

## MERCADO DE ARTE ESPAÑOL EN LATINOAMÉRICA (1900-1930)

ANA M.<sup>a</sup> FERNÁNDEZ GARCÍA\*

### Resumen

*La independencia de las colonias españolas en Latinoamérica truncó un fructífero mercado artístico y cultural que no se retomaría hasta el final del siglo XIX. La necesidad de ampliar el saturado mercado artístico español, por un lado, y la creciente pujanza del coleccionismo privado burgués de origen hispano en Latinoamérica, por otro, reforzaron este fenómeno. Asimismo, el siglo XX constata un cambio sustancial en el gusto de otro sector de la clientela: la burguesía criolla, tradicionalmente anti-española y profrancesa, que a partir de 1910 se incorpora de forma abrumadora al mercado de la pintura española.*

*The independence of the Spanish colonies in Latin-America broke a prosper artistic market that didn't recover until the end of the 19th century. The necessity of extending the saturated Spanish market, besides the growing force of private collecting —specially from Spanish descent bourgeoisie— reinforce this phenomenon. In the same way, a substantial change happened in 19th-century artistic taste: the local (criolla) bourgeoisie, traditionally anti-Spanish, entered with a strong force buying masterpieces from Spanish artists.*

\* \* \* \* \*

La génesis de un mercado para el arte español en América comienza, como es de sobra conocido, en la etapa colonial, momento en el que por necesidades de evangelización y de urgente atención suntuaria comenzaron a viajar a ultramar, desde la península, periódicos lotes de pinturas, escultura, grabados y objetos decorativos que, en imbricación con la propias tradiciones locales, se mestizarán en la creación de un barroco americano. Con la independencia de los países americanos, esa estrecha unión comercial en el plano artístico se truncó. Las nuevas repúblicas no sólo renunciaron a continuar el intercambio de objetos artísticos, sino que incluso abominaron de su pasado, y renegaron en todo el continente de la huella cultural española.

Pero lo cierto es que en las dos últimas décadas del siglo XIX y en el primer cuarto del siglo XX se produjo en Latinoamérica, desde el cono sur hasta México, pasando por Venezuela y Cuba, un auténtico boom de la pintura española. Existió un coleccionismo vinculado a las produccio-

---

\* Profesora Titular del Departamento de Historia del Arte de la Universidad de Oviedo. Especialista en Arte Español Contemporáneo.

nes contemporáneas de nuestro país, con distintas intensidades dependiendo de las capacidades adquisitivas de cada burguesía nacional. Definir el porqué y el cómo de ese coleccionismo que justificó el mercado de arte americano en estas fechas es el objeto de este estudio, además de encontrar los mecanismos de promoción y comercialización que alimentaron un intercambio de tal intensidad. Un mercado que además nació sin la presión política del dominio cultural, sino que se originó en perfecto acuerdo con las más elementales leyes del mercado y la correlación entre oferta y demanda.

### **1. La oferta de pintura española. La saturación del mercado peninsular y la apertura hacia nuevos mercados**

En el convulso ochocientos español, momento de grandes cambios políticos y sociales, con una nobleza en decadencia y una burguesía ascendente pero sin la vitalidad de otros países europeos, sólo el Estado, a través de las Exposiciones Nacionales de Bellas Artes, y las iniciativas regionales o locales en Academias Provinciales, Diputaciones Provinciales, Liceos o Ayuntamientos, podían satisfacer medianamente las expectativas de los artistas nacionales. Esos concursos públicos, con sus premios y Becas, en lugar de animar el moribundo mercado, se convirtieron realmente en un rémora para la revitalización, por la excesiva jerarquización de los géneros y la rigidez de sus criterios estéticos. Además las instituciones estatales o provinciales no podían en ningún caso absorber la gran oferta artística de un país en el que cada vez se titulaban más artistas en Academias, en escuelas de artes y oficios y talleres privados o semiprivados (Ateneos, Círculos de Bellas Artes o Casinos) de todas las provincias españolas.

Esa importante y creciente oferta creativa no tuvo en cambio parangón con la demanda existente. La Corona había entregado el relevo del coleccionismo público al Estado, la iglesia ya tenía especialmente menguado su patrimonio desde las desamortizaciones como para aventurarse a nuevas adquisiciones y la burguesía —verdadero motor del mercado moderno— estaba muy concentrada en ciertas regiones como Cataluña o el País Vasco (por lo que no es casual que los principales coleccionistas surgiesen en esos lugares, como Cambó, Güell o Marés, entre otros). El siglo XIX no sólo había sido un periodo de escasa actividad inversora sino incluso una centuria de pérdida patrimonial, desde los saqueos de la Guerra de Independencia hasta la labor de ciertos marchantes franceses o ingleses en nuestro país. El escaso grupo de coleccionistas, con-

centrado en las grandes capitales, tendió mayoritariamente a la pintura antigua pues era continua la llegada de estas piezas al mercado, y también se decantó por la compra de todo tipo de objetos decorativos (antiguos o modernos), como la cerámica, la porcelana, el mobiliario, los esmaltes, textiles o bibelots, piezas que las exposiciones universales se habían encargado de sobrevalorar, y que formaban parte del retrato común del coleccionismo europeo. En este estado de cosas, las posibilidades de los creadores españoles para encontrar un hueco en la península eran muy escasas. Competía con el prestigio de los grandes maestros y estilos del pasado, con la reputación de la arqueología y se enfrentaba al diletantismo de unas nuevas fortunas españolas que buscaban emular los hábitos de la antigua nobleza. Los encargos privados solían limitarse al retrato, la decoración de interiores o el paisaje y las instituciones (estatales o provinciales) no tenían la fuerza económica suficiente como para demandar la ingente oferta producida en el mercado español.

Así las cosas ya en la segunda mitad del siglo XIX la vía de escape de los artistas peninsulares no fue otra que la emigración, temporal o definitiva, hacia capitales europeas o americanas, o la búsqueda individual o colectiva, de nuevos mercados en el viejo continente o en América. Esa emigración artística, ya tratada en otros trabajos (Fernández García 1997), afectó a los pintores y escultores que se instalaron en Roma, París o Londres, pero también a aquellos que emprendieron la aventura americana, como docentes de ciertas instituciones formativas —en el caso de Pelegrí Clavé en México o de Álvarez de Sotomayor en Santiago de Chile— y a los innumerables personalidades del ámbito artístico que ejercieron la profesión libre, que crearon o colaboraron en periódicos ilustrados o satíricos, que fueron retratistas y decoradores desde Norteamérica hasta el cono sur, «*en la espera de una mayor fortuna para acabar allí mis días con la misma laboriosidad que aquí*», tal como explicaba el pintor zaragozano Victoriano Balasanz emigrado a Montevideo (García Guatas 1991: 334).

Pero esa forma de escape por la vía de la emigración artística, para reducir la presión sobre el parco mercado peninsular no alivió la situación en la península. En los primeros años del siglo XX, concretamente en 1911, la propia Academia de San Fernando de Madrid envió varios expedientes al Ministerio quejándose de que «*hay un exceso de producción y falta mercado; a los cuadros que no alcanzan a consecuencia de esto el valor que a su real mérito corresponde, ni siquiera un precio remunerador del capital adelantado y del trabajo; viven la mayoría de los pintores en condiciones de gran limitación de medios y en vez de subsistir con los pinceles se ven obligados a buscar nuevos destinos más o menos relacionados con su profesión pasando a sí de la condición de artistas a la de empleados. (...) Estas condiciones llevan a la emi-*

gración de artistas (son extranjeros, porque allí viven, producen y con aquellas gentes comulgan en costumbres, espíritu y sentimientos)»<sup>1</sup>. En ese expediente se incluyó un cuestionario escrito por los propios artistas donde se planteaban las causas del exceso de producción en el país, la propuesta de mecanismos para potenciar el mercado y, los medios para remediar la crisis existente, propopiendo «*la ampliación del mercado con una activa propaganda del arte español en el extranjero, como la que ha hecho recientemente Alemania en los Estados Unidos*». En ese estado de opinión hay que ubicar también el discurso de ingreso en la Academia de San Fernando de Fernando Álvarez de Sotomayor, a su regreso de Santiago de Chile —donde permaneció como profesor de Colorido y composición y después como Director de la Escuela de Bellas Artes—, que versó precisamente de la necesidad de mantener unas estrechas relaciones artísticas con los estados americanos, recuperando el peso de lo español y revitalizando unos nexos culturales interrumpidos con la emancipación.

Lo que está claro es que en el siglo XIX los mercados exteriores debían abrirse para el arte español, por la ya explicada situación interior y la modificación de los sistemas de intercambio artístico. Londres, París, Roma o Berlín se convirtieron en puntos de referencia obligada, aunque cada vez más las citas iberoamericanas crecían en interés por la creación de un mercado específico de estos productos (lo que denominaremos como «Mercado étnico») y por la extensión a ciertos sectores de la burguesía criolla de los gustos franceses puestos de moda.

## **2. La extensión del mercado europeo en Iberoamérica. El mercado étnico**

La pintura española emigrada, incluida en los circuitos internacionales, viajó a Europa y, muy especialmente a América, tanto a la zona norte —como una continuidad del mercado europeo— como a Iberoamérica, que en ciertos países poseía colonias importantes de emigrantes interesados en reafirmarse cultural y artísticamente en sus raíces a través de la adquisición de piezas de compatriotas y unas capas criollas que, imitando los gustos de París, se suman como coleccionistas a la pintura española, recuperada del ostracismo en que se había visto sumida la tradición hispánica en las décadas inmediatas a la independencia.

En Italia el comercio de pintura española estuvo estrictamente vin-

---

<sup>1</sup> Cuestionario sobre el estado del arte en España. Borrador. Archivo de la Real Academia de Bellas Artes de San Fernando. Doc. 16-46/1.

culado con la colonia de artistas pensionados en Roma, y apenas se puede hablar de un comercio ajeno a ese colectivo artístico. Los artistas españoles pensionados en Roma difícilmente podían mantenerse con el corto estipendio de la beca oficial. Por eso no sólo completaron su formación, sino que frecuentaron los mecanismos comerciales y de promoción que estaban a su alcance. Enviaron obras a las Exposiciones Nacionales de Madrid y a las Internacionales de Munich y París, además de mostrarse en las colectivas organizadas por la Cámara de Comercio Española y en los salones del Palacio del Bellas Artes, cedido por el municipio romano, e incluso en las periódicas exhibiciones de la Academia de San Fernando (con obras de sus pensionados), de los Círculos de Bellas Artes y de los diversos Ateneos provinciales. Desde el punto de vista del mercado no oficial en la etapa de Fortuny el éxito de sus seguidores elevó la cotización de las obras españolas hasta un punto inimaginable: sirva como ejemplo que en 1880 un cuadro de José de Villegas «El bautizo del hijo del general» se vende en 150.000 pesetas, y que sólo cuatro años antes «El pastorcito» de Murillo (el autor barroco más cotizado en el mercado europeo del ochocientos) se adquirió por 120.000 pesetas. La consolidación de esa escuela española en Roma tuvo marchantes propios como Goupil —con centro en París y sucursales en Nueva York, La Haya, Londres, Bruselas y Berlín— quien firmó contratos en exclusiva con Villegas, Jiménez Aranda, Antonio Fabrés, Baldomero Galofre, Casanova o Román Ribera, entre otros, además de su conocida y controvertida relación con el propio Mariano Fortuny. También actuaron en la colonia romana otros marchantes, como el inglés Wallis, y los italianos Capobianchi y Pirozzini. Y es que la clientela de la obra producida en Italia por los pensionados era muy variopinta. En gran medida estaba destinada a mercados exteriores: británicos, alemanes y franceses, y también viajó con frecuencia a galerías españolas (la casa Bosch de Madrid y la Parés de Barcelona), e incluso a América de la mano de Vanderbilt y de Artal, en Norteamérica y Argentina respectivamente. En Italia hubo también un coleccionismo para las pinturas españolas, de aristócratas amigos de lo español como los príncipes de Torlonia o de nobles peninsulares residentes como la marquesa viuda de Gándara, princesa de Serignano, que además envió obra de pintores españoles a coleccionistas americanos. Cabe señalar también la presencia de un coleccionista como el norteamericano William Hood Stewart, quien reunió una importante selección de piezas de la colonia española en Roma y París, rematada en Nueva York en 1887<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> Grabado de la venta neoyorkina reproducido en *La Ilustración Española y Americana*, Madrid, 1887.

Precisamente en París la pintura española gozó por estos años de una singular aceptación del mercado. La capital del Sena era entonces el centro cultural y artístico del mundo occidental, la referencia para el coleccionismo y la cita obligada de los inversores más sagaces. Tanto la colonia de pintores peninsulares residentes, como aquellos que permanecían en España o trabajaban en Roma procuraron integrarse en esa cada vez más tupida red comercial del arte, tejida por los marchantes —con Goupil y Durand-Ruel a la cabeza—, los coleccionistas —tanto franceses como de otras procedencias— y los críticos de arte. En momentos en lo que se pone de moda lo español, el mito romántico y exótico de España, la pintura explota estos tópicos en temas de costumbres, en los cuadros de factura preciosista de los taubletines puestos de moda desde «La Vicaría» de Fortuny, las aportaciones más modernas del cambio de siglo con Nonell o Zuloaga a la cabeza y incluso los planteamientos de vanguardia con Picasso a la cabeza. Desde luego París no fue exclusivamente el laboratorio más novedoso de las artes, sino el centro del comercio internacional del arte, frecuentado además por el coleccionismo norteamericano, con figuras tan relevantes como Henry Frick o Steward, y por el iberoamericano que también se había sumado entonces a la fascinación general parisina. Como ha señalado Reyero, hubo una auténtica «avalancha de temas españoles que inunda el mercado artístico parisino» (Reyero: 1993, 157).

En Gran Bretaña la llegada de pintura española es la más antigua de Europa, pues procede de la Guerra de la Independencia y de la configuración de ese mito romántico de España que se gesta en la isla en la primera mitad del siglo XIX. Ya se conoce la influencia de los pintores ingleses como David Roberts en la pintura romántica andaluza (Calvo Serraller, 1981, pp. 79-102) y el éxito del pintoresquismo de Escacena, los Bécquer, Esquivel o Barrón en el floreciente mercado inglés y en los británicos instalados en la península como el vicecónsul inglés de Sevilla Julian B. Williams, protector de Antonio María Esquivel, o del propio Richard Ford, amigo de los Bécquer y de José Gutiérrez de la Vega. Muchas de esas piezas, que recogían visualmente los tópicos andaluces tan del gusto de las mentes románticas, eran enviadas a la isla a través de Gibraltar, por lo que no resulta extraño que José Domínguez Bécquer por ejemplo tuviese un corresponsal en el peñón para tales menesteres. En la segunda mitad del ochocientos, el mercado londinense acoge también con gran éxito los temas costumbristas españoles, primero con la pintura de casacones y posteriormente el regionalismo. El casacón o género del siglo XVIII supuso una trivialización de la pintura de historia y fue para los británicos, como han señalado Hook y Poltimore (1986,

142) un género especialmente afín a un mercado burgués que miraba con nostalgia el gusto aristocrático del Antiguo Régimen. El preciosismo de Meissonier trasladado a la escuela española tuvo su mayor éxito británico en Fortuny, que inició su coqueteo con el mercado londinense con «El Encantador de Serpientes», expuesto en la French Gallery de Wallis en 1871 y continuaría en los años siguientes con cifras desorbitadas que superaban con creces los altos precios del propio Meissonier. Sirva como ejemplo que en 1874 Agnew vende «Almacén de alfombras en Marruecos» por casi mil quinientas libras esterlinas, en unas fechas en las que el francés no se cotizaba por más de setecientas (Redford, 1888, p. 196). El mismo tipo de pintura amable, refinada y de gran calidad técnica llegó de los pinceles de Ignacio León y Escosura —un clásico de las salas de subastas de Londres—, Vinea, Francisco Domingo o Raimundo de Madrazo. De esta manera, un crítico inglés afirmaba en 1882 que la pintura española estaba a los ojos del mundo a un nivel «como no había tenido nunca desde los días de Velázquez»<sup>3</sup>. En las publicaciones más difundidas en la isla aparecían además frecuentemente reseñas de viajes a España en las que se trazaba una visión folklórica de la península, con ilustraciones castizas, de majas y andaluzas de Raimundo de Madrazo. Ese prestigio comercial de la pintura de nuestro país se prolongó hasta los primeros años del siglo XX, dejando paso a Sorolla, Zuloaga o Pradilla, a quienes la prestigiosa revista *The Studio* dedicaría sendos estudios monográficos.

Ni en Roma, ni en París o Londres —si se exceptúa la corta nómina de españoles residentes en esas capitales—, se puede hablar en sentido estricto, como tampoco sucede en Norteamérica, de un coleccionismo de base étnica, sino de un interés artístico innegablemente comercial, que coincide con la puesta en valor de los tópicos de la pintura de casacón, del exotismo de la pintura orientalista o el neogoyismo. El éxito comercial de Fortuny y sus seguidores, y el prestigio de la escuela española antigua, contribuyeron a proporcionar el adecuado lanzamiento económico a unos pintores que afianzaban su consideración por sus relaciones con los marchantes internacionales y con el coleccionismo burgués del momento. En América, la dinámica del mercado del norte es diferente a la del resto del continente y tiene claros puntos de contacto con el fenómeno europeo. Existieron importantes coleccionistas norteamericanos, incluidos mayoritariamente en el entusiasmo por lo español a partir de la moda impuesta desde Francia y sólo la figura de Archer Milton Hun-

---

<sup>3</sup> *The Magazine of Art*, vol. V, Londres, 1882, p. 287.

tington (Coddington, 1999) revela a un coleccionista con intereses culturales e intelectuales de mayores miras que el adocenado seguimiento de las modas internacionales.

En Iberoamérica hubo una llegada masiva de productos artísticos españoles que encuentra parcialmente su justificación en la existencia de unas redes de mercado vinculadas a la migración peninsular y también, en el sector de la población criolla, por la asimilación de los modelos parisinos. Tal fenómeno surgió de forma espontánea, sin ninguna clase de fomento oficial por parte de las autoridades españolas. Nació ante la existencia de unas necesidades suntuarias, que empujaron a la creación y mantenimiento de mecanismos de comercialización artística que desde sus primeros tanteos estuvieron vinculados a la colonia española en aquellas capitales.

El intenso comercio artístico de la etapa colonial, movido por fines didácticos, enaltecedores de la monarquía y evangelizadores se había interrumpido con la independencia. El coleccionismo privado posterior desbancó al antiguo mecenazgo eclesiástico y oficial, suprimió la relación directa entre cliente y artista y favoreció la aparición de las galerías artísticas, como establecimientos mediadores entre la producción y la venta. Las galerías dieron lugar a los marchantes y los críticos y también a las exposiciones colectivas o individuales, impensables en la etapa colonial en la que cada pintura respondía a un encargo.

Estos factores que determinan el intercambio artístico «moderno», que supera antiguos esquemas gremiales y de mecenazgo directo tuvieron cumplido eco en toda América. En este sentido hay que destacar el papel de sala de exhibiciones en los centros regionales españoles (Club Español de Buenos Aires, Centro Español de México,...), en la sede de *El Diario de la Marina* —periódico vinculado por la dirección y los lectores con la colonia española— en La Habana, en la Hispanic Society de Nueva York o en galerías o instituciones expositivas mejicanas, peruanas o venezolanas. No obstante el cono sur de América, por su singularidad económica y social, prácticamente capitalizó las más importantes muestras de intercambio artístico entre España y América desde fines del siglo XIX hasta la década de los treinta en el XX. En las capitales del sur americano existía un amplio sector burgués nacido de la exportación de productos agropecuarios a Europa y residía una importante colectividad inmigrante de origen peninsular que encontró en el fomento y adquisición de las obras procedentes de España un modo más de identificación nacional y, por supuesto, un símbolo de su preeminencia social y el nivel económico conseguido, a través del gasto suntuario. El análisis de los mecanismos de comercialización artística remite reiterativamente a la colonia



española. Miembros de ella fueron marchantes y críticos, ciertas instituciones hicieron las veces de salas artísticas y especialmente fue la colectividad peninsular su principal cliente, influyendo decisivamente en la modificación del tradicional gusto criollo volcado hacia la plástica francesa.

En fechas anteriores al origen de las galerías del fin de siglo, entendidas éstas como establecimientos comerciales destinados de forma específica y continuada a la exhibición y venta de objetos artísticos, existieron en Buenos Aires, en Santiago y en Montevideo locales que ejercieron de ocasionales salas expositivas. Eran mayoritariamente bazares de artículos de toda índole, en los cuales se mostraban eventualmente piezas artísticas de variada procedencia. Se conoce la existencia de algunas casas comerciales de este tipo como Costa, Burgos, Hardoy, Ruggero, Bossi, Oliva y Schnabl, Galli y Nocetti y Repetto. Allí se exhibían piezas de calidad, obras mediocres y copias —más o menos buenas— de cuadros famosos. Así describía la crónica del diario *El Nacional* en 1888 su impresión respecto a estos establecimientos: «*La mayor parte de nuestros bazares conocidos se hayan más que nunca desbordantes de objetos artísticos de todo género. Telas, bronces, mármoles, etc. en los que el transeúnte desocupado tiene donde recrear la vista durante horas enteras. Se comprende que habiendo tal exceso de importación artística, todas no han de ser obras maestras, y así vemos gran cantidad de cuadros, mármoles o bronces de mérito discutible, cuando no mediocre, e infinidad de trabajos de segundo orden, reproducciones de escaso valor, al lado de algunas telas o mármoles de elevado valor que llevan al pie la firma de maestros conocidos*»<sup>4</sup>. En ocasiones mostraron aquellos escaparates piezas procedentes de la escuela española coetánea, que parecían gozar de cierta aceptación entre la burguesía de origen peninsular.

Poco tiempo después el protagonismo en este tipo de iniciativas correspondió a fines de siglo al industrial español José Artal, gerente de la empresa Reus en Montevideo y radicado durante la década de los noventa en Buenos Aires (*Los salones Artal*, 1995). Fue miembro influyente de la Cámara de Comercio Española, y incluso presidente durante varios años. Pese a su actividad eminentemente industrial, Artal ya en Montevideo y después en Buenos Aires fomentó la realización de las llamadas genéricamente «Exposiciones de Arte Español», que desde 1888 se celebraban en los locales de la Cámara en Buenos Aires. Cogió por tanto el relevo de las primeras exhibiciones de productos españoles que a iniciativa del embajador Juan Durán Cuervo se habían hecho con la

---

<sup>4</sup> «Correo del Día. Arte en Buenos Aires», *El Nacional*, Buenos Aires, 1 de septiembre de 1888, pág. 2.

misma filosofía de repetición de firmas, variados expositores e interés por el boceto, el paisaje y la escena de costumbres, de años atrás. Pero Artal encontró que los cauces burocráticos impuestos por este organismo mercantil impedían el desarrollo óptimo de este tipo de iniciativas. Después de la última exhibición de 1890 en la capital argentina, y a título privado, intentó atraer hacia el Río de la Plata el buen hacer de las mejores firmas pictóricas de la península, convirtiéndose en intermediario entre la colectividad española y los artistas. Esta experiencia personal cuajó en la inauguración, ya en Buenos Aires, del primer Salón Artal en la galería de arte Witcomb.

Witcomb, casa fundada como taller de fotografía en 1892, acordó con el español la realización de periódicas muestras de arte peninsular, con piezas seleccionadas para él en París por Francisco Domingo Marqués, José Villegas en Roma y ocasionalmente Joaquín Sorolla en Madrid. Desde entonces hasta 1914, fecha en la que regresa a España por razones políticas, dirigió estas muestras, contactando también con españoles residentes en Buenos Aires, Santiago o Montevideo para fomentar encargos particulares, preferentemente de retratos. Artal amplió las habituales tareas de miembro destacado de la Cámara para convertirse en un auténtico valedor de la escuela artística española en los estados del Plata y un marchante de importantes contactos.

Gracias a la labor de Artal se inauguraron primero en Buenos Aires, y después en Montevideo y Santiago, las muestras de arte español, y nació la primera galería, el Salón Witcomb, con caracteres modernos y continuidad exhibitiva. La comercialización de la pintura española y el nacimiento en ambas ciudades de los modernos mecanismos de transacción artística se iniciaron con José Artal, ayudado por el encargado del establecimiento, el español Rosendo Martínez. Juntos realizaron una actividad que encontrará en otras colectividades y en otras instituciones réplica perfecta, aunque nunca con tan amplia difusión y continuidad. Así el Salón Müller en Buenos Aires se convertiría en el local de exposiciones de origen alemán, la Galería Londres del Británico, mientras que Philippon y L'Eclectique fueron negocios imbricados con la igualmente poderosa sociedad francoargentina. Como sucedía con Witcomb —y en menor medida con Costa y Castillo— la clientela de tales exhibiciones procedía de los miembros de la respectiva colectividad extranjera en la capital porteña, y todas recibían el acicate económico y propagandístico de cada centro nacional.

Alentado por el éxito de Artal, acudió a la casa Witcomb en 1901 el pintor y marchante andaluz José Pinelo, que desde esa fecha iniciaría la costumbre de organizar en éste y otros salones (Costa y Castillo) mues-

tras anuales de pintura española, integradas preferentemente por piezas de la escuela andaluza y de la pintura de la colonia española en Roma, pues no en vano permaneció en Italia durante cuatro años, hasta 1883. Pinelo amplió aún más el mercado viajando con cada lote a Buenos Aires, después a Montevideo, a Santiago de Chile e incluso a Río de Janeiro. Precisamente los salones en los que trabajaba eran los más destacados de Buenos Aires. Castillo había nacido, como Witcomb, a partir de un laboratorio fotográfico que después de valorar el éxito conseguido por su rival en la exhibición de productos artísticos, creó una sala semejante destinada mayoritariamente a muestras de arte español y argentino. Witcomb, Costa y Castillo fueron los establecimientos mejor preparados para los fines expositivos y a ellos se refería la crónica de *La Tribuna* en 1906 en los siguientes términos: «*Existen tres salones de exposiciones entre nosotros. El más amplio, el del señor Costa, no sólo es demasiado estrecho para este objeto, sino que ofrece todos los inconvenientes restantes, siendo aquélla su única ventaja. El Salón Castillo es un zaguán, un pasadizo o un salón. Del de Witcomb no se puede decir nada. [...] Los tres son las galerías de mayor relevancia en esta ciudad ávida de bellas artes*»<sup>5</sup>. Pero también hubo ocasionales marchantes de arte español en las capitales del cono sur. Destacan en este sentido las presencias en Buenos Aires y Montevideo del pintor Eliseo Meifrén, quien ya desde los últimos años del ochocientos frecuentó ambos puertos con obras propias y ajenas para explotar al máximo unos mercados que se antojaban inusitadamente ricos para la comercialización artística. La misma intención tuvieron las muestras itinerantes por varias capitales de los hermanos Bou, activos en la zona desde 1917, e incluso el gallego Alejandro Pardiñas que acudió a las citas expositivas anuales desde 1921. Este último marchante se hizo tristemente famoso por los métodos de ventas utilizados. Baste como ejemplo que con motivo de la exposición de 1927 de arte español celebrada en la sala Christofle de Buenos Aires, el embajador español remitió una carta al Ministro de Estado en la que afirmaba con respecto al comerciante que «*para sacudir la apatía de los concurrentes a la exposición suele emplear el poco eficaz método de prometerles promesas de condecoraciones españolas en recompensa de las adquisiciones que decidan hacer de los cuadros por él aportados a esta fingida Jauja*»<sup>6</sup>.

Los centros vinculados a la inmigración española también funcionaron en ocasiones como centros expositivos. Por ejemplo, el Club Español de Buenos Aires ya en los últimos años del siglo XIX llevó a cabo

<sup>5</sup> «Salones de pintura», *La Tribuna*, Buenos Aires, 17 de julio de 1906, pág. 2.

<sup>6</sup> Carta del Embajador Español dirigida al Presidente del Consejo de Ministros. Archivo General de la Administración, Alcalá de Henares, A. E., Caja 9207.

pequeñas muestras de pintura peninsular, en el vestíbulo de la institución. La más afamada fue la celebrada por pintores españoles radicados en la capital argentina en febrero de 1898, en un intento evidente de potenciar a tales artistas en el mercado porteño, después del trauma sociológico de la pérdida de Cuba y Filipinas<sup>7</sup>. Otros centros regionales, como el Casal de Catalunya, el Centro Gallego, el Centro Asturiano o el Laurak Bat —en las tres capitales del cono sur— fueron eventuales sedes de exhibiciones de plásticos de las respectivas procedencias, especialmente en la tercera década del novecientos, cuando se suceden las muestras de tono regional. .

Por el trabajo de los marchantes españoles y el interés de los centros regionales se favoreció el traslado de piezas de pintura española, en grandes contingentes, que son lo que en el catálogo de la muestra organizada por Caja de Madrid se ha dado en llamar como «los otros emigrantes» (VV.AA. 1994), refiriéndose a la paralela arribada al sur del continente de masas humanas españolas junto con remesas pictóricas de idéntica procedencia geográfica. En esa exposición se realizó un somero recorrido por la historia expositiva del arte español en Buenos Aires, recurriendo a una parte pequeña de los fondos actualmente albergados en el Museo Nacional. La calidad de las piezas mostradas y la fama de sus autores atestiguan la vitalidad del mercado porteño, que por proximidad geográfica e idiosincrasia nacional se extendió al mercado de Montevideo y Santiago de Chile, e incluso a Brasil y Paraguay. En el clientelismo de pintura española en estos lugares pueden distinguirse al menos dos impulsos básicos, sucesivamente cronológicos. El inicio de la adquisición de pintura española correspondió a la capa inmigrante peninsular, que tanto Artal como el resto de los marchantes conocían, pues un simple repaso a las listas de compradores conservadas en los archivos de Witcomb<sup>8</sup> revela que la procedencia mayoritaria durante las primeras exposiciones era precisamente española, generalmente de comerciantes burgueses o propietarios agrícolas con un medio o alto poder adquisitivo, relacionados de alguna manera la Cámara de Comercio Española. Una colonia española que en ocasiones estaba emparentada con pintores españoles, tal como sucedió con José Casado del Alisal (Portela Sandoval, 1986), hermano del emigrante a la Argentina Carlos, y que aún sin mediar relación familiar, valoraba el arte de su localidad de origen como una reivindicación de su

---

<sup>7</sup> *El Correo Español*, Domingo, 6 de febrero de 1989, p. 1.

<sup>8</sup> Archivos de la casa Witcomb cedidos amablemente por la viuda de Rosendo Martínez, doña Anita Lires de Buenos Aires. Allí hemos podido consultar varias listas de compradores, algunas con indicaciones de su procedencia nacional.

procedencia. Resulta igualmente explicable cómo los salones con escenas costumbristas gallegas en el Centro Gallego, temas portuarios barceloneses de Monturiol en el Casal de Catalunya o paisajes asturianos en el Centro Asturiano, servían para sus socios como una válvula de escape emocional que les regresaba a su patria, a aquel terruño que dejaron atrás para emprender la aventura del desarraigo migratorio.

Además la eclosión en las ventas de pintura española en el sur de América coincide con los momentos de mayor peso económico de estos países en el continente, donde existían sectores sociales acomodados, capaces por tanto de interesarse por bienes superfluos. Pero eran también países que habían recibido, y estaban recibiendo, un mayor número de emigrantes procedentes de la península, formándose colonias de residentes cuantitativamente importantes y que cada vez más intervendrán en los asuntos públicos de las jóvenes repúblicas. También abunda en el auge de la pintura española la recuperación intelectual de la tradición cultural española en América. *La Raza Cósmica* de Vasconcelos en México, *La Gloria de Don Ramiro* de Enrique Larreta en la República Argentina o los escritos de Ricardo Ugarte, advierten el deseo de legitimar un modelo cultura autóctono a partir del nexo histórico de lo español (Fernández García, 1997).

Y la emigración española no sólo actuó como presión cultural en las sociedades de inserción, sino que se convirtió en los países analizados en la clientela por excelencia de los productos remitidos desde la península. Existió, como hemos visto en los párrafos anteriores, un clientelismo de origen español, unas galerías relacionadas con la colonia peninsular y unos marchantes procedentes del país. Coincide por lo tanto con los que los economistas denominan como «mercado étnico» (Berg 1991). La historia económica denomina a este mercado como aquél adscrito a una determinada nacionalidad, que influye en las redes de mercado, en las especializaciones artesanales, inicialmente en sociedades preindustriales. También se ha empleado en los análisis relativos a la emigración para aludir a la demanda procedente de una determinada colectividad nacional asentada en el extranjero, con una labor mediadora de comerciantes también emigrantes, que trabajaban con un tipo de mercancías susceptibles de ser apreciadas en mayor medida por sus compatriotas (Evers 1994).

En lo relativo al arte español las redes de mercado en el cono sur fueron dirigidas por españoles, con clientes de las colectividades españolas, y productos representativos del país de origen. Las escenas de costumbres, los retratos de tipos españoles, los paisajes de la diferentes geografía nacional, coexistieron junto al retrato —género burgués por excelencia, realizado a partir de fotografías desde la península—, además

de algunos taubletines (tan exitosos en el mercado europeo), con asuntos ambientados en el siglo de oro. Esas iconografías locales, los asuntos folklóricos o de tono costumbrista no hacían sino reafirmar su oriundez y remover su nostalgia. Y es que el mercado emigrante se mantuvo durante años inmutable en sus exigencias, y todavía hacia 1930 se valoraba el regionalismo por encima de propuestas más moderna. Baste como ejemplo que desde 1901 se exhibieron cuadros de Pablo Picasso en las muestras de Artal en Witcomb, y las obras pasaron sin pena ni gloria por la sala, la crítica las ignoró y la clientela rehuyó una forma pictórica inusual en aquellas exposiciones.

Sería conveniente por último intentar explicarse el interés de los pintores españoles por el mercado sudamericano y más concretamente por el del cono sur. Realmente casi todos nuestros pintores, incluso los más consolidados internacionalmente, mandaron periódicamente obras suyas, y viajaron al otro lado del Atlántico para promocionar su producción como sucedió con Julio Romero de Torres<sup>9</sup>, que fue recibido en Buenos Aires y Montevideo como gran aclamación popular en 1922. Un Romero de Torres que, a pesar de su innegable éxito comercial en su país, ampliaba su mercado con los encargos frecuentes que este viaje consolidaría pues en la muestra de Witcomb se vendieron prácticamente todos los cuadros a excepción de conocido como «la muerte de Santa Inés», en el que rechazó una importante oferta del Gobierno Argentino, con destino a la catedral de Buenos Aires. En estos mercados los mejores y los más mediocres pinceles españoles podían conseguir galardones, y beneficios económicos importantes. Incluso en algunos casos se podía llegar a ignorar ciertos problemas aireados por la prensa española. Es el caso de Enrique Martínez Cubells, quien en 1904 fue acusado públicamente de plagio, por copiar al parecer una obra del inglés Snadstrom. Por ese motivo fue prácticamente olvidado en las muestras españolas, vituperado por la crítica, y a partir de entonces se volvió un asiduo de las exposiciones celebradas en el cono sur (en Montevideo y Buenos Aires), donde evidentemente los ecos de aquella polémica no habían llegado.

Esa red expositiva que se gestó en los últimos años del siglo XIX y que se revitalizó a partir de 1910, con la labor de ciertos marchantes peninsulares tuvo, sin lugar a dudas su centro en Buenos Aires —tal como se ha indicado en las líneas precedentes— si bien desde allí ejercería un radio de influencia mucho mayor pues tanto Pinelo como los hermanos

---

<sup>9</sup> Conviene señalar que en 1930 Romero de Torres y Valentín de Zubiaurre recibirían del gobierno de Bolivia la propuesta de hacerse cargo de la Academia de Bellas Artes de Potosí, en el tiempo y condiciones que ellos estipulasen.

Bou, con los lotes no vendidos viajarían a otros lugares de la Argentina, como Rosario o Mar del Plata (donde Witcomb había abierto sucursales), y a otras capitales de Uruguay, Brasil, Chile e incluso Paraguay. En el Caribe Cuba ejercería su hegemonía comercial, y desde allí, lotes y artistas en giras promocionales se trasladarían a Veracruz, México, Puerto Rico y Estados Unidos. En el caso cubano encontramos la misma dependencia del comercio de pintura española con la colonia y con las instituciones de los emigrantes peninsulares. Así, la sede de *El Diario de la Marina*, el Casino Español de La Habana o los centros regionales fueron los lugares de exhibición habitual de muestras colectivas o individuales, y miembros de estas colectividades sus principales clientes (Fernández García, 1995), pues incluso se han podido rastrear filiaciones familiares entre la clientela y los creadores. No obstante, el mercado cubano, a todas luces menos rico que el del cono sur, fue juzgado por nuestros pintores como un trampolín para el éxito norteamericano y así lo entendía el Conde de Rivero, director de *El Diario de la Marina*, cuando en 1913 propuso la creación de una pinacoteca española en La Habana que sirviese de apertura al coleccionismo norteamericano. Los artistas presentes en las muestras españolas de la isla eran básicamente los mismos del resto del continente, esto es, Zuloaga (quien realizó un viaje promocional al Caribe), Cecilio Plá, Rusiñol, Benedito, Anglada Camarasa, Sorolla o Vila i Prades, que frecuentó en alguna ocasión La Habana.

### 3. Otro sector del mercado: la burguesía criolla

A pesar del peso mayoritario del clientelismo emigrante, se incorporaron de forma abrumadora al mercado de la pintura española miembros de la oligarquía y burguesía criolla, evidenciando un giro absoluto con respecto a anteriores prácticas de inversión artística. Durante el siglo XIX la adquisición de obras de arte se había restringido casi exclusivamente a la escuela francesa, a la italiana, alemana y británica, como una forma de romper la ligazón cultural con la denostada antigua metrópoli. Con la llegada de la nueva centuria, por la presión cultural ejercida por la capa de inmigrantes españoles en estas ciudades y por esa cierta recuperación intelectual nacida de un regeneracionismo hispánico de tinte intelectual, se evidenció en las principales capitales americanas un interés criollo por los productos artísticos peninsulares que encontró su más alta expresión en las representaciones españolas durante las exposiciones internacionales de 1910. En ese año se celebraron en Santiago, en Buenos Aires y México sendas muestras conmemorativas del Centenario de la Independencia. Los pabellones españoles fueron especialmente rele-

vantes, y el lote de pintura peninsular remitido consiguió el favor popular y los máximos galardones oficiales. Puede decirse que las Exposiciones del Centenario marcan el punto de inflexión hacia la aceptación de lo español, y más concretamente hacia la valoración de las artes plásticas.

La exposición bonaerense contó con la presencia de una Comisión encabezada por la Infanta Isabel, y unos pabellones propios diseñados en un estilo continuador del de Domenech i Montaner por el arquitecto catalán establecido en Buenos Aires, Julián García Núñez. En la sección de Artes, la presencia española fue una de las más nutrida, con los primeros pinceles nacionales, como Zuloaga, Miefrén o Anglada Camarasa —quienes consiguieron sendas Premios de Honor— además de Anselmo Miguel Nieto, Manuel Benedito, López Mezquita, Gonzalo Bilbao, Fernando Álvarez de Sotomayor, Julio Romero de Torres o Santiago Rusiñol, por citar únicamente alguno de los nombres más relevantes. Nombres que no eran desconocidos en la ciudad sino que en la mayoría de los casos habían participado insistentemente en las muestras colectivas de Witcomb, Costa o Castillo. En la política de adquisiciones sí se releva un cambio fundamental con respecto a anteriores actitudes del coleccionismo privado e institucional. Varios cuadros fueron comprados por el Museo Nacional de Bellas Artes, que durante décadas había mostrado un interés obsesivo por la pintura francesa, italiana o británica, y lo mismo sucedió con los compradores privados, ahora procedentes de las capas criollas. Idéntica importancia en lo relativo a la pintura española tuvo la muestra coetánea de Santiago de Chile —celebrada en el Palacio de Bellas Artes de la capital—, con más de cien obras nacionales, y firmas muy similares a las que estuvieron presentes en Buenos Aires. Precisamente la sección española fue una de las más nutridas, quizás por la influencia de Fernando Álvarez de Sotomayor como docente en Santiago, quien posiblemente requirió la presencia de conacionales en la muestra, lo que explicaría el peso de las firmas gallegas en tal muestra. Ambas conmemoraciones fueron el único momento en el que de forma oficial el Estado español, y las Cámaras de Comercio españolas, tomaron la iniciativa del fomento de las bellas en América. Tuvieron además una cierta repercusión en el ámbito de influencia del continente, pues algunas piezas presentes en la muestra, como «Calvario en Sagunto» de Rusiñol, acabarían en el Museo de Asunción.

Ese entusiasmo criollo por la pintura de la escuela española puede entenderse también como el resultado de la misma galolatría decimonónica, pues el coleccionismo artístico de los países del cono sur, íntimamente relacionado con París, tuvo ocasión de apreciar el sorprendente interés francés por la plástica peninsular. No en vano el historiador Lozano



Mouján (1928: 22) afirmaba en los siguientes términos la primacía cultural de lo francés en el caso argentino: «*la cultura argentina es hija de Francia y la escultura, y aún el gusto artístico de la ciudad, acusan la misma procedencia*» Las capas altas de la oligarquía sudamericana del siglo XIX frecuentaron los mecanismos de comercialización pictórica francesa con fruición. Elocuentes son al respecto las palabras del crítico Leoncio Lasso de la Vega: «*Lo parisiense es favorecido, no por el mérito, difícil de juzgar razonadamente, sino por la marca de fábrica, y cualquier apellido francés ejercerá más poderosa atracción sobre el bolsillo de un comprador, que un apellido inglés, aunque sea de un Leighton, un alemán, aunque sea un Schneider, un italiano, aunque sea un Grosso, ó sobre todo un español, aunque sea un Viniestra, un García Ramos, un Palmaroli, un Domingo, un Rosales o un Casado del Alisal. ¡Es mucha la fuerza fascinadora que un apellido francés ejerce sobre la imaginación burguesa de una amateur bonaerense!*»<sup>10</sup>. Y fue ese gusto por lo francés el que conectó al clientelismo criollo con el arte español. No en vano la «moda de la españolada» (señalada con la exposición y venta de «La Vicaría» de Fortuny en 1870 por el marchante Goupil) se había extendido en el mercado francés del ochocientos, determinado por el gusto romántico hacia lo exótico y favorecido por la llegada a Francia de la rica colección de pintura del mariscal Sout. En 1838 se había abierto el Museo Español Luis Felipe, que por su envergadura y calidad contribuyó a la familiaridad de los franceses con la práctica pictórica de la escuela española y a la asimilación de su temática y técnica por parte de los artistas galos (Lipschutz 1988 y Haskell 1976) En este estado de cosas, el rioplatense adinerado que a fines de siglo visitaba París se encontraba, en galerías y residencias privadas, con un auténtico despliegue de piezas pictóricas peninsulares, con temas de majas, toreros, fiestas populares y escenas folklóricas variopintas, incluyendo los casacones de ambientación dieciochesca, que constituían una muestra más del gusto exótico decimonónico.

La introducción del arte español en las capas criollas a través de la influencia francesa se comprueba con el análisis de algunas de las colecciones. El caso Guerrico es quizás el más expresivo en este sentido. En esta galería había en el siglo XIX varios cuadros españoles, adquiridos mayoritariamente en París. Por ejemplo, el cuadro de Ulpiano Checa «Bañados de Roma» fue comprado por José Prudencio de Guerrico a Joseph Spiridon en la ciudad del Sena; «Odalisca» de Mariano Fortuny había formado parte del acervo artístico de Adolphe Goupil —de hecho

---

<sup>10</sup> Lasso de la Vega, L., «Las Bellas Artes en la Argentina», *El Correo Español*, Año XXVIII, n° 9.201, Buenos Aires, 2 de febrero de 1888, p. 1.

está dedicado en la firma por Fortuny a su marchante francés—; «Ataque a una diligencia» fue a su vez adquirido a Spiridon; el conjunto de lienzos de Genaro Pérez Villaamil también se consiguió durante una estancia del hacendado en París, en 1845; y «Judío a la ventana» de Emilio Sala fue expuesto en el Salón de 1889, de donde pasó a la colección Guerrico. Aparte de la magnífica colección de los Guerrico también corroboran la hipótesis de la llegada de lo español a través de la vía parisina otras colecciones de Buenos Aires, como la de Parmenio Piñero, de la que «Procesión interrumpida por la lluvia» de Fortuny procede de una subasta en el hotel Drouot de París, el mismo establecimiento donde fue adquirido el «Mosquetero» del mismo autor para la galería de Errázuriz. Todo confirma que los coleccionistas americanos frecuentaron los mismos agentes comerciales del arte en París, que eran, a su vez, centros asiduos de la pintura española en la ciudad francesa.

Por la vía parisina se estaba abonando una suerte de «sucursal» del gusto pictórico francés por lo hispánico, igualmente alimentada por la presión social y cultural de las capas inmigrantes y por el proceso de reencontro cultural de las elites intelectuales. Debido a la ampliación del mercado, las muestras colectivas de arte español se multiplicaron con la incorporación de nuevos comerciantes artísticos y novedosas exhibiciones individuales. A partir de 1910 los centros regionales progresivamente optarán por exhibiciones de compatriotas, normalmente colectivas, y digamos que el mercado se regionaliza en función de la procedencia de los coleccionistas.

En definitiva, en los últimos años del siglo XIX y hasta 1930, la pintura española viajó al extranjero, llegó a Europa y a América, con causas y desarrollos diferentes. En cualquier caso esos intercambios comerciales sirvieron para desahogar la colapsada relación entre la oferta y al demanda en la península. Por motivos distintos, que van desde la inversión, pasando por el seguimiento de las modas francesas o la introducción de un ideario patriótico, el coleccionismo mundial valoró, compró y vio obra española. Se dispersó la producción hacia acervos privados y oficiales del viejo y el nuevo mundo y, de alguna manera, se contribuyó al afianzamiento visual y cultural de los tópicos españoles. A pesar del elevado número de piezas vendidas en América, en 1929 el coronel García Caminero, que había sido agregado militar en diferentes repúblicas del continente, resumía la situación del mercado artístico en los siguientes elocuentes párrafos, donde se quejaba de la falta de miras que políticos, marchantes y los propios artistas estaban teniendo con respecto a las potencialidades del mercado americano:

«El que los pintores españoles sean altamente considerados en América, y el hecho que el resto de los de Europa —excepto los italianos que han abierto algunas exposiciones de baratillo— no han trabajado nada por conquistar aquellos mercados, crea un ambiente favorable para que nuestros artistas vendan allí sus obras. Cabe no obstante mejorar las condiciones en que lo hacen, atendiendo a más de los intereses particulares, al buen nombre del arte español. Descontando al difunto señor Pinelo, que en sus exposiciones en las repúblicas sudamericanas atendía a estas dos condiciones, el resto de los expositores, atendiéndose sólo a los rendimientos, suelen exhibir los cuadros en salones mediocres, economizando anuncios y reclamos, que sobre ser necesarios, crean una atmósfera de simpatía que contribuye no sólo a la venta sino al buen nombre de nuestra pintura. (...) mas estos mercaderes a los que me refiero no solo dejan de llevar lienzos que sean verdaderamente de consideración sino que para cada uno de firma conocida presentan diez de indocumentados. Suelen estos tratantes pasar un año en España, adquiriendo de los pintores mediocres los cuadros que se ven obligados a vender a cualquier precio, cuando el hambre aprieta, y con ellos algunos de principiantes, y una reliquia de primera firma que por lo regular no ha tenido salida en Europa, abren un salón pretendiendo que sus lienzos son lo mejor que se pinta en España, porque es la única manera de justificar los precios fantásticos que exigen» (García Caminero: 172).

## Bibliografía

BERG, M. (1991): *Markets and Manufacture in Early Industrial Europe*, London: Routledge.

EVERS, H.-D. (1994): *The moral economy of Trade: ethnicity and Developing Markets*. Londres, Routledge.

CALVO SERRALLER, F. (1981): «La influencia de los pintores ingleses en España», en *Imagen romántica de España*, Madrid: Ministerio de Cultura.

CODDING, M. A. (1999): «Escribir un poema con un Museo: Archer M. Huntington y The Hispanic Society of America» en *Goya*, 273, Madrid: Fundación Lázaro Galdiano.

FERNÁNDEZ GARCÍA, Ana María (1996): «Artes plásticas y emigración: en torno a las relaciones artísticas entre Cuba y España hasta 1930», en *Acerca de las migraciones centroeuropeas y mediterráneas a Iberoamérica: aspectos sociales y culturales*, Gijón: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Oviedo.

FERNÁNDEZ GARCÍA, Ana María (1997): *Arte y emigración. La pintura*

*española en Buenos Aires 1880-1930*, Gijón: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Oviedo y la Universidad de Buenos Aires.

GARCÍA CAMINERO (1929): *El problema ibero-americano*, Madrid.

GARCÍA GUATAS, Manuel (1991): «Victoriano Balansanz o la frustración de ser pintor en Zaragoza», en *Seminario de Arte Aragonés XLIV*, Zaragoza.

HASKELL, Francis (1976): *Rediscoveries in Art: some aspects of taste, fashion and collecting in England and France*, Oxford: Phaidon.

HOOK, Ph. y POLTIMORE, M. (1986): *Popular 19<sup>th</sup> Century Painting*, Suffolk: FormArt.

LIPSCHUTZ, Ilse Hempel (1988): *La pintura española y los románticos franceses*, Madrid: Taurus.

OLIVEIRA CÉZAR, Lucrecia (1988): *Los Guerrico*, Buenos Aires: Instituto Bonaerense de Numismática y Antigüedades.

PORTELA SANDOVAL, F. J. (1986): *Casado del Alisal 1831-1886*, Palencia: Diputación Provincial.

REDFORD, G (1888): *Art Sales. A History of sales of pictures and others works of art*, vol. II, Londres.

REYERO, C. (1993): *París y la crisis de la pintura española (1799-1889). Del Museo del Louvre a la torre Eiffel*, Madrid: Ediciones de la Universidad Autónoma de Madrid.

VV. AA. (1994): *Los otros emigrantes*, Madrid: Caja Madrid.

VV. AA. (1995): *Los salones Artal*, Madrid: Ministerio de Cultura y Fundación Central Hispano.



*Lámina 1. Portada del Catálogo de la Exposición de Pintura Española de Artal, celebrada en el Salón Witcomb de Buenos Aires en 1900. Artas abrió el camino para el afianzamiento del mercado del arte en la República Argentina.*



*Lámina 2. Cuadro de costumbres asturianas. Luis Menéndez Pidal, Templo de Baco. 1907. Museo Nacional de Bellas Artes de Buenos Aires. Foto: Cortesía del Museo.*



Lámina 3. Orando. Fernando Álvarez de Sotomayor. Orando, 1907.  
Museo Nacional de Bellas Artes de Buenos Aires. Foto: Cortesía del Museo.



Lámina 4. Vista de los Pabellones de España en la Exposición  
Internacional del Centenario, en Buenos Aires, 1910.

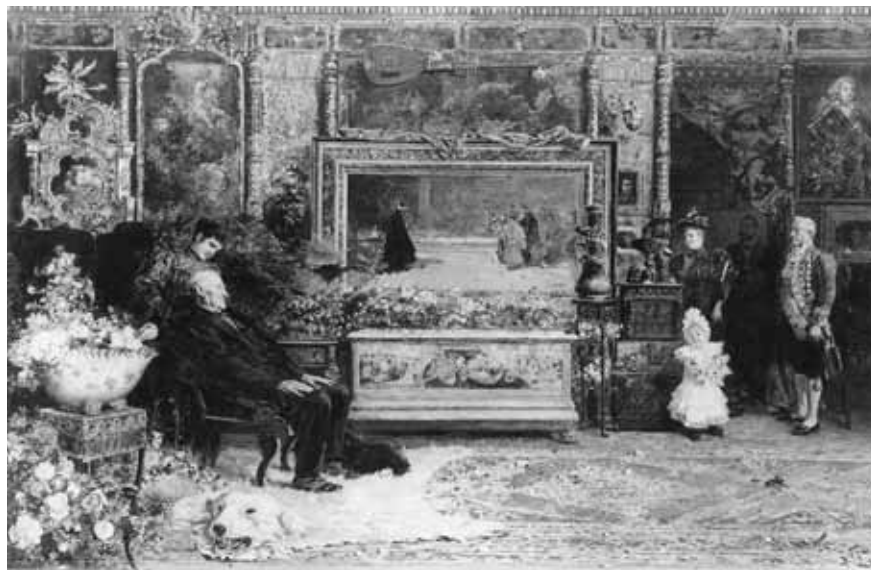


Lámina 5. Salvador Sánchez Barbudo. *El santo del abuelo*, hacia 1890. Museo Nacional de Bellas Artes de Buenos Aires. Foto: Cortesía del Museo. Buen ejemplo de la pintura lamida del tauletin que tanto éxito cosechó en Europa y en el mercado americano.

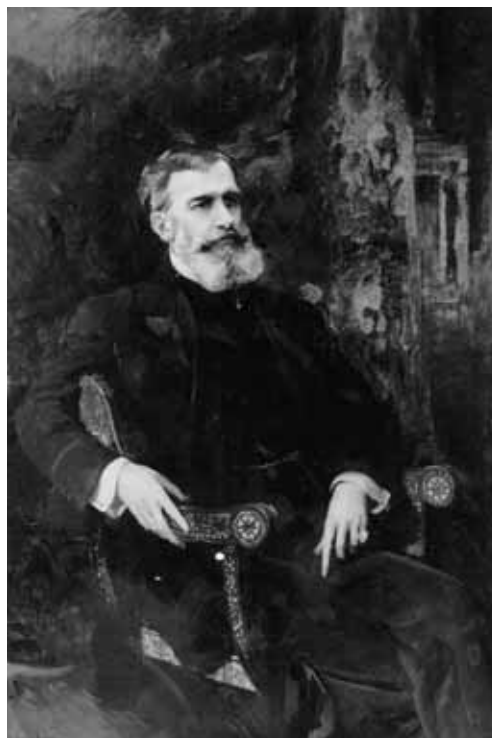


Lámina 6. Retrato de José Prudencio de Guerrico, por Joaquín Sorolla, uno de los coleccionistas americanos que mejor mimetizó los gustos del mercado europeo, trasladándolos al ámbito del continente.

