

Gianmario Strappati

gianmario.strappati@gmail.com

Instituto Superior de Música José
Hernández
(Buenos Aires – Argentina)

**INTERNACIONALIZACIÓN DEL
ARTE Y REDES ECONÓMICAS
GLOBALES: DINÁMICAS DE
MERCADO, REGULACIÓN
Y COOPERACIÓN
TRANSNACIONAL**

*INTERNATIONALIZATION OF
ART AND GLOBAL ECONOMIC
NETWORKS: MARKET
DYNAMICS, REGULATION,
AND TRANSNATIONAL*

DOI:

<https://doi.org/10.37135/kai.03.17.11>

Recibido: 09/05/2026

Aceptado: 01/07/2026

Resumen

El artículo analiza la internacionalización del arte contemporáneo desde la perspectiva de la economía cultural y las relaciones internacionales. A partir de una revisión narrativa de literatura académica y de informes institucionales recientes, se examinan las interacciones entre dinámicas de mercado, plataformas digitales, regulación y cooperación transnacional. El estudio sostiene que la circulación global del arte depende tanto de factores económicos como de procesos simbólicos, tecnológicos e institucionales. Se concluye que las redes digitales y los mecanismos de gobernanza cultural redefinen las estrategias contemporáneas de internacionalización artística en el contexto global contemporáneo.

Palabras clave: economía cultural, industrias creativas, diplomacia cultural, plataformas digitales, gobernanza cultural.

Abstract

This article examines the internationalization of contemporary art from the perspective of cultural economics and international relations. Through a narrative review of recent literature and institutional reports, it analyzes the relationships between market dynamics, digital platforms, regulation, and transnational cooperation. The study argues that the global circulation of art depends on economic, technological, and institutional factors. It concludes that digital networks and cultural governance are reshaping contemporary artistic internationalization strategies.

Keywords: cultural economics, creative industries, cultural diplomacy, digital platforms, cultural governance.

INTERNACIONALIZACIÓN DEL ARTE Y REDES ECONÓMICAS GLOBALES: DINÁMICAS DE MERCADO, REGULACIÓN Y COOPERACIÓN TRANSNACIONAL

INTERNATIONALIZATION OF ART AND GLOBAL ECONOMIC NETWORKS: MARKET DYNAMICS, REGULATION, AND TRANSNATIONAL

DOI:

<https://doi.org/10.37135/kai.03.17.11>

Introducción

La internacionalización del arte contemporáneo se ha consolidado como uno de los procesos más relevantes dentro de la economía cultural global. La expansión de los mercados internacionales, el desarrollo de plataformas digitales y la creciente interdependencia entre actores culturales han transformado las formas de producción, circulación y valorización de las obras artísticas. En este escenario, la globalización no solo modifica las dinámicas económicas del sector cultural, sino también los mecanismos de legitimación simbólica, las estrategias de difusión internacional y las formas de cooperación entre instituciones, mercados y redes transnacionales (Flew, 2013; Held y McGrew, 2007).

Las obras artísticas poseen una doble dimensión. Por un lado, expresan valores simbólicos vinculados a la creatividad, la identidad y la representación cultural. Por otro, participan en dinámicas económicas que condicionan su circulación, posicionamiento y acceso a públicos internacionales (Throsby, 2001; Benhamou, 2022). Esta relación entre valor simbólico y valor económico sitúa al producto artístico dentro de un sistema global caracterizado por la interacción entre mercados culturales, plataformas digitales, marcos regulatorios y estrategias de internacionalización.

En consecuencia, el análisis del arte contemporáneo requiere enfoques interdisciplinarios capaces de integrar aportes de la economía cultural, las relaciones internacionales y los estudios sobre gobernanza cultural (Hesmondhalgh, 2026; Oakley y O'Connor, 2015). A pesar del creciente interés académico por las industrias creativas y la economía cultural, persisten limitaciones en los estudios que analizan de manera articulada las dinámicas de mercado, los mecanismos regulatorios y las formas de cooperación transnacional en la circulación global del arte. Esta fragmentación limita la comprensión integral de los procesos contemporáneos de internacionalización artística y dificulta el análisis conjunto de las transformaciones económicas, tecnológicas e institucionales que caracterizan al mercado cultural global.

Aunque la literatura ha abordado ampliamente las dimensiones económicas, estéticas y tecnológicas del fenómeno, estos enfoques suelen desarrollarse por separado, dificultando una comprensión integrada de la relación entre internacionalización artística, regulación cultural y transformación digital (Benhamou, 2022).

Buena parte de la literatura ha analizado la internacionalización artística desde perspectivas parciales, privilegiando alternativamente los mercados culturales, la economía de las industrias creativas, la transformación digital o las políticas culturales. Aunque estos enfoques han contribuido significativamente a comprender dimensiones específicas del fenómeno, todavía resulta limitada la producción científica que examine de manera integrada cómo interactúan las dinámicas económicas, las infraestructuras digitales, los marcos regulatorios y las redes de cooperación transnacional en la configuración contemporánea de la circulación internacional del arte.

Esta fragmentación dificulta explicar la naturaleza sistémica de la internacionalización artística y limita el desarrollo de marcos analíticos capaces de interpretar simultáneamente las transformaciones económicas, tecnológicas,

institucionales y simbólicas que caracterizan el mercado cultural global. En este contexto, el objeto de estudio del presente artículo es la internacionalización del arte contemporáneo. La economía cultural, la digitalización, la regulación, las plataformas culturales, la cooperación transnacional y las nuevas formas de intermediación artística, incluidos los mercados digitales y los NFT, no se abordan como objetos de estudio independientes, sino como dimensiones analíticas que permiten explicar las transformaciones contemporáneas de dicho proceso.

Con el fin de evitar ambigüedades conceptuales, en este trabajo se entiende por plataformas digitales las infraestructuras tecnológicas que facilitan la intermediación, difusión y comercialización de bienes culturales en entornos digitales. Los marketplaces constituyen un tipo específico de plataforma orientado a la compraventa de obras de arte; los mercados NFT hacen referencia al segmento del mercado digital basado en tecnología blockchain para la certificación y transacción de activos digitales; mientras que el arte digital comprende las obras concebidas, producidas o difundidas mediante tecnologías digitales. Estos conceptos se emplean como categorías analíticas diferenciadas y no como sinónimos, en función de su papel específico dentro de los procesos contemporáneos de internacionalización del arte.

Frente a este escenario, el presente artículo plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo interactúan las dinámicas de mercado, la digitalización, los marcos regulatorios y las redes de cooperación transnacional en la configuración de los procesos contemporáneos de internacionalización del arte?

Con el fin de responder a esta pregunta, el análisis se estructura en torno a cuatro dimensiones interrelacionadas: la economía cultural, la digitalización y las plataformas, la regulación y gobernanza cultural, y la cooperación transnacional. Cada una de estas dimensiones contribuye a explicar, desde una perspectiva complementaria, los procesos contemporáneos de internacionalización del arte.

Desde esta perspectiva, el estudio tiene como objetivo analizar dichas interacciones desde una perspectiva interdisciplinaria que integra la economía cultural, las relaciones internacionales y los estudios sobre gobernanza cultural. El análisis parte del supuesto de que la circulación internacional del arte contemporáneo no puede explicarse únicamente a partir de variables económicas o comerciales, sino que constituye un proceso complejo en el que convergen factores tecnológicos, institucionales, regulatorios y simbólicos.

La principal contribución del artículo consiste en proponer un marco conceptual integrado para el estudio de la internacionalización artística. Mientras que una parte importante de la literatura ha examinado de forma separada las dinámicas de mercado, la transformación digital, las políticas culturales o la cooperación internacional, este trabajo articula estas dimensiones dentro de una misma perspectiva analítica, mostrando cómo su interacción redefine las estrategias contemporáneas de circulación internacional del arte.

Desde este enfoque, la internacionalización artística se interpreta como un ecosistema transnacional de gobernanza cultural, en el que plataformas digitales, instituciones regulatorias, mercados culturales y redes de cooperación actúan de manera interdependiente en la producción, legitimación y difusión internacional de las obras artísticas. Esta perspectiva permite ampliar la comprensión de los

procesos contemporáneos de internacionalización, superando las aproximaciones sectoriales predominantes y ofreciendo una interpretación más integrada de las relaciones entre economía cultural, digitalización, regulación y cooperación transnacional.

Con el fin de organizar el análisis, el artículo adopta un marco conceptual integrado estructurado en cuatro dimensiones analíticas interrelacionadas. La primera corresponde a la economía cultural, que proporciona las bases para comprender la doble naturaleza económica y simbólica de las obras de arte y los procesos de internacionalización. La segunda dimensión se refiere a la digitalización y las plataformas, entendidas como infraestructuras que transforman los mecanismos de intermediación, circulación y valorización internacional del arte.

La tercera dimensión comprende la regulación y la gobernanza cultural, incluyendo los marcos jurídicos e institucionales que condicionan la circulación transnacional de bienes culturales. Finalmente, la cuarta dimensión aborda la cooperación transnacional y las redes globales, que explican cómo las relaciones entre actores, instituciones y mercados configuran las estrategias contemporáneas de internacionalización artística. Estas cuatro dimensiones constituyen el eje analítico que articula el desarrollo del manuscrito y orientan la discusión de la literatura especializada.

El presente trabajo se desarrolla como un artículo de reflexión basado en una revisión narrativa de literatura académica, informes institucionales y contribuciones teóricas vinculadas a la economía cultural, las relaciones internacionales y los procesos de internacionalización artística. El análisis incorpora artículos académicos indexados, informes recientes sobre mercado del arte, economía creativa y gobernanza cultural, así como documentación especializada sobre plataformas digitales, cooperación transnacional e industrias culturales contemporáneas (UNCTAD, 2024; UNESCO, 2022).

Se priorizaron contribuciones publicadas principalmente entre 2015 y 2025, especialmente aquellas relacionadas con transformación digital, internacionalización artística y mercados culturales contemporáneos, sin excluir autores clásicos relevantes para la construcción del marco teórico interdisciplinario. El estudio se orienta a construir una interpretación crítica sobre la interacción entre valor simbólico, dinámicas de mercado, regulación cultural y plataformas digitales en la circulación global del arte contemporáneo. Desde el punto de vista analítico, la reflexión se organiza a partir de categorías vinculadas con mercado cultural, digitalización, cooperación transnacional y gobernanza cultural, integrando aportes de la economía cultural, la sociología relacional y la economía política internacional.

Economía cultural e internacionalización artística

La relación entre arte y economía ha adquirido una relevancia creciente en el contexto de la globalización contemporánea. Las transformaciones de los mercados culturales y la expansión de los circuitos internacionales de circulación artística han favorecido la consolidación de una economía cultural global caracterizada por la interacción entre creatividad, valor simbólico y dinámicas de mercado (Jenkins, 2024).

En este contexto, la internacionalización artística no puede interpretarse únicamente como un proceso de expansión comercial, sino como una transformación estructural de las formas de producción, legitimación y difusión cultural. Desde esta perspectiva, estudios recientes también subrayan que espacios como las ferias internacionales de arte no solo cumplen funciones comerciales, sino que actúan como escenarios de interacción social, construcción de públicos y legitimación cultural dentro de los circuitos artísticos contemporáneos (Zagrebelnaia, 2025).

Desde la perspectiva de la economía cultural, las obras artísticas poseen una naturaleza dual. Además de generar valor económico, producen valor cultural, simbólico e identitario (Throsby, 2001). Asimismo, la creatividad puede entenderse como la capacidad de producir ideas y soluciones innovadoras, así como un proceso cognitivo interno basado en la intuición y en la reorganización de información para generar nuevas conexiones y formas de expresión cultural (Strappati, 2026).

Esta especificidad diferencia los bienes culturales de otras mercancías y explica por qué la circulación internacional del arte depende tanto de mecanismos económicos como de procesos de reconocimiento simbólico y legitimación institucional. Siguiendo la perspectiva de Bourdieu (1993), Lind y Velthuis (2012) interpretan el campo cultural contemporáneo como un espacio relacional en el que interactúan distintos tipos de capital: económico, cultural, social y simbólico. Aplicado al contexto contemporáneo, este enfoque permite comprender cómo artistas, galerías, instituciones y plataformas digitales participan en redes globales donde la visibilidad y la reputación funcionan como recursos estratégicos para acceder a los mercados internacionales.

Siguiendo la perspectiva desarrollada por Yúdice (2003) y retomada recientemente por Hesmondhalgh (2026), la cultura puede interpretarse como un recurso estratégico dentro de los procesos contemporáneos de globalización y transformación digital, donde las tecnologías emergentes, como los activos digitales, permiten a los creadores generar nuevas formas de valor económico y emprendimiento creativo (Chalmers et al., 2022).

Estudios recientes también evidencian que la afinidad cultural, la imagen internacional de un país y las dinámicas cosmopolitas influyen significativamente en la preferencia por productos culturales extranjeros, favoreciendo así los procesos de internacionalización cultural y fortaleciendo las estrategias contemporáneas de soft power (Rabêlo Neto et al., 2022). En el ámbito artístico, esta perspectiva evidencia cómo las industrias culturales y creativas se integran progresivamente en dinámicas económicas internacionales, convirtiéndose en instrumentos de posicionamiento competitivo, diplomacia cultural y proyección internacional.

La internacionalización artística también puede interpretarse a partir de las teorías contemporáneas del comercio internacional. Las contribuciones de Krugman (1979) sobre competencia imperfecta y economías de escala, así como el modelo de heterogeneidad empresarial desarrollado por Melitz (2003), han sido posteriormente reinterpretadas en el ámbito de la economía cultural por autores como Towse y Hernández (2020) y Benhamou (2022), permitiendo comprender por qué determinados actores culturales logran insertarse con mayor eficacia en los mercados globales.

En este sentido, la circulación internacional del arte depende no solo de la calidad estética de las obras, sino también de capacidades organizativas, acceso a redes internacionales y disponibilidad de recursos tecnológicos y financieros. Estudios recientes también subrayan que las diferencias culturales influyen directamente en los procesos de internacionalización, ya que valores, normas sociales y prácticas organizacionales condicionan las estrategias de inserción internacional y la circulación transnacional de productos culturales (Mura y Vlacseková, 2022).

Desde la perspectiva de los estudios sobre negocios internacionales, los procesos de internacionalización también están condicionados por factores institucionales, sociales y culturales que influyen en la toma de decisiones estratégicas dentro de mercados globales caracterizados por diferentes contextos políticos, económicos y normativos (Srivastava et al., 2020). En consecuencia, la internacionalización del arte contemporáneo se configura como un proceso multidimensional en el que convergen creatividad, estructuras económicas y dinámicas transnacionales. Esta convergencia permite superar la tradicional dicotomía entre dimensión cultural y dimensión económica, evidenciando la interdependencia estructural entre ambas (Throsby, 2001; Hesmondhalgh, 2026).

En conjunto, estas contribuciones permiten interpretar la internacionalización artística no como la simple expansión geográfica de los mercados culturales, sino como un proceso relacional en el que el valor económico depende simultáneamente de mecanismos de legitimación simbólica, capacidades institucionales y estructuras de cooperación internacional. Desde esta perspectiva, la economía cultural constituye el marco analítico que permite integrar estas dimensiones dentro de una explicación común.

Plataformas digitales y transformación del mercado artístico global

La transformación digital ha modificado profundamente las dinámicas de circulación y comercialización del arte contemporáneo (Srnicek, 2017; Poell et al., 2021). El desarrollo de plataformas digitales, redes sociales y mercados digitales especializados ha ampliado las posibilidades de internacionalización para artistas e instituciones culturales, reduciendo parcialmente las limitaciones geográficas tradicionales y facilitando nuevas formas de interacción entre productores culturales y públicos globales.

En el contexto contemporáneo, las plataformas digitales actúan como intermediarios culturales capaces de influir directamente en los procesos de visibilidad, legitimación y valorización artística (Khaire, 2017). Investigaciones recientes también destacan que las dinámicas de influencia social desempeñan un papel central en la internacionalización de los productos culturales, especialmente en contextos donde la valoración estética y simbólica resulta subjetiva y depende de procesos colectivos de legitimación y reconocimiento dentro de los mercados globales (Huang et al., 2025).

Para comprender el impacto de estas transformaciones resulta necesario distinguir la estructura del mercado internacional del arte. Tradicionalmente, este se organiza en un mercado primario, donde artistas y galerías realizan las

primeras transacciones y construyen procesos de legitimación artística, y un mercado secundario, integrado principalmente por subastas, coleccionistas e intermediarios especializados, donde las obras adquieren nuevas dinámicas de valorización económica y simbólica (Robertson, 2016; Lind y Velthuis, 2012). Sobre esta estructura tradicional se han incorporado progresivamente plataformas digitales, ferias internacionales e instituciones culturales, que desempeñan funciones diferenciadas en la circulación, promoción e internacionalización de las obras artísticas.

A través de algoritmos, métricas de interacción y estrategias de posicionamiento, estas infraestructuras tecnológicas condicionan el acceso al mercado global y redefinen las formas de circulación cultural. La expansión de plataformas de comercialización y exhibición artística en línea ha favorecido la aparición de nuevos modelos de intermediación. Plataformas como Artsy y Saatchi Art han ampliado las posibilidades de visibilidad internacional para artistas emergentes, facilitando procesos de circulación transnacional y acceso a nuevos públicos digitales.

No obstante, estas oportunidades no se distribuyen de manera homogénea entre los distintos actores del mercado artístico. La capacidad de alcanzar visibilidad internacional continúa condicionada por factores como el acceso desigual a recursos tecnológicos, la dependencia de los algoritmos de recomendación, la concentración de la atención en un número reducido de plataformas y la elevada volatilidad de algunos mercados digitales, especialmente en el ámbito de los NFT (Van Dijck et al., 2018; Poell et al., 2021; Chalmers et al., 2022). En consecuencia, aunque la digitalización ha ampliado las posibilidades de internacionalización para numerosos artistas, no ha eliminado las asimetrías estructurales que caracterizan al mercado internacional del arte.

Casos recientes de artistas vinculados al mercado digital contemporáneo evidencian cómo las redes en línea y los marketplaces culturales permiten construir reputación internacional fuera de los circuitos tradicionales de galerías y ferias. La difusión internacional de artistas digitales como Beeple y Pak ilustra cómo las plataformas NFT y las redes sociales han redefinido los mecanismos contemporáneos de visibilidad, comercialización y legitimación artística (Valeonti et al., 2021; Wilson et al., 2022).

Artistas emergentes pueden acceder a audiencias internacionales mediante estrategias digitales orientadas a públicos diversos, fortaleciendo procesos de autopromoción y construcción de identidad artística. La expansión de las plataformas digitales también ha favorecido la aparición de nuevas formas de celebridad en línea e intermediación cultural, donde influencers, opinion leaders y creadores digitales desempeñan un papel cada vez más relevante en la configuración de comunidades culturales, procesos de visibilidad y dinámicas de legitimación dentro de audiencias globales fragmentadas (Tilton, 2025).

Al mismo tiempo, estas dinámicas generan nuevas formas de competencia y desigualdad, ya que el acceso a recursos tecnológicos y capacidades comunicativas continúa siendo desigual entre contextos geográficos y económicos (Van Dijck et al., 2018; Cunningham y Craig, 2021). Desde la perspectiva de la sociedad red desarrollada por Castells (1996) y retomada posteriormente por Van Dijck et

al. (2018), las plataformas digitales reconfiguran los procesos contemporáneos de circulación cultural. Asimismo, Poell et al. (2021) resultan especialmente relevantes para interpretar la configuración de redes globales de información y comunicación que redefinen la circulación cultural contemporánea.

Estudios recientes sobre plataformas digitales y mercados NFT también evidencian cómo las tecnologías blockchain y los sistemas de intermediación en línea están modificando las dinámicas de acceso y valorización dentro del mercado artístico internacional (Ante, 2022; Wilson et al., 2022). Desde la perspectiva de la sociedad red, la producción y circulación cultural se integran en flujos globales de información y comunicación que trascienden las fronteras tradicionales. En consecuencia, la internacionalización artística contemporánea se desarrolla en un entorno caracterizado por la conectividad permanente, la aceleración de los intercambios y la creciente dependencia de infraestructuras digitales.

Asimismo, el crecimiento del mercado del arte digital y de los NFT ha ampliado las posibilidades de circulación internacional de obras y artistas anteriormente excluidos de los circuitos tradicionales (Ante, 2022). El desarrollo de plataformas como SuperRare y Foundation evidencia cómo las tecnologías blockchain han transformado las dinámicas de comercialización y autenticación de obras digitales dentro del mercado artístico global, impulsando nuevas lógicas de emprendimiento creativo y generación de riqueza (Chalmers et al., 2022).

Estudios recientes también subrayan que la expansión de estas plataformas digitales ha favorecido procesos de financiarización y concentración dentro de la economía cultural contemporánea, reforzando nuevas formas de dependencia tecnológica y económica en los mercados creativos globales (Chalmers et al., 2022). El arte digital contemporáneo incorpora tecnologías digitales tanto en los procesos creativos como en las formas de exhibición y circulación cultural, mientras que el criptoarte se vincula directamente con tecnologías blockchain y mecanismos de certificación digital.

En este contexto, la valorización económica de las obras digitales adapta criterios tradicionales de monetización y propiedad intelectual a nuevos entornos digitales caracterizados por una amplia accesibilidad en línea y una menor exclusividad material respecto al arte tradicional (Moro-Visconti, 2022). Aunque estas transformaciones han abierto nuevas oportunidades de acceso al mercado global, también han acelerado dinámicas de desigualdad y concentración de capital que a menudo favorecen el entorno urbano-céntrico en detrimento de los territorios periféricos (Crocata et al., 2025).

Desde esta perspectiva, la digitalización no debe entenderse únicamente como una innovación técnica, sino como un proceso estructural de la transición postindustrial que redefine las relaciones entre arte, economía y globalización (Crocata et al., 2025). En este sentido, diversos estudios sostienen que las plataformas digitales se han consolidado como actores centrales dentro de las industrias culturales contemporáneas, transformando los mecanismos de producción, intermediación y circulación de contenidos culturales en entornos globales digitalizados (Magaudá y Solaroli, 2020).

Las plataformas digitales se configuran así como espacios estratégicos donde convergen dinámicas económicas, tecnológicas y simbólicas que condicionan las

formas contemporáneas de internacionalización artística. Más allá de su función tecnológica, las plataformas digitales deben entenderse como infraestructuras de gobernanza que reorganizan las formas de intermediación, visibilidad y acceso a los mercados internacionales. En consecuencia, la digitalización no representa únicamente una innovación técnica, sino una transformación estructural de los mecanismos contemporáneos de internacionalización artística.

Regulación y cooperación transnacional

La internacionalización del arte contemporáneo se desarrolla dentro de un marco regulatorio complejo, caracterizado por la interacción entre normativas nacionales, mecanismos de cooperación internacional y estructuras de gobernanza cultural (Oakley y O'Connor, 2015; Benhamou, 2022). En este contexto, la circulación transnacional de obras artísticas no depende exclusivamente de dinámicas de mercado, sino también de sistemas regulatorios orientados a gestionar derechos culturales, propiedad intelectual, movilidad de bienes culturales y plataformas digitales.

Uno de los principales elementos regulatorios está vinculado a los derechos de autor y a la protección de la propiedad intelectual. La expansión de plataformas digitales y mercados NFT ha incrementado el debate sobre licencias digitales, autenticidad y propiedad de activos culturales en entornos virtuales (Wilson et al., 2022; Towse & Navarrete Hernández, 2020). En este contexto, organismos internacionales como la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI, por sus siglas en español; WIPO, por sus siglas en inglés) han promovido mecanismos orientados a fortalecer la protección jurídica de contenidos culturales en plataformas digitales y entornos transfronterizos.

Asimismo, la Convención de la UNESCO de 2005 sobre la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales constituye uno de los principales marcos internacionales para comprender la relación entre circulación cultural, cooperación internacional y sostenibilidad de las industrias creativas (UNESCO, 2005; De Beukelaer, 2015).

Este instrumento ha reforzado el papel de las políticas culturales en la promoción de diversidad cultural y movilidad artística dentro del sistema internacional, consolidando la cooperación cultural como una dimensión estratégica de la gobernanza global contemporánea (Flew, 2013; Anheier y Isar, 2008). La expansión de entornos digitales y plataformas globales ha incrementado la necesidad de desarrollar mecanismos capaces de proteger las obras artísticas frente a procesos de reproducción, distribución y comercialización no autorizada. En este sentido, las transformaciones tecnológicas han generado nuevos desafíos regulatorios relacionados con el arte digital, los NFT y las formas contemporáneas de circulación en línea.

En el ámbito del arte digital resulta igualmente necesario distinguir entre la propiedad del token digital y la titularidad de los derechos patrimoniales de autor sobre la obra. La adquisición de un NFT certifica la autenticidad y la titularidad del token registrado en la cadena de bloques, pero no implica, por sí misma, la transferencia de los derechos de explotación de la obra, salvo que estos sean

expresamente cedidos mediante licencia o contrato (Guadamuz, 2021; Wilson et al., 2022). Esta distinción adquiere especial relevancia en los procesos de intercambio transnacional de obras digitales donde la coexistencia de diferentes jurisdicciones plantea desafíos adicionales en materia de reconocimiento de derechos, licencias de uso y protección jurídica de las obras digitales.

Asimismo, la cooperación cultural internacional desempeña un papel estratégico en los procesos de internacionalización artística. Diversos estudios recientes subrayan que la gobernanza cultural global depende crecientemente de redes institucionales orientadas a promover movilidad artística, intercambio cultural y circulación transnacional de bienes simbólicos (Gill et al., 2019; Hesmondhalgh, 2026).

En el ámbito jurídico internacional, instrumentos como el Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas y el Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC/TRIPS) han contribuido a consolidar mecanismos transnacionales de protección de derechos de autor y circulación internacional de bienes culturales (OMPI, 1996; Towse y Hernández, 2020). Asimismo, el Tratado de la OMPI sobre Derecho de Autor (OMPI Copyright Treaty) ha reforzado la regulación de contenidos culturales en entornos digitales, particularmente en relación con plataformas en línea y circulación transfronteriza de obras artísticas (Flew, 2013; Wilson et al., 2022).

Desde la perspectiva de la internacionalización artística, estos instrumentos jurídicos plantean desafíos y ofrecen mecanismos de protección diferenciados. Los derechos de autor protegen la creación intelectual y los derechos patrimoniales del artista frente a usos no autorizados; el Convenio de Berna garantiza el reconocimiento internacional de dichas protecciones entre los Estados parte; el Acuerdo sobre los ADPIC/TRIPS armoniza estándares mínimos de tutela dentro del comercio internacional; mientras que el Tratado de la OMPI sobre Derecho de Autor (OMPI Copyright Treaty) adapta estos principios al entorno digital, reforzando la protección de las obras difundidas mediante plataformas en línea y otros sistemas de circulación transfronteriza (OMPI, 1996; Towse y Hernández, 2020; Flew, 2013).

En conjunto, estos marcos regulatorios buscan reducir la inseguridad jurídica derivada de la circulación internacional de bienes culturales y favorecer un entorno más estable para la internacionalización del arte contemporáneo. Estos instrumentos evidencian la creciente interdependencia entre economía, regulación y cultura en el contexto de la globalización contemporánea, consolidando la gobernanza cultural internacional como un elemento central en los procesos de internacionalización artística (Anheier y Isar, 2008; Benhamou, 2022). Organismos internacionales, programas de intercambio cultural y acuerdos de cooperación contribuyen a fortalecer redes institucionales orientadas a promover la movilidad de artistas, la difusión de obras y la consolidación de mercados culturales transnacionales.

Desde la perspectiva de la Economía Política Internacional, las contribuciones de Gilpin (2001) y Strange (1994) permiten interpretar la relación entre poder, riqueza y cultura como un elemento central en la configuración del

orden global contemporáneo. Esta perspectiva resulta particularmente relevante para comprender cómo las asimetrías económicas y tecnológicas condicionan la circulación internacional del arte y el funcionamiento de los mercados culturales digitales (Hesmondhalgh, 2026; Gill et al., 2019). Aplicado al ámbito artístico, este enfoque evidencia cómo los mercados culturales se encuentran profundamente condicionados por asimetrías estructurales entre Estados, instituciones y actores privados.

En consecuencia, la regulación cultural no puede entenderse únicamente como un mecanismo jurídico, sino también como un instrumento de gobernanza capaz de influir en la distribución de oportunidades dentro del sistema artístico global. Las políticas culturales, los programas de promoción internacional y las estrategias de cooperación funcionan simultáneamente como herramientas simbólicas y económicas orientadas a fortalecer la competitividad y la visibilidad internacional (Menger, 2014; Comunian y England, 2020).

La creciente interdependencia entre tecnología, regulación y economía cultural evidencia la necesidad de desarrollar marcos de gobernanza más adaptables a las transformaciones contemporáneas del mercado artístico global. De este modo, la cooperación transnacional emerge como un elemento fundamental para garantizar tanto la sostenibilidad económica del sector cultural como la protección de la diversidad artística y cultural.

En consecuencia, la regulación y la cooperación internacional no constituyen elementos externos al mercado artístico, sino componentes que condicionan su funcionamiento y contribuyen a configurar las oportunidades de difusión internacional de las obras y de los actores culturales. Esta interacción confirma que la internacionalización artística responde a una lógica de gobernanza multinivel más que a una dinámica exclusivamente económica.

Redes globales y estrategias de internacionalización artística

La internacionalización artística contemporánea se desarrolla a través de redes globales caracterizadas por la interacción entre artistas, instituciones culturales, galerías, plataformas digitales y actores económicos (Lind & Velthuis, 2012; Cunningham & Craig, 2021). Estas redes configuran estructuras transnacionales que facilitan la circulación de obras y la construcción de visibilidad internacional, integrando dinámicas culturales, tecnológicas y económicas.

En este contexto, el marketing cultural adquiere una función estratégica en los procesos de posicionamiento internacional (Colbert, 2015; Kotler y Scheff, 1997). Las estrategias de comunicación y difusión permiten conectar las obras artísticas con públicos diversos, fortaleciendo procesos de legitimación simbólica y ampliando las posibilidades de acceso a mercados globales.

La reputación institucional y el capital simbólico funcionan así como activos fundamentales dentro de la economía cultural contemporánea, especialmente en mercados artísticos caracterizados por dinámicas de legitimación y valorización simbólica (Lind y Velthuis, 2012; Khaire, 2017). En el contexto digital contemporáneo, este capital simbólico adquiere además una dimensión digital, construida mediante algoritmos, visibilidad en plataformas, interacción en redes sociales y mecanismos de circulación en línea que condicionan el posicionamiento internacional de artistas e instituciones culturales.

Asimismo, la internacionalización artística se relaciona con dinámicas de diplomacia cultural y soft power (Nye, 2004; Anheier y Isar, 2008). Los Estados y las instituciones culturales recurren a la circulación internacional del arte como instrumento de proyección simbólica y posicionamiento internacional, integrando las políticas culturales dentro de estrategias más amplias de cooperación y representación global.

No obstante, estas dinámicas también reflejan desigualdades estructurales presentes en el sistema internacional, especialmente en relación con la distribución desigual de recursos económicos, tecnológicos y simbólicos entre regiones y actores culturales (Harvey, 2005; Sassen, 2007). Los actores culturales con mayores recursos económicos, tecnológicos e institucionales poseen ventajas significativas en términos de visibilidad y acceso a los mercados globales. En consecuencia, la internacionalización artística contemporánea reproduce parcialmente las asimetrías existentes en la economía global (Scott, 2017; Hesmondhalgh, 2026).

En este escenario, las redes transnacionales permiten comprender cómo la circulación artística depende simultáneamente de factores creativos, capacidades organizativas y estructuras económicas. Desde la perspectiva de la sociedad red desarrollada por Castells (1996), la internacionalización cultural contemporánea se articula mediante flujos globales de información, comunicación e intercambio simbólico que conectan actores e instituciones a escala transnacional (Held y McGrew, 2007; Crane, 2014).

La internacionalización del arte no responde exclusivamente a criterios estéticos, sino a procesos complejos de interacción entre innovación cultural, estrategias de mercado y dinámicas político-internacionales. En este sentido, las redes transnacionales no solo facilitan la circulación de bienes culturales, sino que configuran los mecanismos mediante los cuales artistas, instituciones y mercados construyen reconocimiento, legitimidad y proyección internacional. Desde esta perspectiva, la internacionalización artística debe entenderse como un proceso relacional en el que recursos económicos, infraestructuras digitales, capital simbólico y mecanismos de gobernanza cultural operan de manera interdependiente.

Discusión

El análisis desarrollado permite reinterpretar las dinámicas de la economía cultural y de la internacionalización artística a partir de una perspectiva interdisciplinaria que integra economía, sociología y relaciones internacionales. En este sentido, la circulación global del arte contemporáneo aparece vinculada tanto a dinámicas simbólicas como a estructuras económicas y regulatorias que condicionan las formas de acceso al mercado internacional.

Las teorías del comercio internacional proporcionan herramientas útiles para comprender estas transformaciones. El principio de ventaja comparativa formulado por Ricardo (1817), junto con las contribuciones posteriores de Krugman (1979), Melitz (2003), Towse y Hernández (2020) y Benhamou (2022), permite interpretar la creciente diferenciación entre actores culturales y la

formación de ventajas competitivas dentro de los mercados artísticos globales. En este contexto, la internacionalización artística se configura como un proceso en el que convergen especialización, innovación y competencia.

Sin embargo, el análisis evidencia que el producto artístico no puede reducirse a una mercancía convencional. Como sostienen Towse y Hernández (2020), los bienes culturales poseen simultáneamente valor económico y valor cultural, incorporando dimensiones identitarias, simbólicas y sociales. Esta doble naturaleza explica por qué la lógica de mercado resulta insuficiente para comprender plenamente la circulación internacional del arte.

En esta línea, las aportaciones de Khaire (2017) permiten ampliar la comprensión de las motivaciones presentes en el ámbito cultural. La producción artística no responde únicamente a incentivos económicos, sino también a factores vinculados con creatividad, reconocimiento y legitimación simbólica. Esta perspectiva refuerza la necesidad de interpretar la internacionalización artística como un fenómeno multidimensional.

Asimismo, la digitalización y la expansión de plataformas globales han redefinido las formas de intermediación cultural. Las contribuciones de Poell et al. (2021) y los estudios recientes sobre plataformas digitales muestran que la sociedad red ha transformado profundamente las dinámicas de producción, difusión y consumo cultural. En consecuencia, la internacionalización artística contemporánea depende cada vez más de infraestructuras tecnológicas capaces de conectar actores y públicos a escala global.

Desde la perspectiva de las relaciones internacionales, el análisis desarrollado evidencia que la circulación artística se inserta en dinámicas de poder y cooperación transnacional. Las políticas culturales, las estrategias de diplomacia cultural y los mecanismos regulatorios influyen directamente en la configuración del mercado artístico global, condicionando las oportunidades de acceso y posicionamiento internacional.

En términos teóricos, el presente estudio contribuye a la literatura al proponer una lectura integrada de la internacionalización artística, superando las aproximaciones sectoriales y promoviendo un enfoque interdisciplinario capaz de articular economía cultural, gobernanza y relaciones internacionales. Esta perspectiva permite comprender de manera más amplia las transformaciones contemporáneas del mercado artístico global y sus implicaciones económicas, culturales y políticas (Banks y O'Connor, 2021; Benhamou, 2022).

Conclusiones

La internacionalización del arte contemporáneo constituye un fenómeno estructural en el que convergen dinámicas económicas, procesos simbólicos, transformaciones tecnológicas y formas de cooperación transnacional. El análisis desarrollado permite comprender que la circulación global de las obras artísticas depende tanto de mecanismos de mercado como de estructuras institucionales y regulatorias que condicionan las posibilidades de acceso, legitimación y difusión internacional.

En este contexto, la economía cultural emerge como un marco interpretativo fundamental para analizar la relación entre creatividad, valor simbólico y valorización económica. La producción artística no puede entenderse de manera aislada respecto a los sistemas económicos y tecnológicos contemporáneos, ya que su circulación internacional se encuentra profundamente vinculada a plataformas digitales, redes globales y estrategias de posicionamiento internacional.

Asimismo, el estudio evidencia que la digitalización ha transformado las formas de intermediación cultural, ampliando las posibilidades de internacionalización para artistas e instituciones, pero también generando nuevas desigualdades relacionadas con el acceso a recursos tecnológicos y capacidades organizativas. Así, las plataformas digitales se configuran como actores centrales dentro del mercado artístico global, influyendo en la visibilidad, reputación y valorización de las obras.

Desde la perspectiva de las relaciones internacionales, la cooperación cultural y los mecanismos regulatorios desempeñan un papel estratégico en la configuración de los mercados culturales transnacionales. Las políticas culturales, los programas de intercambio y las estrategias de diplomacia cultural contribuyen a fortalecer redes globales orientadas a la difusión artística y al posicionamiento internacional de actores e instituciones culturales.

Ferias internacionales como Art Basel y ARCOmadrid representan ejemplos relevantes de articulación entre mercado, cooperación cultural e internacionalización artística, consolidándose como espacios estratégicos para la circulación global de obras y artistas. Según McAndrew (2024), el mercado global del arte ha experimentado una creciente expansión de ventas digitales y plataformas en línea vinculadas a procesos de internacionalización cultural.

Asimismo, la creciente presencia internacional de artistas digitales y creadores vinculados al mercado NFT refleja la expansión de nuevos modelos de legitimación cultural y comercial en entornos digitales transnacionales. La venta de la obra digital *Everydays: The First 5000 Days* de Beeple en 2021 constituyó un punto de inflexión para la consolidación internacional del mercado NFT, evidenciando la creciente convergencia entre arte, plataformas digitales y economía global (Dowling, 2022; Wilson et al., 2022).

El presente trabajo contribuye a la literatura proponiendo una lectura interdisciplinaria de la internacionalización artística, integrando aportes de la economía cultural, la sociología y las relaciones internacionales. Esta perspectiva permite superar la separación entre dimensión económica y dimensión cultural, evidenciando su interdependencia dentro del sistema global contemporáneo.

No obstante, el estudio presenta algunas limitaciones derivadas de su carácter teórico y reflexivo. Futuras investigaciones podrían profundizar en estudios comparativos, análisis regionales y evaluaciones empíricas sobre el impacto de las plataformas digitales, la inteligencia artificial y las nuevas formas de intermediación cultural en los procesos de circulación internacional del arte. En respuesta a la pregunta de investigación, el análisis demuestra que la internacionalización del arte contemporáneo no puede explicarse desde una única dimensión analítica. Por el contrario, constituye un proceso multidimensional en el que interactúan de manera interdependiente las dinámicas de mercado, la

digitalización, los marcos regulatorios y las redes de cooperación transnacional. Esta interacción confirma la necesidad de adoptar un enfoque integrado para comprender las transformaciones actuales del mercado internacional del arte.

En síntesis, la internacionalización artística contemporánea debe entenderse como un proceso complejo y multidimensional en el que convergen creatividad, estructuras económicas y dinámicas político-internacionales, redefiniendo continuamente las formas de producción y circulación cultural en la economía global. Más que un simple proceso de expansión de mercados culturales, la circulación internacional del arte configura un ecosistema transnacional de gobernanza cultural basado en formas policéntricas de gobernanza y en nuevas modalidades de capital simbólico digital, elementos que transforman simultáneamente la producción, legitimación y difusión global de las obras artísticas.

Declaración de contribución de autoría CRediT

Gianmario Strappati: Conceptualización, investigación, metodología, redacción: borrador original – preparación, creación y/o presentación del trabajo publicado, específicamente la redacción del borrador inicial, redacción (revisión y edición).

Agradecimientos

El autor desea agradecer al Comité Científico del Congreso Internacional GLOBEC 2026 por su apoyo institucional y académico en la realización y difusión de este artículo.

Declaración de conflictos de interés

Los autores declaran no tener ningún conflicto de intereses.

Referencias

1. Anheier, H. K., & Isar, Y. R. (Eds.). (2008). *Cultures and globalization: The cultural economy*. Sage.
2. Ante, L. (2022). The non-fungible token (NFT) market and its relationship with Bitcoin and Ethereum. *FinTech*, 1(3), 216–224. <https://doi.org/10.3390/fintech1030017>
3. Art Basel & UBS. (2024). *Global Art Market Report 2024*. Art Basel & UBS. <https://theartmarket.artbasel.com/>
4. Banks, M., & O'Connor, J. (2021). “A plague upon your howling”: Art and culture in the viral emergency. *Cultural Trends*, 30(1), 3–18. <https://doi.org/10.1080/09548963.2020.1827931>

5. Benhamou, F. (2022). *The economics of cultural industries* (3rd ed.). Springer.
6. Bourdieu, P. (1993). *The field of cultural production: Essays on art and literature*. Columbia University Press.
7. Castells, M. (1996). *The rise of the network society*. Blackwell.
8. Chalmers, D., Fisch, C., Matthews, R., Quinn, W., & Recker, J. (2022). Beyond the bubble: Will NFTs and digital proof of ownership empower creative industry entrepreneurs? *Journal of Business Venturing Insights*, 17, e00309. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2022.e00309>
9. Colbert, F. (2015). *Marketing culture and the arts* (4th ed.). Routledge.
10. Comunian, R., & England, L. (2020). Creative and cultural work without filters: COVID-19 and exposed precarity in the creative economy. *Cultural Trends*, 29(2), 112–128. <https://doi.org/10.1080/09548963.2020.1770577>
11. Crane, D. (2014). Cultural globalization and the dominance of the American film industry: Cultural policies, national film industries, and transnational film. *International journal of cultural policy*, 20(4), 365–382. <http://dx.doi.org/10.1080/10286632.2013.832233>
12. Crociata, A., Pinate, A. C., & Urso, G. (2025). The cultural and creative economy in Italy: Spatial patterns in peripheral areas. *European Urban and Regional Studies*, 32(1), 53–75. <https://doi.org/10.1177/09697764231222221>
13. Cunningham, S., & Craig, D. (2021). *Creator culture: An introduction to global social media entertainment*. NYU Press.
14. De Beukelaer, C. (2015). *Developing cultural industries: Learning from the palimpsest of practice*. European Cultural Foundation.
15. Dowling, M. (2022). Is non-fungible token pricing driven by cryptocurrencies? *Finance Research Letters*, 44, 102097. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2021.102097>
16. Flew, T. (2013). *Global creative industries*. Polity Press.

17. Gill, R., Pratt, A. C., & Virani, T. E. (Eds.). (2019). *Creative hubs in question: Place, space and work in the creative economy*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-10653-9>
18. Gilpin, R. (2001). *Global political economy: Understanding the international economic order*. Princeton University Press.
19. Guadamuz, A. (2021). The treachery of images: Non-fungible tokens and copyright. *Journal of Intellectual Property Law & Practice*, 16(12), 1367–1385. <https://doi.org/10.1093/jiplp/jpab152>
20. Harvey, D. (2005). *A brief history of neoliberalism*. Oxford University Press.
21. Held, D., & McGrew, A. (Eds.). (2007). *Globalization theory: Approaches and controversies*. Polity.
22. Hesmondhalgh, D. (2026). *The cultural industries* (5th ed.). Sage.
23. Huang, X., Fan, D., & Soo, C. (2025). A social influence view of the internationalization of cultural products. *Journal of International Business Studies*, 56(8), 990–1009. <https://doi.org/10.1057/s41267-025-00797-9>
24. Jenkins, B. (2024). NFTs and the financialization of art. *Cultural Studies*, 38(4), 626–655. <https://doi.org/10.1080/09502386.2024.2329873>
25. Khaire, M. (2017). *Culture and commerce: The value of entrepreneurship in creative industries*. Stanford University Press.
26. Kotler, P., & Scheff, J. (1997). *Standing room only: Strategies for marketing the performing arts*. Harvard Business School Press.
27. Krugman, P. (1979). Increasing returns, monopolistic competition, and international trade. *Journal of International Economics*, 9(4), 469–479. [https://doi.org/10.1016/0022-1996\(79\)90017-5](https://doi.org/10.1016/0022-1996(79)90017-5)
28. Lind, M., & Velthuis, O. (Eds.). (2012). *Contemporary art and its commercial markets: A report on current conditions and future scenarios*. Sternberg Press.
29. Magaudda, P., & Solaroli, M. (2020). Platform Studies and Digital Cultural Industries. *Sociologica*, 14(3), 267–293. <https://doi.org/10.6092/>

issn.1971-8853/11957

30. McAndrew, C. (2024). *The Art Basel and UBS art market report 2024*. Art Basel & UBS. <https://theartmarket.artbasel.com/>
31. Melitz, M. (2003). The impact of trade on intra-industry reallocations and aggregate industry productivity. *Econometrica*, 71(6), 1695–1725. <https://doi.org/10.1111/1468-0262.00467>
32. Menger, P. M. (2014). *The economics of creativity: Art and achievement under uncertainty*. Harvard University Press.
33. Moro-Visconti, R. (2022). *The valuation of digital intangibles: Technology, marketing, and the metaverse* (2nd ed.). Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1007/978-3-031-09237-4>
34. Mura, L., & Vlacseková, D. (2022). Accelerating cultural dimensions at international companies in the evidence of internationalisation. *Sustainability*, 14(3), 1524. <https://doi.org/10.3390/su14031524>
35. Nye, J. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. PublicAffairs.
36. Oakley, K., & O'Connor, J. (Eds.). (2015). *The Routledge companion to the cultural industries*. Routledge.
37. OMPI. (1996). WIPO Copyright Treaty. World Intellectual Property Organization. <https://www.wipo.int/treaties/en/ip/wct/>
38. Poell, T., Nieborg, D. B., & Duffy, B. E. (2021). *Platforms and cultural production*. Polity.
39. Rabêlo Neto, A., Sousa-Filho, J. M. D., & Carneiro Lima, A. (2022). Internationalization of culture and soft power. *European Business Review*, 34(1), 103–126. <https://doi.org/10.1108/EBR-09-2019-0240>
40. Ricardo, D. (1817). *On the principles of political economy and taxation*. Dover Publications.
41. Robertson, I. (2016). *Understanding art markets: Inside the world of art and business*. Routledge.

42. Sassen, S. (2007). *A sociology of globalization*. W. W. Norton.
43. Scott, A. J. (2017). *The constitution of the city: Economy, society, and urbanization in the capitalist era*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-61228-7>
44. Srivastava, S., Singh, S., & Dhir, S. (2020). Culture and international business research: A review and research agenda. *International Business Review*, 29(4), 101709. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2020.101709>
45. Srnicek, N. (2017). *Platform capitalism*. Polity Press, Cambridge Malden, MA.
46. Strange, S. (1994). *States and Markets* (2nd ed.). London: Pinter Publishers.
47. Strappati, G. (2026). Creativity as a form of potential economic value. *American Journal of Economics and Business Innovation*, 5(2), 29–39. <https://doi.org/10.54536/ajebi.v5i2.7566>
48. Throsby, D. (2001). *Economics and culture*. Cambridge University Press.
49. Tilton, S. (2025). *Digital culture in the platform era: Studying celebrity, influence, and superstars online*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-031-92014-1>
50. Towse, R., & Navarrete Hernández, T.N. (Eds.). (2020). *Handbook of cultural economics*. Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781788975803>
51. UNCTAD. (2024). Creative economy outlook 2024. United Nations Conference on Trade and Development. <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2024>
52. UNESCO. (2005). Convention on the protection and promotion of the diversity of cultural expressions. UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000142919>
53. UNESCO. (2022). Re|shaping policies for creativity: Addressing culture as a global public good. UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380474>

54. Valeonti, F., Bikakis, A., Terras, M., Speed, C., Hudson-Smith, A., & Chalkias, K. (2021). Crypto Collectibles, Museum Funding and OpenGLAM: Challenges, Opportunities and the Potential of Non-Fungible Tokens (NFTs). *Applied Sciences*, 11(21), 9931. <https://doi.org/10.3390/app11219931>
55. Van Dijck, J., Poell, T., & De Waal, M. (2018). *The platform society: Public values in a connective world*. Oxford University Press.
56. Wilson, K. B., Karg, A., & Ghaderi, H. (2022). Prospecting non-fungible tokens in the digital economy: Stakeholders and ecosystem analysis. *Business Horizons*, 65(5), 657–670. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2021.10.007>
57. Yúdice, G. (2003). *The expediency of culture: Uses of culture in the global era*. Duke University Press.
58. Zagrebelnaia, A. (2025). The role and future of art fair audiences: Visitors' perspectives on the Hybrid Art Fair in Madrid. En L. Ronda, G. Azanza, & A. Mujika-Alberdi (Eds.), *Leisure and human development: Navigating socio-cultural landscapes* (pp. 111–130). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-031-90778-4_7