

MARTILLERO PÚBLICO Y CORREDOR DE COMERCIO

“COLECCIONISMO Y MERCADO DE ARTE”

Profesores:

Titular: Lic. Nora Tristezza

Adjunto: Lic. Gustavo Derfler

2025

Carrera: Martillero Público y Corredor de Comercio

Materia: Coleccionismo y Mercado de Arte

Carga Horaria: 3hs. semanales

Comisión: TNA

1.- FUNDAMENTACIÓN:

La propuesta de la materia Coleccionismo y Mercado de Arte se fundamenta en la capacitación de estudiantes para que logren abordar a las obras de arte en la complejidad de su condición de mercancía.

Intenta, además, introducirlos en los lineamientos empíricos necesarios para la tasación de obras y colecciones con criterios confiables.

La producción, circulación y consumo de bienes artísticos conforman un conjunto de relaciones resultado de la participación de diversos personajes involucrados en ese mercado: coleccionistas, marchands, rematadores, etc. De allí que surja la necesidad de un correcto manejo de variables tan fluctuantes y que las decisiones estén sustentadas con una actualizada formación teórica y práctica.

2.- OBJETIVOS

Los objetivos planteados por la materia son, que el alumno:

1. Conozca el rol del coleccionismo artístico y su desarrollo histórico.
2. Comprenda las características del coleccionismo y del mercado de arte, tanto a nivel nacional como internacional.
3. Analice y evalúe el arte como inversión.
4. Sepa manejar la obra de arte como producto y conocer los conceptos de segmento y nicho para su comercialización.

5. Adquiera un vocabulario específico que le permita sistematizar información recolectada a través de múltiples fuentes, seleccionando las más confiables para la cotización de las obras de arte o colecciones y la determinación de precios.

3.- CONTENIDOS FORMATIVOS:

Unidad I

Introducción a la historia del coleccionismo. Orígenes y dinámica.

Coleccionismo de arte: principales criterios y reglas. Decálogo del coleccionismo.

Identificación de los actores e instituciones involucrados: artistas, galerías de arte, casas de subastas, marchands, coleccionistas, curadores, museos, centros culturales, críticos de arte, periodismo especializado y público. Presentación de casos de coleccionismo local e internacional.

El consumidor: características, motivaciones y psicología del coleccionista. El coleccionismo cultural, amateur, de inversión, de ostentación.

Unidad II

Valor simbólico de las antigüedades y obras de arte: temporalidad y anacronismo.

Código de ética del marchand y subastador de bienes culturales según UNESCO.

Criterios de clasificación del arte. Segmentación del mercado. Técnicas. Análisis de casos. Estudios de mercado de artistas.

Unidad III

Historia del coleccionismo: Rivadavia y Sarmiento. Perfil del coleccionista. Características.

Potencial del mercado del arte. El mercado ilegal: Interpol y listas rojas.

El coleccionista y su papel como agente legitimador dentro del mercado.

Familia y legados. El destino público de las colecciones privadas. Donaciones y cargos. El coleccionismo privado como origen de museos.

Unidad IV

Conceptos fundamentales de economía. Ley de oferta y demanda. Determinación de precios. El arte como bien económico: particularidades. Arte como inversión: rendimiento, diversificación y mercado secundario. El producto, características fundamentales de la obra de arte.

4.- BIBLIOGRAFÍA:

4.1. - Bibliografía Específica:

BALDASARRE, María Isabel, *Los dueños del arte. Coleccionismo y consumo cultural en Buenos Aires*, Buenos Aires, Edhasa, 2006.

BAUDRILLARD, Jean, *El sistema de los objetos*, México, Siglo XXI, 1990.

BENJAMIN, Walter, "La obra de arte en la época de la reproductividad técnica", en: *Discursos interrumpidos I. Filosofía del arte y de la historia*, Taurus, Buenos Aires, 1989.

BOURDIEU, Pierre, *Las reglas del arte*, BARCELONA, Anagrama, 1995.

BOZAL, Valeriano, *Historia de las ideas estéticas y de las teorías artísticas contemporáneas*, Madrid, Visor, 1996.

GOLONBEK, Claudio, "La sociedad y el desarrollo del mercado" en *Guía para invertir en el mercado de arte contemporáneo argentino*, Buenos Aires, Patricia Rizzo Editora, 2001.

GOMBRICH, Ernest, *La historia del arte*, Buenos Aires, Sudamericana, 1999.

GRAW, Isabelle, "Capítulo I: El progreso triunfante del éxito del mercado" en *¿Cuánto vale el arte? Mercado, especulación y cultura de la celebridad*, Buenos Aires, Mar Dulce, 2013.

MAGNOU, Eduardo, *Manual del tasador*, Buenos Aires, Abeledo-Perrot, 1991.

MENDAX, Fritz, *El mundo de los falsificadores*, Peuser, 1959.

MOULIN, Raymonde, "Certificación del valor y mercados del arte" en *El mercado del arte, mundialización y nuevas tecnologías*, Buenos Aires, La marca editora, 2012.

4.2. –Bibliografía Complementaria

"ART TRENDS 2002-2017", en: ArtPrice (INFORMES)

BAUDRILLARD, Jean, *La ilusión y la desilusión estéticas*, Caracas, Editorial Monte Avila Editoras Latinoamericana, 1997.

BENJAMIN, Walter, *Discursos interrumpidos*, Taurus, 1979.

CASSIRER, Ernst, Antropología filosófica, Buenos Aires, FCE, 1990.

DISTEFANO, Maria Graciela, Artes Plásticas y Mercado en la Argentina de los siglos XIX y XX, Buenos Aires, Fundación Espigas, 2007.

GOLONBEK, Claudio, "Economía del Arte", en: Revista Ramona, No: 59, Buenos Aires, 2006, pp. 80 a 84.

KOTLER Philip, Direccion de Marketing, Prentice Hall, Capítulos 2, 5, 6, 9.

KOTLER Neil y Philip, Estrategias y Marketing, Ariel, Capítulo 5.

PÉREZ BARREIRO, Gabriel (coord.), Arte BA 2007 Circuitos Latinoamericanos del Coleccionismo, arteBA Fundación, 2007.

REVISTA RAMONA, Nos: 59 y 72, Buenos Aires, Fundación Start, 2006 y 2007.

SAMUELSON Paul, Curso de Economía Moderna, Aguilar, Capítulos II, XI, XIX, XX.

THE ART NEWSPAPER, ediciones varias.

THORNTON, Sarah: Siete días en el mundo del Arte, Edhasa, Buenos Aires, 2008.

THOMPSON, Don: El tiburón de 12 millones de dólares. La curiosa economía del arte contemporáneo y las casas de subasta, Ariel, Barcelona, 2009.

5.- METODOLOGÍA DE TRABAJO Y ENSEÑANZA:

Las clases áulicas serán teórico-prácticas.

La parte práctica consistirá en la realización de trabajos prácticos personales o en forma conjunta cuyos avances se irán exponiendo en clase a lo largo de la cursada con el fin de fomentar la discusión e intercambio de ideas.

Las clases prácticas consistirán en:

- 1- Realización de un estudio de mercado a determinar
- 2- Conclusiones y armado del trabajo final

Los debates y comparaciones de las conclusiones entre los diferentes trabajos realizados por los alumnos tendrán lugar en horas áulicas.

6.- PAUTAS DE ACREDITACIÓN Y EVALUACIÓN:

El proceso de aprendizaje del estudiante será evaluado de la siguiente manera:

- Aprobar Trabajo Práctico y/o examen parcial al finalizar el cuatrimestre.
- Asistir a seminarios, talleres, jornadas u otras actividades especiales propuestas por el equipo docente en carácter de obligatorio.
- Asistir a un 75% de las clases
- Aprobar examen final oral