



Universidad
Nebrija



CLAVES DE ARTE
FUNDACIÓN

Máster Universitario en Mercado del Arte y Gestión de Empresas Relacionadas

Asignatura:
Mercado Primario: *Galerías y Ferias*
MMA 119

Programa

Prof. D. Joaquín Gallego
Prof. Invitado:
Dña. Elisa Hernando

Curso 2010/2011
Segundo Módulo



Nebrija
Business School

1. PRINCIPALES HABILIDADES Y COMPETENCIAS QUE DESARROLLA LA MATERIA

De acuerdo con los descriptores de Dublín, las competencias y habilidades a desarrollar en esta asignatura son las siguientes:

- El alumno podrá demostrar poseer y comprender conocimientos sobre Historia del arte, Historia de las galerías de arte, conocimientos de la cultura galerística, organizaciones feriales, ferias de arte, Economía del arte y Coleccionismo.
- El alumno podrá aplicar conocimientos y comprensión a través de capacidades de resolución de problemas de análisis y estudio en gestión de información sobre artistas, selección,...
- El alumno adquirirá la capacidad de emitir juicios sobre calidad y valoración artística de los artistas y galerías estudiadas y analizadas a partir de los datos y conocimientos del mercado y de las visitas realizadas.
- El alumno deberá poder comunicar sus conclusiones, conocimientos y las razones que las sustentan sobre las valoraciones del trabajo a realizar sobre Mercado Primario.
- El alumno desarrollará habilidades de aprendizaje necesarias para desarrollar un tema, analizarlo y comunicarlo, tanto de forma escrita como oral y en público.

2. METODOLOGÍA DOCENTE

El desarrollo de esta asignatura va a ser tratado desde dos apartados muy distintos metódicamente. Por un lado un acercamiento teórico de la historia de las galerías, desde el punto de vista de las principales entidades galerísticas en Europa antes de la segunda guerra. Por otro, se verá el desarrollo de las galerías en Estados Unidos en la 2ª mitad del siglo XX.

En segundo lugar, se tratará la asignatura desde el punto de vista práctico con las visitas a las galerías más importantes en el ámbito madrileño.

Para que el alumno adquiera las habilidades y competencias antes descritas, el profesor utilizará los siguientes elementos:

- Dar a conocer el llamado "primer mercado", constituido por la galería como entidad, y por supuesto, como empresa de promoción y distribución.
- Ver algunas de las características de las principales galerías de nuestro país, y del mercado.
- Como empresas, definir sus objetivos y los medios de estos organismos para llevar a cabo tal finalidad.
- Visita y definición de las principales galerías de Madrid.
- Estudio de casos reales a través de los cuales se argumenten las alternativas y opciones de análisis para diferentes soluciones que se discutirán.
- Exposición y discusión de aspectos específicos de la gestión de empresas artísticas.

3. REQUISITOS PARA CURSAR LA ASIGNATURA

Para cursar la asignatura, el alumno debe tener conocimientos previos de del Mercado del arte, Historia del arte, galerismo español e internacional, además del entorno económico y cultural, tanto español como internacional. También debe contar con un buen nivel de comprensión de gestión de empresas.

4. DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA ASIGNATURA Y OBJETIVOS DE DOCENCIA

El mercado de arte está definido por el llamado mercado primario, con la galería como centro de gestión y núcleo en torno al cual se producen acercamientos, gestiones y difusión del arte. Es un centro económico donde se dan las pequeñas, pero no por ello pequeñas citas artísticas. Conocer los lugares, agentes y principales actores en el mercado de Madrid es básico para la formación del alumno.

OBJETIVOS:

El objetivo final es suministrar al alumno el estudio y valoración de los diferentes rangos en los distintos mercados, y en concreto el conocimiento del mercado primario, con especial atención al caso madrileño.

5. FORMA DE EVALUACIÓN

3.1. Evaluación:

3.1.1 Participación en clase	20
3.1.2 Working Paper final	70
3.1.3 Valoración del profesor	10

3.2. Restricciones:

La nota de la asignatura se hará con un mínimo necesario de aprobado en el trabajo final-examen correspondiente a esta asignatura, más las consideraciones de asistencia y participación, que serán tenidas en cuenta tanto en convocatoria ordinaria como en extraordinaria.

6. PROGRAMA DE LA ASIGNATURA

El desarrollo de las galerías en nuestro país, y en el mundo. Consideraciones empresariales. Definición y posicionamiento. Ferias.

Galerías: Espacio Mínimo, Helga de Alvear, Fernando Latorre y Salvador Díaz

Galerías Leandro Navarro, La fábrica. Magda Belloti, Juan Curto y Raquel Ponce.

Análisis del mercado de arte internacional, centrado en los Estados Unidos. Cifras, centros geográficos, agentes del mercado y artitas más cotizadas en USA. Especificidades del gusto americano y la fortaleza de las grandes casa de subastas. Los grandes coleccionistas.

Galerías Cayón, Soledad Lorenzo y Malborough.

Galerías Nieves Fernández, Cayón, Soledad Lorenzo y Malborough.

Galerías Egam, Distrito 4, Pilar Parra, y Guillermo de Osma

Galerías Juana de Aizpuru, Oliva Arauna, Pelayo 47, y Max Estrella.

Ferias de arte: introducción, concepto, tipología. Antecedentes y situación actual. Solicitud de participación.

Galerías asistentes a la feria: estrategias, planificación, comunicación, marketing, venta y relaciones con los distintos agentes. Coleccionistas: estrategias, planificación, compra y contactos

7. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

-**Benhamou-Huet, Judit:** "*Art Business. Le marché de l'art ou l'art du marché*" Assouline, París 2001.

-**Benhamou-Huet, Judit:** "*The Worth Of Art. Pricing the priceless*" Assouline, París 2003

-**Benhamou-Huet, Judit:** "*Art Business2.*" Assouline, París 2007

-**Bonito Oliva, A.:** "*Arte e sistema del arte*". De Domizio, Roma 1976.

-**Cuesta, Amanda,** "Capital". Centro de Arte Santa Mónica. Barcelona 2006. *

-**Frey, Bruno:** "*La economía del arte*". Ed. Fundación La Caixa. Barcelona 2000.

-**Gramp, William:** "*Arte, inversión y mecenazgo*". Ariel, Barcelona 1991.

-**Lindemann, Adam :** "*Coleccionar arte contemporáneo.*" Taschen, Madrid 2006.*

-**Mc Andrew, Clare:** "*The Art Economy : An investor´s guide to the Art Market*" The
liffey press, 2007

-**Poli, Francesco:** "*Producción artística y mercado.*" Gustavo Gili, Barcelona 1976.

-**Roberson, Ian :** "*Understanding Internacional Art Marketsand Managemen*",
Routledge, 2005.

-**Ruiz, Nacho:** "Arco/ Arte y Mercado en la España democrática". Edita Arco. 2004

-**Thornton, Sarah.** "Siete días en el mundo del arte" ed. Edhasa, Barcelona 2010.
Capítulo 3.

-Vattese, Angela: "*Invertir en arte*". Ed. Pirámide. Valencia 2002.*

Los libros con asterisco al final están en la biblioteca de la Fundación.

8. BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- -Ambroise Vollard "Ambroise Vollard, Memorias de un vendedor de cuadros". Ed, Galería Miquel Alzuela. Barcelona 2007.
- -Assouline, Pierre, "Kahnweiler, Daniel Henry. En el nombre del arte." Ed, Galería Miquel Alzuela. Barcelona 2007
- Assouline, Pierre, "Paul Durand Ruel, el marchante del impresionismo" Ed, Galería Miquel Alzuela. Barcelona 2009

Internet:

www.artprice.com , sección de *Art market trends* anuales.

www.artinformado.com

www.antiquaria.com

www.artfacts.net

www.artnet.com

www.artinfo.com

www.artandauction.com

www.art-review.com

www.artforum.com

www.artnews.com

www.artprice.com

www.baerfaxt.com

www.e-fluxus.com

Complementaria:

www.artfairsinternational.com

9. TRABAJOS DURANTE EL CURSO DE CARÁCTER OPTATIVO

- Dossier de ferias y galerías.

10. CURRÍCULUM BREVE DEL PROFESOR

D. Joaquín Gallego

Licenciado en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid, es especialista en el sector de la inversión en arte y en el mercado de arte contemporáneo. Máster en Estética y Teoría del Arte, ha sido profesor en la Universidad S.E.K de las asignaturas Vanguardias Artísticas, así como de Crítica de Arte, Museología y Medios Audiovisuales y Cine. Ha dirigido los cursos de verano Diálogos en el Arte Contemporáneo I, sobre las relaciones Fotografía-Pintura II, sobre Pintura-Arquitectura III, sobre Arte y Mass-Media. Periodista en varias publicaciones como Actualidad Económica, ubicarte.com o artinformado.com. Gran conocedor de las colecciones particulares españolas de arte contemporáneo, así

como de las colecciones institucionales-fundaciones, y colecciones públicas. Ha sido profesor de Investigación de Mercados y de Invertir en Arte. Sus artículos han sido publicados en Actualidad Económica, Crítica de Arte, Cultura Moderna y El Economista. Director de la galería Magee de arte contemporáneo chino, hasta septiembre de 2009.

Dña. Elisa Hernando Calero

Licenciada en Historia del Arte y en Empresariales por la Universidad Autónoma de Madrid. Doctorando en el departamento de Marketing e Investigación de Mercados (UAM). Conferenciante sobre economía, mercado e inversión en arte en el Instituto de Empresa (IE), Universidad de Salamanca, ARCO, entre otros. Escribe artículos sobre el economía y mercado del arte en diversas publicaciones como Expansión, El Cultural (ABC), Lápiz, Exit, Estrategias de Inversión. Tras trabajar varios años en Citibank y The Bank of New York (Bruselas), decidió dedicarse a su pasión, el arte, trabajando como directora de las prestigiosas galerías de arte madrileñas Fernando Pradilla y Elba Benítez. Actualmente es socia-fundadora de la empresa ARTE GLOBAL, consultoría de arte. Comisaria de exposiciones como "Poesía Espacial", Torreón Lozoya, Segovia, "Mitos Contemporáneos", Domus Artium, Salamanca. Es directora de la Fundación Delfina.

11. INFORMACIÓN GENERAL

Nº DE CRÉDITOS ECTS	IDIOMA DE IMPARTICIÓN
3	Español