

REIA #22/2023  
222 páginas  
ISSN: 2340—9851  
www.reia.es

---

Sara Zaldívar Incinillas

Universidad San Pablo-CEU / sara.zaldivarincinillas@usp.ceu.es

Juan M. Ros-García

Universidad San Pablo-CEU / jmros.eps@ceu.es

## Impacto de las ferias internacionales de arte contemporáneo en el desarrollo urbano. Art Basel Miami desde su origen / *Impact of international contemporary art fairs on urban development. Art Basel Miami from its origin*

Desde que en 1970 se inauguró Art Basel, como una de las ferias de arte contemporáneo más importantes en el escenario internacional, la celebración de las diferentes ediciones y muestras de arte contemporáneo en el mundo, han catalizado el desarrollo urbano de las ciudades allí donde se han celebrado. Siendo el mercado del arte un captador de actividad económica global y dinamizador del crecimiento de las ciudades se analizan los determinantes que intervienen en el proceso de transformación urbana para evaluar el grado de implicación de las diferentes variables a lo largo del tiempo. De este modo se propone a estudio el caso representativo de la feria Art Basel en Miami, que, por su concepto diversificado y evolución consolidada como plataforma expositiva del arte contemporáneo, permite establecer conexiones comunes, extrapolables a otras ferias internacionales desde un pretendido escenario compartido hacia la sostenibilidad integral de transformación urbana.

*Since Art Basel was launched in 1970, as one of the most important contemporary art fairs on the international scene, throughout these more than fifty years, its following editions and other new contemporary art fairs in the world, have catalyzed the urban development of the cities where they have been held. The determinants involved in the process of urban transformation are analyzed to assess the degree of involvement of the different variables. Art market is an economical engine and cities development, in this way, the representative case of the Art Basel fair in Miami is proposed for study, which, due to its consolidated evolution as an exhibition platform for contemporary art, allows establishing common connections, extrapolated to other international art fairs, reaching through art a greater degree of urban sustainability.*

---

Arte urbano; Transformación urbana; Crecimiento ciudad; Ferias de arte; Sostenibilidad; Art Basel Miami /// Urban art; Urban transformation; City growth; Art fairs; Sustainability; Art Basel Miami

Fecha de envío: 03/10/2022 | Fecha de aceptación: 23/10/2022

...the first of these is the fact that the ...

...the second of these is the fact that the ...

...the third of these is the fact that the ...

...the fourth of these is the fact that the ...

...the fifth of these is the fact that the ...

...the sixth of these is the fact that the ...

...the seventh of these is the fact that the ...

...the eighth of these is the fact that the ...

...the ninth of these is the fact that the ...

...the tenth of these is the fact that the ...

...the eleventh of these is the fact that the ...

...the twelfth of these is the fact that the ...

...the thirteenth of these is the fact that the ...

...the fourteenth of these is the fact that the ...

...the fifteenth of these is the fact that the ...

...the sixteenth of these is the fact that the ...

...the seventeenth of these is the fact that the ...

...the eighteenth of these is the fact that the ...

Se considera que las ciudades en general, consumidoras o contenedoras de cultura, tienen una mejor calidad de vida global percibida. La cultura y en concreto el arte es un medio para posicionar la marca ciudad de una manera más positiva en el entorno económico y turístico. Así, la cultura puede ser considerada como “producto” urbano, en el que las implicaciones de la nueva economía cognitiva-cultural se hace necesaria para entender las dinámicas y los problemas urbanos dentro de un conjunto de industrias que encuentran su contexto natural en las ciudades, ocupando un papel central en los procesos de regeneración, creando valor al alimentar funciones globales dependientes de su identidad (Scott 2008).

De acuerdo con el principio de *objetivación estética*, acuñado por primera vez por el filósofo francés Jacques Rancière (2005), a partir del siglo xx el “régimen de identificación del arte” está llamado a convertir sus conceptos en valores de identidad colectiva y así, de esa manera, la ciudad puede ser considerada como “espacio del arte” para todos, traspasando sus propios límites físicos y operando su mayor grado de influencia en los territorios urbanos (Finkelpearl 2001).

Se sabe que el arte puede contribuir a un desarrollo urbano más equilibrado y sostenible. En muchos casos el arte es parte integral de los proyectos de revitalización urbana en áreas degradadas en todo el mundo, mejorando la interacción social entre los grupos más débiles y brindando nuevas oportunidades de negocio al conjunto de los ciudadanos. En este sentido, las ferias de arte, como eventos culturales y comerciales de alto impacto en torno a las artes visuales, influyen notablemente en el nivel de transformación de la ciudad sobre factores socioeconómicos, educación, renta per cápita, patrimonio inmobiliario, demografía, calidad reputacional, etc...

En un principio, hasta hace relativamente poco tiempo, se podría afirmar que las ferias de arte contemporáneo se comportaban como un simple negocio de arrendamiento de espacios expositivos, y no como un único, oportuno elitista negocio de arte. La institución promotora encargada de su organización se centraba en la comercialización de espacios a diferentes galerías dentro del espacio expositivo con el que contaba para su rentabilidad. No fue hasta la década del 2010 cuando las ferias evolucionan y se plantean como un acontecimiento de impacto global, en el que han de producirse acciones de mediación relativas al arte, vinculando a dicho evento, museos y galerías con la ciudad en su conjunto. Debido a que el objetivo asumido por las ferias es el encuentro coincidente entre una gran cantidad de agentes pertenecientes al circuito artístico (autores, galeristas, coleccionistas,



Fig. 01, 02. François Joseph Heim "Charles V distribuyendo premios a los artistas al terminar el Salón de 1827" Museo del Louvre, París. International Exhibition of Modern Art, Armory Show. New York 1913..



operadores, inversores, público, ...) que aspiran a descubrir obras y artistas de su preferencia con el objeto de generar transacciones promocionales, el mayor atractivo de las ferias de arte radica en su capacidad para aglutinar en un solo espacio y durante unos pocos días, una gran variedad de obras y representantes, proyectando hacia el exterior una línea entre la cultura y el mercado.

El origen de las ferias de arte en este sentido, en periodos breves y recurrentes de tiempo, en espacios públicos de congregación, se presenta históricamente difuso, pero siempre relacionado con una tendencia expansionista de manifestación de progreso de las ciudades. Los primeros antecedentes de las ferias como lugares de intercambio comercial y cultural se pueden encontrar en aquellas celebradas en torno a las festividades de carácter religioso, acompañadas de contenidos inspirados en artesanías populares de mercaderías ambulantes. Este último concepto mercantil de convocatoria evolucionaría progresivamente en las actuales ferias especializadas de obras de arte, teniendo estas como precedentes singulares los primeros salones alternativos de arte independiente, contra el academicismo imperante establecido y las periódicas bienales de arte moderno acostumbrado, como el *Salón des Refusés* a partir del celebrado en 1863 en París por la Academia Francesa o la *International Exhibition of Modern Art, Armory Show* en New York de 1913 (fig. 1) (fig. 2).

La primera feria de arte contemporáneo, tal y como las entendemos actualmente, se inauguró en 1967 con el nombre de Kunstmarkt Köln, ahora conocida como Art Cologne. Se creó como una plataforma a la que se invitaba a galerías nacionales e internacionales para vender directamente arte contemporáneo. La feria atrajo a compradores de toda Europa, incluidos a tres de los más importantes por entonces marchantes de arte, Trudi Bruckner, Balz Hilt y Ernst Beyeler. Los tres coleccionistas entendieron el éxito de este modelo de feria y lo exportaron a su ciudad natal, Basilea (Suiza). Quisieron, además de otras razones, hacer de esta nueva feria un certamen de escala más internacionalizada por su situación geográfica entre las fronteras suizas, francesas y alemanas. Desde ese momento (1970), Basilea se convirtió en la capital planificada del arte contemporáneo, donde la nueva sociedad de consumo de la posguerra y el atractivo mercado de divisas jugarían un papel principal. Con la crisis del petróleo, en la década de los 70, Estados Unidos entró en una profunda recesión y por ello, grandes galeristas americanos como Leo Castelli decidieron participar en dicha feria atraídos por

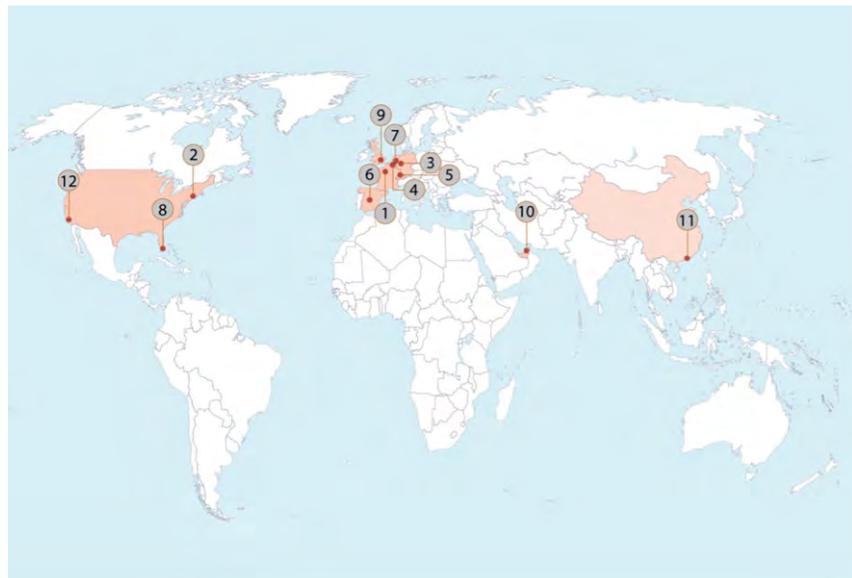
el potente mercado extranjero. La primera feria Art Basel de 1970 acogió a noventa galerías de diez países diferentes, con obras de artistas muy reconocidos, sin olvidar la participación y ediciones para los incipientes pequeños coleccionistas<sup>1</sup> (Hilton 1972). A partir de ese momento y tras el éxito de Basel, comienzan a surgir otras ferias de carácter más local en distintas partes del mundo, Art Brussels 1970, Fiac en París 1974, Art Chicago y Arco en Madrid 1982. Con el tiempo, el director de Art Basel, Lorenzo Rudolf contempló una histórica expansión de la marca, para que posteriormente, su discípulo Sam Keller inaugurara en 2002 Art Basel Miami Beach, considerando que sería la mejor estrategia posible para la empresa y también como efecto desencadenante para la misma ciudad de Miami. La ciudad se convirtió así en el centro del arte que unía a América Latina con Norteamérica y Europa. Sin embargo, originalmente la feria comenzó en medio de una convulsiva agitación económica. Basilea debía llegar a la ciudad de Miami en diciembre de 2001, pero los ataques terroristas en Estados Unidos de ese mes de septiembre obligaron tomar a los organizadores la decisión de aplazar la edición al siguiente año. Pese a tratarse de una institución suiza de carácter privado, la ciudad de Miami se volcó en su acogida, pues sabían que la relación biunívoca, protagonizada por el arte y la ciudad, podría cambiar la imagen cuestionada existente de mera banalidad, de ostentosa y lugar de encuentro para el retiro definitivo de profesionales jubilados.

Lo que sería difícil de imaginar es que esta decisión situaría definitivamente a la ciudad de Miami en el mapa internacional como estratégico destino cultural<sup>2</sup> (Rubell 1992). Siguiendo con esta idea de impulso y con el objetivo de abarcar el mercado internacional, en 2011 Art Basel adquirió el sesenta por ciento de Asian Art Fairs, entonces propietarios de la feria de arte de Hong Kong ArtHK, contribuyendo así a que Art Basel se convirtiera en una marca de gran impacto global. Actualmente, en 2022, Art Basel ha ampliado su portfolio de ferias previstas, inaugurando en octubre de 2022, París+ par Art Basel con el objetivo de reunir en un nuevo escenario cultural a más de ciento cincuenta galerías de primer orden para la presentación de obras de arte excepcionales, entre exposiciones comisariadas del siglo XX y stands individuales de autores emergentes. La capital francesa ya era uno de los escaparates más importantes a nivel de impacto internacional en el mundo del arte, el hecho de que la marca Art Basel aterrizara en dicha ciudad (en el Grand Palais Éphémère), es un sinónimo de prosperidad asegurada<sup>3</sup> (Spiegler 2022).

Cabe recordar que en 1970 tan solo había tres ferias importantes de gran repercusión: Art Cologne, Art Basel y Art Brussels. Sin embargo, en la ac-

- 
1. En 1972, el crítico del New York Times, Hilton Kramer, calificó el evento como un “gigantesco mercado de pulgas del arte del siglo XX”.
  2. Don y Mera Rubell, fundadores de la Rubell Family Collection en 1964 (Nueva York), una de las mayores colecciones de arte privadas del mundo, y con sede en Miami, afirmaron: “Con demasiada frecuencia se destaca a Miami como una ciudad de fiesta, y eso va en contra nuestra. Por eso contribuimos decisivamente a traer Art Basel aquí”.
  3. Marc Spiegler, Director Global de Art Basel afirma: “Las galerías seleccionadas para nuestro debut en París encarnan la larga tradición de Art Basel de yuxtaponer obras históricas de alta calidad con material de vanguardia”... “Igualmente importante para nosotros es que las galerías que hacen que el París de hoy sea tan dinámico están presentes en gran número, en muchos sectores del mercado, lo que da a esta muestra una personalidad singularmente parisina”.

Fig. 03. Ferias de arte contemporáneo desarrolladas según su localización a lo largo de la historia. Leyenda cronológica: 1. Salón des Refusés (1863), FIAC Paris (1974); 2. Armory Show (1912), Frieze New York (2012); 3. Art Cologne (1967); 4. Art Brussels (1970); 5. Art Basel (1970); 6. ARCO Madrid (1982); 7. TEFAF (1988); 8. Art Basel Miami beach (2002), Wynwood walls (2009); 9. Frieze London (2003); 10. Art Dubai (2007); 11. Art HK (2008); Frieze Los Ángeles (2019). Figura: elaboración propia autores.



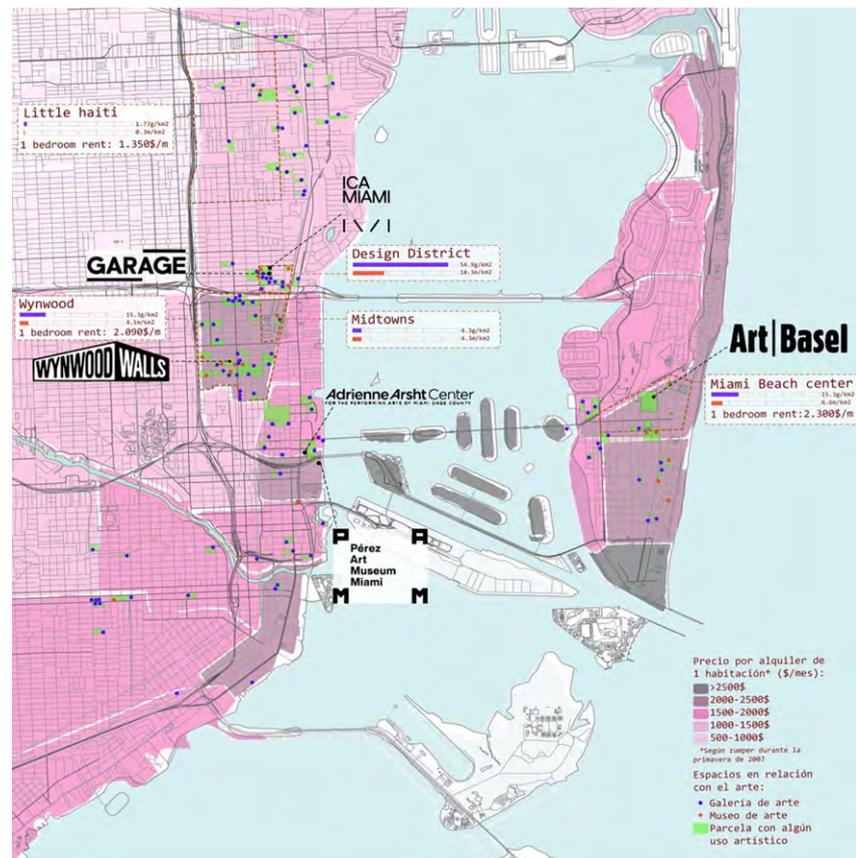
tualidad se producen cerca de doscientos veinte eventos internacionales programados de arte contemporáneo, una cifra abrumadora que obliga a los galeristas y coleccionistas a desplazarse constantemente por las principales ciudades de todo el mundo. Críticos teóricos como Barragán, curador independiente de arte y gestor cultural, en su libro *La era de las ferias* afirma encontrarnos ante un fenómeno imparable, global, complejo y contradictorio que gravita conforme a movimientos del mercado que dan paso a lo que se conocería como el nuevo “ferialismo” (Barragán 2008). En recientes investigaciones de determinados autores, como la del profesor Christian Morgner, se refieren al siglo XXI como la era indiscutible de las ferias de arte. Se corrobora así la importancia de la influencia y desarrollo para el mercado del arte de la forma organizativa en red de las ferias, relacionada con la venta y exposición de las obras de arte<sup>4</sup> (Morgner 2014). Debido al aumento de este tipo de eventos a partir de finales de los años noventa, su auge creciente coincide con el impacto social de la globalización, en una escena artística que se ha multiplicado y cuya oferta es cada vez más heterogénea y diversa (fig.3).

Según datos del informe USB Global Art Market Report 2022, las ferias de arte son la parte central del mercado mundial del arte, un importantísimo *market place* para las galerías. Desde 2020 las ventas de obras de arte registradas en dichas ferias aumentaron casi un treinta por ciento, con ventas totales estimadas en 2021, tras reanudarse el calendario de ferias después de la suspensión mundial por la pandemia del SARS-CoV-2, de sesenta y cinco mil millones de dólares.

Para el estudio del caso particular de Miami, se puede afirmar que el periodo anterior al de la celebración del Día de Acción de Gracias, tradicionalmente siempre como uno de los más activos a nivel de turismo en el sur de Florida, se ha visto superado recientemente por las fechas correspondientes a la

4. “Las ferias de arte heredaron un gran número de prácticas empresariales de épocas anteriores, como los principios de observación para la creación de precios, las características estéticas y las estrategias de marca para enfatizar su carácter destacado y casi religioso”.

Fig. 04. Relación comparada entre los distintos espacios urbanos con actividad artística respecto a los costes de alojamientos turísticos. Se identifican las áreas con mayor congregación de puntos artísticos con el mayor precio de alquiler por habitación. Datos fuente recogidos en Zumper. Figura: Elaboración propia autores..



primera semana de diciembre 2021, registradas con las mayores visitas turísticas, coincidiendo precisamente con la edición de Art Basel Miami. Así, analizando los resultados de los IPH (*índice de los precios hoteleros*, relacionado con la reputación de la ciudad y la calidad de vida) de 2002, el año del comienzo de Art Basel Miami, según Smith Travel Research<sup>5</sup>, los ingresos por hospedaje crecieron un cincuenta por ciento durante los primeros once meses de 2010. En diciembre de ese mismo año, las cifras llegaron casi hasta el ochenta por ciento. Para los hoteles del área Miami Beach, la situación cambió de forma más radical. Según un análisis de la *Oficina de Visitantes y Convenciones del Gran Miami*<sup>6</sup>, durante la primera semana de diciembre 2010, los costes crecieron por encima del doble durante el mismo período de 2002. Por su parte, según los datos inmobiliarios de Zumper<sup>7</sup> (primavera de 2017) es posible apreciar de igual forma la influencia ascendente respecto al precio por alojamiento residencial, que se han venido produciendo en los espacios urbanos con actividad artística en la ciudad (fig. 4). Así, la influencia de la actividad artística sobre el crecimiento económico de una zona concreta de la ciudad de Miami se ejemplifica en Wynwood, un barrio

5. Smith Travel Research STR, es una empresa que rastrea los datos de la oferta y la demanda del sector hotelero. STR recopila datos sobre el rendimiento de los hoteles en todo el mundo y entrega datos mensuales, semanales y diarios a los suscriptores. <https://str.com/>
6. La Oficina de Visitantes y Convenciones del Gran Miami (GMCVB) es la organización oficial y acreditada de ventas y marketing de destinos del Gran Miami y Miami Beach <https://www.miamiandbeaches.lat/acerca-de-GMCVB>
7. Plataforma de alquiler de soluciones residenciales con gran presencia en la ciudad de Miami <https://www.zumper.com/apartments-for-rent/miami-fl>

anteriormente de uso industrial que debido al desarrollo artístico intensivo se ha convertido en una de las diez zonas con mayor renta y nivel de vida de toda la ciudad. La influencia del arte en la ciudad queda evidentemente asociada al aumento de la actividad turística de Miami, ciudad en la cual actualmente las zonas con mayor precio de alquiler son, además de aquellas cercanas a la playa y al centro histórico, las que contienen o son capaces de atraer mayor actividad artística como el nuevo principio de valor e identidad diferencial de la ciudad.

Miami sigue en continuo proceso de transformación, el mercado del arte se sigue expandiendo por la ciudad reforzando su línea inicial de desarrollo. Actualmente los datos inmobiliarios (recogidos en Zumper) respecto al precio de habitación en la primavera de 2017 hacen presagiar un futuro crecimiento en la zona norte de la ciudad, concretamente en Little Haiti. Esta zona aparece en el territorio como un barrio en plena gentrificación, donde se están localizando buena parte de las galerías más jóvenes de arte alternativo, y que muy posiblemente se consolidará en los próximos tiempos como barrio artístico, al estilo del ya reconocido Wynwood. Una mayor actividad artística actual en la zona de Little Haiti es un indicio de un mayor crecimiento económico y empresarial, visible a través de la demanda de alquiler. La mayor presencia de arte urbano en Miami ha dado una oportunidad de desarrollo y expresión al barrio de Little Haiti, cuyo desarrollo está siendo caracterizado especialmente por arte urbano y grafiti representativo de la comunidad caribeña. Una muestra del mayor desarrollo urbanístico previsto para el futuro en Little Haiti es Magic City Innovation District, una propuesta urbanística de planificación programada y gran ambición, que se convertirá en un nuevo polo de atracción para la innovación tecnológica y empresarial en un escenario para el encuentro con el arte y la cultura.

Se pudo observar que a medida que los bienes raíces y los valores en bolsa crecían, las ventas de arte también se veían incrementadas sensiblemente. El índice Mei-Moses de arte contemporáneo<sup>8</sup> experimentó un aumento del ciento ochenta y ocho por ciento entre 2002 y 2007, en comparación con el noventa y siete por ciento de las propiedades inmobiliarias de Miami según el índice Case-Shiller<sup>9</sup>. Un informe de Americans for the Arts Creative Industry publicado en enero de 2011, afirmaba que Miami Beach y sus alrededores albergaban más de 2.270 empresas relacionadas con las artes, dando empleo a más de 8.300 personas. Se estima que estas empresas han aportado más de mil millones de dólares a la economía según un estudio realizado por Miami-Dade Departamento de Asuntos Culturales<sup>10</sup> (Spring, 2014). Por su parte, los museos de Miami también se han visto beneficiados por la aparición de Art Basel Miami. Los coleccionistas localizados en Miami han realizado grandes donaciones de obras y cantidades económicas,

- 
8. Herramienta analítica de valoración objetiva que mide el estado y evolución del mercado del arte, de acuerdo con las ventas producidas, inversiones y base de datos de referencia ofrecidos a los coleccionistas.
  9. Diferentes índices de precios a partir de ventas repetidas de viviendas en Estados Unidos desde 1987, actualmente calculados y mantenidos por la agencia de calificación de riesgo en servicios financieros, Standard and Poor's.
  10. Michael Spring, director del Departamento de Asuntos Culturales, afirma: "La presencia de Art Basel aquí ha acelerado en unos 20 años el reconocimiento mundial del trabajo de Miami en las artes".

como los 220 millones de dólares recaudados para la nueva sede del Miami Art Museum en Bicentennial Park, cuya trayectoria comenzó en 1996, y que reabrió sus puertas en 2013 coincidiendo con el Miami Art Week, o como el nuevo Pérez Art Museum Miami (PAMM), diseñado por los arquitectos suizos ganadores del Premio Pritzker Herzog & de Meuron (2013).

A lo largo de los años, el éxito de Art Basel Miami ha generado quince ferias de arte satélites en Miami Beach, Miami Design District y el vecindario Wynwood en Midtown Miami. Estas actividades atraen habitualmente entre 25.000 y 30.000 personas más cada año, que se suman a los más de 100.000 turistas culturales que llegan al sur de Florida buscando una inmersión artística intensiva. Art Basel Miami Beach proporciona el mayor impacto de ferias satélites del mundo, ferias de menor presupuesto, dirigidas a galerías más jóvenes que suelen instalarse en barrios de extrarradio o de un nivel económico inferior, lo cual consigue una regeneración temporal del lugar para potenciales nuevos inversores.

Los mercados inmobiliarios de Miami respondieron desde un principio a esta tendencia alcista, satisfaciendo la demanda de salas de exposición emergentes y nuevos espacios para galerías. Convertir temporalmente almacenes y tiendas vacías situadas en áreas dinamizadas de Wynwood, Little Haiti y Midtown en galerías para acomodar a los distribuidores y expositores durante la semana de Art Basel Miami, se convirtió en una actividad más rentable que alquilar sólo a los usuarios para los que estaban destinados durante todo el año. La regeneración de los barrios de Wynwood y Design District son reacciones de la ciudad a la fortísima influencia de Art Basel Miami. Ambos barrios se localizan en el extrarradio de la ciudad. Desde 1990, los alquileres baratos y los locales diáfanos atrajeron a estas zonas a artistas que buscaban estudios-talleres en lugares de antiguos almacenajes y espacios desocupados para mostrar sus colecciones. Un ejemplo de este modo de actuar es la colección de la familia Rubell, que trasladó sus obras en 1993 a un antiguo edificio del barrio de Wynwood, o la colección Margulies que procedió de la misma forma en 1999 y que actualmente cuenta con más de mil visitantes a la semana. En los siguientes años, otras colecciones como De La Cruz, o CIFO tomaron decisiones similares. Estas colecciones, tienen además un programa anual de exposiciones temporales, de manera que ejercen como museos privados para la ciudad. “Simplemente siguió creciendo. Se convirtió en un acontecimiento cultural global”, afirmó Craig Robins, el principal promotor detrás del Design District de Miami y propietario mayoritario de Design Miami, la única feria satélite en parte propiedad de la empresa matriz de Art Basel Miami (Robins 2011).

De este modo, el arte como punto de encuentro de la cultura de vanguardia, sirve de vínculo y argumento positivo a favor de las actividades económicas que se relacionan de forma directa con el impacto que acompaña al desarrollo urbanístico y comercial de la ciudad que acoge la feria, y en todo su radio de influencia. Así, desde los inicios de Art Basel Miami, la ciudad, en su proceso de transformación, ha experimentado múltiples mecanismos de regeneración urbana asociados a una reacción adaptativa en el mercado inmobiliario, que ha conseguido liberar espacio disponible para el arte, potenciando la valoración de Miami y su posicionamiento, como referencia cultural indiscutible en el mundo. Como se ha señalado, diferentes emplazamientos vacantes, localizados en áreas anteriormente deprimidas de la

Fig. 05. Contexto urbano del área Wynwood Walls. Imagen: Will Graham.



ciudad (Little Haiti), se han visto convertidos en nuevos focos artísticos de exposiciones y talleres bajo la influencia de la feria matriz. El modelo desarrollado a lo largo de estos cincuenta años de trayectoria por Art Basel Miami, por una política de expansión focal e inmersión cultural participativa, con determinadas planificaciones urbanísticas y otras entidades museísticas satélites de la ciudad (Design District<sup>11</sup>, Wynwood<sup>12</sup> y Midtown Miami<sup>13</sup>) en lo que hoy se conoce como Miami Art Week, ha conseguido progresivamente concentrar el protagonismo cultural en la marca urbana de la ciudad, y con ello, canalizar su poder de transformación identitaria. Se puede afirmar por extensión, desde un contexto afín de excelencia y reconocimiento de la calidad cultural alcanzada, que la ciudad de Miami se ha convertido en consecuencia, en objetivo de interés para el diseño arquitectónico de las grandes firmas internacionales, al aprovechar la llamada del arte internacional para levantar grandes ejemplos de atracción mediática con el objetivo de reactivación urbana de zonas deprimidas.

Wynwood era un área recuperada tras un previo estado de depresión urbanística, ubicada en la zona sur de la ciudad, e inaugurada con la idea de apoyar la actividad de los artistas jóvenes emergentes allí donde anteriormente se prestaban servicios de reparación de vehículos y tiendas de oportunidades a gran escala. El área de Wynwood se vio reforzada con nuevas y diferentes iniciativas que buscaban de igual manera involucrarse en el incipiente movimiento artístico dentro de la ciudad.

A mediados de la década de 2000, el promotor inmobiliario David Lombardi, lanzó los llamados “viernes itinerantes” para promover las artes y esti-

11. Área de la ciudad transformada desde el concepto de integración del arte y el diseño del más alto nivel reconocido, en la que se pueden contemplar, entre otras, instalaciones artísticas de Xavier Veilhan, Zaha Hadid, Konstantin Grcic, John Baldessari, The Buckminster Fuller Institute y Urs Fischer.
12. Área desarrollada para el estímulo del arte de vanguardia y su misión visionaria de progreso por el inversor inmobiliario y urbanista Tony Goldman (1943-2012) a partir de edificios abandonados desocupados en la zona sur de la ciudad de Miami.
13. Desarrollo urbano de rápido crecimiento, surgido a gran escala a partir de 2005 en la ciudad de Miami, de carácter mixto, en torno a una importante zona comercial y de lujo residencial, asociado a la feria Art Basel Miami

Fig. 06. Shepard Fairey 2012. Mural de Tony Goldman. Wynwood Walls.



mular el arrendamiento de sus almacenes como galerías de arte, que se convirtieron rápidamente en la razón de la denominada “caminata artística”. A medida que crecía el número de artistas y galerías, el empresario y mecenas de las artes Tony Goldman puso su organización (Goldman Properties) al servicio de la marca del vecindario de Wynwood, como un nuevo lugar para las artes y los artistas en activo. Debido a su éxito, más tarde tuvo que ofrecer servicios comerciales de apoyo a los visitantes, para capitalizar así este nuevo público emergente del arte. Las “caminatas artísticas” finalmente estimularon a Goldman a crear los Wynwood Walls, una serie de murales pintados en las paredes exteriores de los edificios de los almacenes por célebres grafiteros de todo el mundo (fig.5). Durante aproximadamente un período de seis meses en 2009, se completaron numerosas y provocadoras obras de arte, justo a tiempo para Art Basel Miami, lo que atrajo a decenas de miles de visitantes al lugar durante la feria de arte de ese año (fig.6). La inauguración fue un punto de inflexión significativo para el vecindario. Así, en 2013, el número de visitantes a Wynwood Walls durante los seis días de Art Basel aumentó a más de 50.000 personas.

Actualmente el programa Wynwood Walls, que presenta el trabajo de más de cincuenta artistas de dieciséis países, cubre una extensión de más de setenta y cinco mil metros cuadrados, alberga más de setenta galerías, tiendas minoristas, tiendas de antigüedades y algunos de los restaurantes más de moda de la ciudad, siendo una de las instalaciones de arte callejero al aire libre más grandes del mundo, convirtiéndose en otro distrito catalizador de actividad artística próspera para la ciudad. Tras el proceso de transformación llevado a cabo con éxito, los precios del mercado inmobiliario de Wynwood han incrementado sustancialmente. En junio de 2015, los propietarios de terrenos del vecindario, incluido Goldman Properties, en colaboración con el departamento de planificación y zonificación de la ciudad y el Distrito de Mejoramiento Comercial de Wynwood (BID), crearon la primera área de revitalización de vecindario (NRD) de Miami dentro del Distrito de Artes de Wynwood. La nueva zonificación del distrito y las revisiones del plan urbanístico tuvieron como objetivo mantener y mejorar el carácter del área para retener y desarrollar viviendas asequibles. De esa manera, se permitió una mayor densidad de zonificación, transferencia de derechos de desarrollo (TDR) y unidades residenciales más pequeñas. Si bien son eliminadas muchas actividades industriales permitidas anteriormente, los cambios de

Fig. 07. Aranguren & G.Gallegos 2021  
ICA, Design District. Miami.



zonificación ahora permiten nuevos usos flexibles destinados a mantener la demanda de espacios creativos y galerías.

Los efectos que ha producido Wynwood Walls y las otras ferias satélites mencionadas respecto a la consolidación de Miami como centro de arte urbano, abriendo una clara oportunidad para el impulso de movimientos artísticos participativos e integradores de la población local, han demostrado ser sosteniblemente beneficiosos para una nueva y creciente promoción del barrio y su ciudad. Han traído consigo un mayor desarrollo y mejora de la calidad de vida urbana asociada a la presencia planificada del arte en la ciudad, de la manera en que por ejemplo, la profesora y socióloga norteamericana Sharon Zukin plantea el término de la “economía simbólica” para caracterizar el sostenimiento de “una producción paralela: la producción del espacio con su sinergia de inversión de capitales y significados culturales, y la producción de símbolos que construye un intercambio comercial, así como un lenguaje de identidad social” (Zukin, 2001). Este nuevo escenario ha alterado el papel de los estilos de vida que, en lugar de ser un simple resultado de la economía urbana, se han convertido también en su materia prima debido al marketing de las ciudades como lugares de diversidad cultural. Por tanto, en este sentido, dichos lugares representativos de la denominada *economía simbólica* en la trama urbana, son factores multiplicadores que favorecen el crecimiento económico y posicionan la ciudad en el estatus global reconocido. Efectivamente, en la ciudad actual se reconocen unos valores culturales intrínsecos como símbolos propios, que son caracteres locales y forman parte de sus atractivos, de sus fortalezas y por supuesto de su competitividad.

De esta manera, coincidiendo con la revitalización que supuso Wynwood en la pasada década de los años ochenta, el área conocida como Design District ha focalizado el interés de los grandes inversores en productos comerciales combinados de diseño y cultura, relacionados con proyectos singulares de arquitectura internacional (Aranda & Lash, Sou Fujimoto, Keenen & Riley, etc...), vinculados a la marca de la ciudad de Miami, a través de una intencionada planificación urbanística diseñada por la prestigiosa firma Duany Plater Zyberk & Co (DPZ). Entre estas actuaciones arquitectónicas, destaca la nueva sede del Instituto de Arte Contemporáneo de Miami (ICA), inaugurada el 1 de diciembre de 2020. En opinión de sus autores, surge del deseo de “crear un símbolo del arte internacional y un ícono del rico paisaje cultural

Fig. 08 WORKac, J. Mayer H., M.Clavel, Sagmeister & Walsh y Nicolas Buffe 2015. Museum Garage de Miami.. Imagen Subliminal.



de Miami”, como una infraestructura para acompañar al arte en su recorrido hacia el concepto de lugar que construye, y que “tiene como objetivo crear un contexto, un lugar en el que las lecturas y relecturas de cada obra están condicionadas y potenciadas por el espacio que las exhibe” (Aranguren & G.Gallegos 2021) (fig.7).

Próximo al nuevo edificio del ICA se encuentra el Museum Garage, creado en 2015 con la misma intención común que el conjunto de Design District, bajo las directrices de Terence Riley y el diseño coparticipativo en la propuesta de las distintas fachadas que componen el edificio de aparcamiento, (por parte de los equipos de arquitectos WORKac, J. Mayer H., M.Clavel, Sagmeister & Walsh y Nicolas Buffe) que funciona como gran escenario abierto para el arte integrado en la arquitectura de la ciudad (fig.8).

Al margen de la fuerte dinamización inmobiliaria corporativa y residencial de Miami, que ha multiplicado las numerosas actuaciones en forma de condominios de alta gama, se han ido sucediendo numerosas obras arquitectónicas singulares, como por ejemplo el Adrienne Arsht Center (Cesar Pelli, 2006); el New World Center<sup>14</sup> (Frank O. Gehry, 2011), One Thousand Museum<sup>15</sup> (Zaha Hadid, 2016) o el mencionado anteriormente, Pérez Museum<sup>16</sup>

14. El edificio cultural cuenta con un área específica para la proyección en sus paredes de las creaciones de video producidas para la feria Art Base Miami

15. Premio National Diamond Award en el ‘2020 Engineering Excellence Award’ otorgado por el American Council of Engineering Companies (ACEC).

16. La antigua sede del Miami Art Museum, convertido en el Museo de Arte Pérez (PAMM) hizo coincidir su reapertura aprovechando la celebración de Art Basel Miami 2013.

Fig. 09. Herzog & de Meuron. 2013 Museo de Arte Pérez. Miami Imagen: Iwan Baan.



(Herzog & De Meuron, 2013) (fig.9), que forman parte del nuevo conjunto de edificios icónicos y que dan cabida al potente espectáculo cultural de la ciudad, producido bajo la influencia de Art Basel Miami.

De algún modo es posible interpretar el desarrollo de grandes inversiones de autor, de obras arquitectónicas de calidad, como un fenómeno paralelo para crear valor, que utiliza la ocupación permanente del área urbana como extensión, o forma alternativa de expresión artística en la misma esencia de Art Basel Miami.

En conclusión, el objetivo de alcanzar la regeneración urbana a través de la presencia del arte público en la ciudad se enmarca, además de la mera transformación física del tejido urbano, en la conceptualización de un determinado modelo de ciudad que avanza sobre el progreso socioeconómico, al que se llega mediante la puesta en marcha de un desarrollo lineal, del que forman parte coordinadamente políticas activas, programas operativos, procesos integrados y proyectos concretos. El fenómeno de dinamización de las ciudades que ejercen globalmente las ferias de arte demuestra que desde que irrumpió en el caso de Miami la feria internacional de arte contemporáneo, se ha generado una transformación identitaria histórica en toda la ciudad. Desde su inicio en 2002, se ha planteado un desarrollo urbano de regeneración en torno al mundo del mercado y presencia del arte en la ciudad. La secuencia temporal (sobre todo durante el mes de diciembre), que atrae pendularmente a treinta mil personas, favorece una planificación estratégica anual que permite dimensionar sosteniblemente las acciones artísticas sobre la ciudad de manera programada, mejorando la incidencia directa sobre un resultado coordinado e integral para el progreso económico de la ciudad a lo largo del tiempo. El desarrollo cultural generado desde principios del siglo XXI, ha conseguido impulsar la economía estructural, seleccionar el modelo turístico, y redefinir barrios a un crecimiento constante sin precedentes en la ciudad de Miami. De este modo, la presencia activa del arte en la ciudad, que ha originado el aumento generalizado de los costes de alojamiento y de las actividades operacionales, vinculadas a los grandes

movimientos comerciales originados, ha abierto nuevas oportunidades en determinadas y numerosas áreas de la ciudad, que demuestran la influencia que puede ejercer el fenómeno de las ferias de arte contemporáneo, al convertirse en motor global y positivo de transformación urbana.

#### BIBLIOGRAFÍA

- ARANGUREN María José, GONZÁLEZ G. José, 2021. Conozca a los arquitectos detrás de ICA Miami. En: *Indiana News* [en línea]. Disponible en: <https://indianews99.com/es/texts/7296-meet-the-architects-behind-ica-miami>
- BARRAGÁN, Paco, 2008. *La era de las ferias*. Ed. Milán: Charta, ArtNexus 70. Arte en Colombia 116. ISBN 978-88-8158-682-0
- FINKELPEARL, Tom, 2001. *Dialogues in Public Art*. Massachusetts Institute of Technology. The MIT Press. ISBN 9780262561488
- HILTON, Kramer, 1972. Art: Aquatint Commentary on Poems. En: *The New York Times* [en línea]. Disponible en: <https://www.nytimes.com/1972/11/11/archives/art-aquatint-commentary-on-poems.html>
- MORGNER, Christian, 2014. Evolution of the Art Fair. *Historical Social Research / Historische Sozialforschung*, [en línea]. 39. pp.318-336. Disponible en: 10.12759/hsr.39.2014.3.318-336
- McANDREW, Clare, 2022. The Art Market. An art Basel & UBS Report. En: *Founder of Arts Economics* [en línea]. Disponible en: <https://d2u3kfw92fzu7.cloudfront.net/Art%20Market%202022.pdf>
- RANCIÈRE, Jacques, 2005. *Sobre políticas estéticas*. UAB. Universidad Autónoma de Barcelona. ISBN 978-84-89771-12-3
- ROBINS, Craig Lewis, 2011. The Art Basel effect: How the fair has impacted Miami's economy. En: *AFA news* [en línea]. Disponible en: <http://www.afanews.com/home/item/1095-the-art-basel-effect-how-the-fair-has-impacted-miami-s-economy#.YrBLAi8lNp8>
- ROSE THOMPSON, Emily, 2011. *The Growth and evolution of Art Basel Miami Beach*. [en línea]. Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Master of Arts in Performing Arts. American University Washington, D.C. 20016. Disponible en: <https://dra.american.edu/islandora/object/thesesdissertations%3A145/datastream/PDF/view>
- RUBELL, Mera, 1992. Art Basel at 50: Don and Mera Rubell. En: *Art Basel* [en línea]. Disponible en: <https://www.artbasel.com/stories/art-basel-at-50-don-and-mera-rubell>
- RUSSELL, James S. 2011. The Art Basel effect. En: *Art in America* [en línea]. Disponible en: <https://www.artnews.com/art-in-america/features/the-art-basel-effect-62917/>
- SACHDEV, Geetanjali, 2019. Engaging with plants in an urban environment through street art and design. *Plants, People, Planet*, [en línea] 1(3), 271–289. Disponible en: <https://doi.org/10.1002/ppp3.10055>
- SANDSTRÖM, Ida, 2020. Learning to Care, Learning to Be Affected: Two Public Spaces Designed to Counter Segregation, *Urban Planning* [en línea]. 5(4), pp. 171–182. ISSN: 2183-7635. Disponible en: <https://doi.org/10.17645/up.v5i4.3296>
- SCOTT, Allen J., 2008. Inside the City: On Urbanisation, Public Policy and Planning. *Urban Studies*, [en línea]. SAGE Journals, 45(4), pp.755-772. Disponible en: <https://doi.org/10.1177/0042098007088466>
- SPIEGLER, Marc, 2020. Conversations: 50 Years of Art Basel - the 1980s En: [vídeo en línea]. Publicado el 14 de agosto de 2020. Disponible en: <https://parisplus.artbasel.com/stories/conversations--art-basel-at-50---the-1980s>
- SPRING, Michael, 2014. Did Art Basel Devastate The Local Arts Scene? Or Did NY Times Get It Wrong?. En: *WLRN Miami/South Florida* [en línea]. Disponible en: <https://www.wlrn.org/news/2014-12-03/did-art-basel-devastate-the-local-arts-scene-or-did-ny-times-get-it-wrong>

ZEBRACKI, Martin, 2020. *Public art, Gentrification, and the Preservation of Black and Brown Urban Identity: The case of Little Haiti, Miami- an interview with muralist serge Toussaint*. In: Cartiere, C and Tan, L, (eds.) *The Routledge Companion to Art in the Public Realm*. Routledge Art History and Visual Studies Companions . Routledge , Oxon, UK , pp. 219-230. ISBN 9781138325302. Disponible en: <https://eprints.whiterose.ac.uk/168534/>

ZUKIN, Sharon, 1995 *The Cultures of Cities*, Oxford: Wiley-Blackwell. ISBN: 978-1-557-86437-6

ZUKIN, Sharon, 1996. Space and Symbols in an Age of Decline. En: A.D. King (ed), *Re-Presenting the City: Ethnicity, Capital and Culture in the 21st Century Metropolis*, London: Macmillan pp.43–59 ISBN: 978-1-349-24439-3