://www.bilbaobizkaiaicard.com/producto/galeria-michel-mejuto/>



Fig. 41. Sala de exposiciones de la Galería Cayón en Madrid. Exposición de Marco Maggi. Fotografía extraída de <http://galeriacayon.com/#/es/Exposiciones/Marco-Maggi-Madrid>

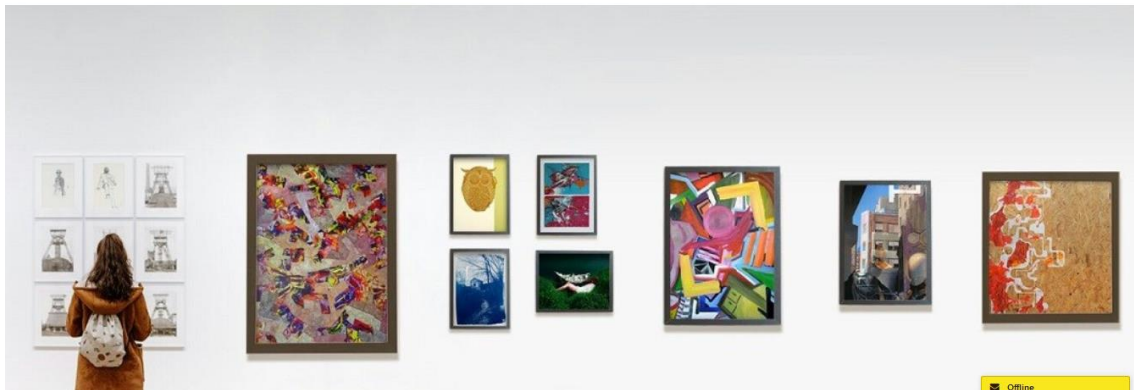


Fig. 42. Inicio de la galería virtual Luna12galeria. Imagen extraída de <https://luna13galeria.com/es/>



Fig. 43. Inicio de la galería virtual Virtual Gallery. Imagen extraída de <https://www.virtualgallery.com/>



Fig. 44. ARCO Madrid 2019. Fotografía extraída de <https://www.esmadrid.com/agenda/arcomadrid-feria-de-madrid>

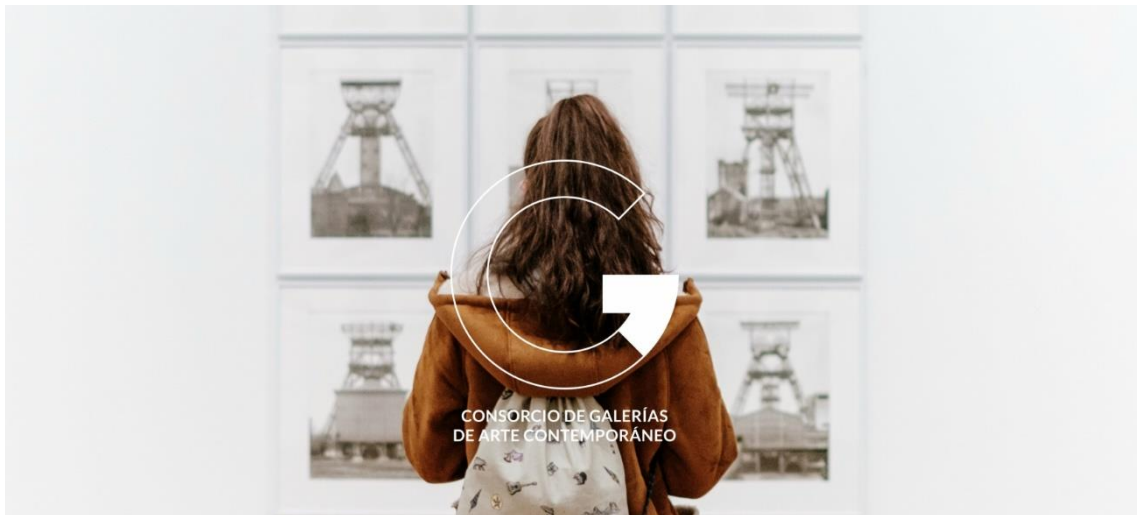


Fig. 45. Imagen original de la portada de Inicio de la página web del Consorcio de las Galerías. Fotografía extraída de <http://www.consorciodegalerias.com/>



Fig. 46. Portada del TFG. Ilustración realizada a mano por la autora del TFG, basada en la imagen de la portada de Inicio de la página web del Consorcio de las Galerías

7. ANEXO DE TABLAS

Tabla 1. Galerías en los años 40 en Barcelona. Tabla realizada por la autora del TFG, cuyos datos han sido extraídos de ZABALA ADRADA, C., “Las galerías de arte...”, *op. cit.*, pp. 14-16.

AÑO DE INAGURACIÓN	Nº GALERÍAS INAUGURADAS	NOMBRE GALERÍA	DIRECCIÓN	PROPIETARIO	DIRECTOR ARTÍSTICO	OTRA ACTIVIDAD COMERCIAL
1940	4	Galerías Augusta	Av.Gnral.Franc o, 478 y Vía Augusta, 2	Antonio Sellarés	Juan Antonio Plá (sobrino del Sr. Sellarés)	
		Galería Pallares	Consejo de Ciento, 345			Muebles y decoración
		Galería la Casa de El Greco	Paseo de Gracia, 98			Editorial de libros de arte
		Galería Mediterránea	Av. Del Generalísimo, 403			
1941	7	Galerías Verdaguer	c/de la Paja, 10			Antigüedades
		Galerías Argos	Paseo de Gracia, 30			Editorial y Librería
		Galería Selecciones Castells	c/Paris, 205			
		Galería Librerías Españolas	c/ Rosellón, 236-238			Librería
		Galerías Diagonal				
		Sala de Exposiciones Arte	c/ Archs, 7, pral.			
		Galería de Arte Alfa	Rambla de Cataluña, 33			
1942	5	Sala Rovira	Rambla de Cataluña, 62	Segimon Rovira i Bori	Xifré Morros (las dos primeras temporadas)	
		Galerías Reig	Paseo de Gracia, 15			Muebles y decoración
		Sala Vinçon	Paseo de Gracia, 96	Sr. Amat		Objetos de regalo
		Sala Llorens				
		Galería Atenea	Rambla de Cataluña, 89			Joyería
1943	2	Galerías Pons Llobet	Paseo de Gracia, 48		F. Gómez Baro	
		Sala Vilomara	c/ Muntaner, 42	Mauricio Vilomara		Librería

1944	1	Galerías El Jardín	Av. José Antonio, 619			Floristería
1945	2	Galerías Franquesa	Diputación, 241			Marcos, molduras y muebles
		Galería Condal	Av. José Antonio, 632 - Paseo de Gracia, 11			Decoración
1946	2	Sala Caralt	Rambla Estudios, 1	Luis de Caralt		Librería
		Sala Velasco?	Rambla de Cataluña, 87			Marcos, molduras y cornucopias
1947	1	Galería Grifé&Escoda	Av. Generalísimo Franco, 484		Juan Escoda	
1948	0					
1949	3	Galerías Lars	Rambla Cataluña, 116	Luis Puig Sabadell		
		Galería Cobasa	c/ Canuda, 23			
		Galería Cristina	Paseo de Gracia, 115			

Tabla 2. Galerías de arte contemporáneo surgidas a partir de 2008. Tabla realizada por la autora del TFG cuyos datos han sido extraídos del Consorcio de las Galerías, <http://www.consoriodegalerias.com/>.

AÑO DE INAUGURACIÓN	Nº DE GALERÍAS INAUGURADAS	NOMBRE DE LA GALERÍA	DIRECCIÓN	DIRECTOR/A	PÁGINA WEB
2009	1	Víctor Lope	c/ Aribau, 75 08036 Barcelona	Victor Lope	victorlope.com
2010	1	Freijo Gallery	C/ General Castaños, 7 28004, Madrid	Angustias Freijo Moulliaa y Manuel González Freijo	galeriafreijo.com
2011	3	The Goma	Fúcar 12 Madrid 28014	Borja Díaz	thegoma.com
		Galería Fernández-Braso	Villanueva, 30 28001 Madrid	David Fernández-Braso	galeriafernandez-braso.com
		Sabrina Amrani	c/ Madera, 23 28004 Madrid	Sabrina Amrani y Jal Hamad	sabrinaamrani.com
2012	2	Galería Javier Silva	c/ Renedo, 8 47005 Valladolid	Javier Silva	galeriajaviersilva.com
		Nogueras Blanchard	c/ Doctor Fourquet, 4 28012 Madrid	Alex Nogueras y Rebeca Blanchard	noguerasblanchard.com
2013	3	Galería Toni Tàpies	Consell de Cent 282 08007 Barcelona	Toni Tàpies	tonitapies.com
		Galería Ponce + Robles	c/ Alameda, 5 28014 Madrid	Raquel Ponce y José Robles	poncerobles.com
		Espai Tactel	Carrer dels Cavallers, 35, 46001, Valencia.	Ismael Chappaz y Juanma Menero	espaitactel.com
2014	2	F2 Galería	c/ Doctor Fourquet 28 28012, Madrid	Paloma González y Enrique Tejerizo	f2galeria.com
		Galería Silvestre	C/Doctor Fourquet 21 28012. Madrid	Vanessa H. Sánchez y Pep Anton Clua Monreal	galeria@galeriasilvestre.com
2016	3	La Casa Amarilla	Paseo de Sagasta 72, local 3. 50006, Zaragoza	Chus Tudelilla	galerialacasamarilla.com
		Puxagallery	Calle Santa Teresa, 10. 28004 Madrid	Nuria Misert y Ángel Antonio Rodríguez	puxagallery.com
		Galería XF Proyectos	c/ Mallorca, 9 28012 Madrid	Xavier Fiol	galeriaxavierfiol.com/madrid-xf

Tabla 3. Tabla que recoge algunas de las ferias de arte contemporáneo realizadas en España. Tabla realizada por la autora del TFG a partir de consultas a diversas páginas webs.

NOMBRE DE LA FERIA	CIUDAD	AÑO DE CREACIÓN	Nº DE EDICIÓN	FECHAS DE CELEBRACIÓN 2019	Nº DE PARTICIPANTES	DIRECTOR/A
ARCO MADRID	Madrid	1991	XXVIII	27 de febrero al 3 de marzo	203 galerías	Carlos Urroz
ART MADRID	Madrid	2006	XIV	27 de febrero al 3 de marzo	+40 galerías, cerca de 200 artistas	Alberto Cornejo Alcaraz
DRAWING ROOM	. Madrid	2016	IV	27 de febrero al 3 de marzo de 2019	40 artistas	Mónica Álvarez Careaga
JUSTMAD	Madrid	2003	X	26 de febrero al 03 de marzo	60 expositores	Semíramis González y Daniel Silvo
ARTESANTANDER	Santander.	1991	XXVIII	13 de julio al 17 de julio.	47 galerías	Juan González de Riancho Bezanilla
FAIM ART INDEPENDIENTE	Madrid	2000	XVII	14 al 16 de Junio de 2019	+200 artistas	Marta Lauje
FIG BILBAO	Bilbao	2011	VIII	14 al 17 de Noviembre de 2019	Aprox. 40 galerías	Iñaki Alonso
ART & BREAKFAST	Málaga	2015	V	14 al 16 de junio de 2019	20 galerías	
FERIA DE ARTE EN CASA	Madrid		V	25 de mayo de 2019	30 artistas	Javier D Guardiola
ART PHOTO BCN	Barcelona			3 al 5 de mayo de 2019		
JUSTMAD	Madrid			26 de febrero al 3 de marzo	60 expositores	Semíramis González y Daniel Silvo
URVANITY	Madrid	2017	III	28 de febrero al 3 de marzo de 2019	24 galerías	Sergio Sancho
FLECHA	Madrid		XXIX	8 de febrero al 10 de marzo		