

LICENCIATURA EN CURADURÍA
E HISTORIA DE LAS ARTES

Programa

**“MERCADO DEL ARTE II”
Marketing e Industria Cultural**

Profesora
BARBEIRA VÁZQUEZ, Sara

2023

Carrera: LICENCIATURA EN CURADURÍA E HISTORIA DE LAS ARTES

Materia: Mercado del Arte II

Carga Horaria total: 2 horas semanales

Comisión: Turno Mañana

1.- FUNDAMENTACIÓN

La materia pone foco en los ejes que articulan el mercado del arte: Instituciones, Coleccionismo e Industria Cultural. A partir de estos parámetros se estudiará la teoría del valor, las bases del reconocimiento de obra de arte y los mecanismos de los mercados. Así mismo se analizarán los canales de valoración y legitimación de la producción artística, tales como, bancos pignoratícios, casas de empeño, museos, galerías de arte, casas de subastas, ferias, bienales y anticuarios, sin dejar de lado el poder de la crítica y los medios de comunicación.

Se integrarán los procedimientos y estudios en torno al mercado del arte abarcando múltiples metodologías de análisis, desde tablas y fórmulas utilizadas internacionalmente hasta el estudio de las distintas variables que influyen y condicionan el mercado del arte. La sumatoria de distintos parámetros de análisis responderá a un ordenamiento lógico, sistematizado y metódico cuya finalidad es el estudio y articulación de la diversidad de elementos que hacen al movimiento del mercado de arte y a la valuación de una obra de arte.

La premisa es explorar, descubrir y dar respuestas a las situaciones que se presentan en el mercado del arte mediante la elaboración de marcos conceptuales pertinentes y el aporte de herramientas desarrolladas a partir de experiencias prácticas.

2. - OBJETIVOS

Los contenidos de la presente asignatura fueron organizados con el fin de que el alumno:

- Comprenda los circuitos del mercado del arte y sus características
- Identifique los actores y agentes que intervienen en la comercialización de las obras de arte, antigüedades y coleccionables.
- Entienda la evolución del coleccionismo y sus características a lo largo de la historia.
- Desarrolle herramientas que le permitan desempeñarse en el mercado de arte y del coleccionismo.

- Adquiera habilidades a través de la práctica y la teoría para analizar, criticar y asesorar en el contexto del mercado del arte.
- Desarrolle un sistema de análisis de las distintas variables que influyen en el valor de una obra de arte considerando los elementos y técnica que la componen.
- Maneje las distintas variables que influyen en el “Valor Simbólico”.
- Amplíe su capacidad a través del contacto directo con los diversos objetos de estudio.
- Comprenda la problemática de valorar obras de arte desde una visión integradora.

3.- CONTENIDOS FORMATIVOS

UNIDAD I - INSTITUCIONES

Relatos institucionales. El museo como espacio paradigmático de sociabilidad y circulación artística. El museo como dispositivo de poder cultural. Museos y ritualidad, canon y géneros. Las distintas instituciones y su evolución: Casas de subasta – Ferias - Bienales, Galerías y la Universidad como un nuevo eje del circuito.

UNIDAD II - CIRCUITOS DEL ARTE

Procesos de circulación del arte antiguo-clásico-moderna y contemporáneo. Coleccionismos y coleccionables. Relatos canónicos / Relatos alternativos. Circuitos globales y el mercado local. La crítica, su comportamiento y políticas de trabajo. Influencia de lo mediático en el valor de una obra.

UNIDAD III - VALOR DEL ARTE

Distintas clases de valor (valor estético, valor cultural, valor histórico, valor patrimonial, valor intrínseco, valor de pertenencia y valor producto de una moda). Principios de la estimación de valor. El poder de un nombre/firma. Precio - Valor. Procesos de valuación.

UNIDAD IV - INDUSTRIA CULTURAL

El juicio de la historia y el arte catalogado. El arte como forma de mercancía. Tendencias, las falsificaciones como la mayor anomalía del mercado . La rareza.

Personalidades y celebridades que marcan tendencia. La autonomía del Arte. Concepto de original, falso y copia. Copias de marca. Análisis del valor de una obra original / copia / falsificaciones.

4.- BIBLIOGRAFÍA

Se indican libros con el propósito de abarcar los distintos aspectos y temas del programa propuesto. Estos textos constituyen el marco teórico de la materia y en las clases se jerarquizarán y comentaran críticamente. Oportunamente los alumnos dispondrán de guías, material teórico e iconográfico diseñado y preparado por la cátedra, teniendo en cuenta los objetivos fijados.

Unidad 1

Bibliografía Obligatoria:

BENNETT, Tony, *The Birth of the Museum: History, Theory, Polics*, Londres y Nueva York, Routledge, 1995. [Introducción, cap. 1]

DUNCAN, Carol, *Rituales de civilización*, Murcia, Nausicaa, 2007 [1995]. [Introducción, cap. 1 “El museo de arte como ritual” y cap. 2 “De la galería real al museo público”]

Bibliografía

complementaria:

FOUCAULT, Michel, *Las palabras y las cosas, una arqueología de las ciencias humanas*, México, 1996. [1ra ed. en francés 1966] [Capítulos 1 y 2]

AGAMBEN, Giorgio, ¿Qué es un dispositivo?, *Sociológica*, año 26, número 73, pp. 249-264, mayo-agosto de 2011.

Unidad 2

Bibliografía Obligatoria:

BARRAGÁN, Paco. *La era de las ferias*. Milán, Charta, 2008. pp. 15-37.

BERMEJO, Talía y Teresa RICCARDI. “Entre la feria y el museo privado. arteBA y el coleccionismo contemporáneo en Buenos Aires” en *Arteamérica*, N° 18, noviembre de 2007. La Habana. Casa de las Américas

THORNTON, Sarah. “La feria” en *Siete días en el mundo del arte*. Buenos Aires. Edhasa. 2009. pp. 85-110.

DIDI-HUBERMAN, Georges, 2009. “El arte muere, el arte renace: la historia vuelve a comenzar (de Vasari a Winckelmann)” en *La imagen superviviente. Historia del arte y tiempo de los fantasmas según Aby Warburg*. Madrid, Abadía, pp. 9-23.

Bibliografía complementaria:

MILLÁN VALDÉS, Rodrigo “Sistema global del arte: museos de arte contemporáneo, bienales y ferias como mecanismos de posicionamiento urbano en los circuitos globales de intercambio” Dic 2009

PALACIOS, Lucrecia (Ed.). “Especial arteBA 20 años” en *Catálogo arteBA 2011*. Buenos Aires, arteBA, 2011.

Unidad 3

Bibliografía Obligatoria:

GRAW, Isabelle. ¿Cuánto vale el arte? ¿Mercado, especulación y cultura de la celebridad?, Buenos Aires, 2013. [Capítulo 1 y 2]

ADORNO, Theodor y Max HORKHEIMER. "La industria cultural. Ilustración como engaño de masas" en *Dialéctica de la Ilustración*. Valladolid. Trotta. 1994.

GOLONBEK, Claudio. "Guía para invertir" Mercado de arte contemporáneo argentino. Ediciones Rizzo. Buenos Aires 2008.

Bibliografía

complementaria:

FINDLAY, Michael, El valor del arte. Dinero, poder, belleza, Barcelona, Fundación Gala-Salvador Dalí, 2013 [Cap. 1 "El valor del arte"]

FREY, Bruno, La economía del arte, Barcelona, La Caixa, 2000 [Cap. 2 "El arte: punto de vista económico" y 6 "Exposiciones especiales: la explosión de la cultura"]

Unidad 4

Bibliografía Obligatoria:

MOULIN, Raymonde. El mercado de arte. Mundialización y nuevas tecnologías, Buenos Aires, La marca editora, 2012. [Cap. "El mercado de arte catalogado, pp. 17-30]

ROBERT FLECK. "El sistema del arte en el siglo XXI" Museos, artistas, coleccionistas, galerías. 12 ed. Editorial Mardulce, Buenos Aires 2014

GROYS, Boris, Volverse público. Las transformaciones del arte en el ágora contemporánea, Buenos Aires, Caja Negra, 2014. [Cap. "Política de la instalación" y cap. "Los trabajadores del arte, entre la utopía y el archivo"]

Bibliografía complementaria:

FITZGERALD, Michael C., Making modernism. Picasso and the Creation of the Market for Twenty Century Art, New York, Farrar, Straus and Giroux, 1995. [Cap. 1, pp. 15-48]

Lecturas complementarias:

FRANCASTEL, PIERRE, 1970. "Introducción" en Sociología del arte. Buenos Aires, Emecé, [pp. 7-34.]

HADJINICOLAOU, NICOS, 2005. "8. El estilo como ideología en imágenes" en Historia del arte y lucha de clases. México, Siglo XXI, [pp. 96-101.]

BOURDIEU, PIERRE, 1995. "La génesis social de la mirada" en Las reglas del arte. Barcelona, Anagrama, [pp. 458-469.]

BAXANDALL, MICHAEL, 1978. "II. El ojo de la época" en Pintura y vida cotidiana en el Renacimiento. Barcelona, Gustavo Gili, [pp. 45-137.]

OLIVERAS ELENA, "Estética, la cuestión del arte". Buenos Ares. Editorial Ariel, 2005: pag 21-26.

5.- METODOLOGÍA DE TRABAJO Y ENSEÑANZA

La modalidad de las clases será teórica-práctica. Cada unidad temática constará de una presentación del tema en forma teórica, por medio de imágenes, textos y recursos audiovisuales. Las clases serán expositivas a cargo de la profesora. Asimismo, se analizará la bibliografía obligatoria y materiales de consulta.

El aula virtual a través del campus de la universidad tendrá material y actividades complementarias.

6.- PAUTAS DE ACREDITACIÓN Y EVALUACIÓN

Las pautas para acreditación según el reglamento de alumno de grado consiste en el 50% de asistencia al cursado de la materia, como así también, la aprobación de sistema evaluatorio durante la cursada de la materia con calificación no inferior a 4 (cuatro) de los trabajos prácticos y ejercicios integradores ya sean realizados durante la cursada de manera presencial o domiciliaria. Las calificaciones de los mencionados trabajos prácticos se promediarán al terminar el cuatrimestre y la calificación promedio para aprobar la materia no deberá ser inferior a 4 (cuatro).

La aprobación de la cursada permite acceder a rendir el examen final. En el examen final la aprobación también será con una calificación superior a 4 (cuatro).

7.- CRONOGRAMA

La regularidad de la materia se logrará con el 50% de asistencia y la aprobación de 2 (dos) trabajos prácticos escritos.

Fecha entrega del 1° Trabajo práctico: 26 de abril

Fecha entrega del 2° Trabajo práctico: 24 de mayo.

Fecha del recuperatorio: 21 de junio.