



Instituto
de arte
contemporáneo

INTRODUCCIÓN A LA GALÉRIA ACTUAL DE ARTE CONTEMPORÁNEO. A cargo de Margarita Aizpuru

Publicado 19-10-2015



INTRODUCCIÓN

Dentro de los múltiples agentes que intervienen en el sistema del arte, las galerías de arte cumplen un papel esencial tanto para la exhibición y promoción de las obras de arte, como para la compraventa de las mismas, la creación y fomento del coleccionismo artístico, la difusión de las nuevas y experimentales tendencias de arte contemporáneo, y la dinamización del contexto artístico.

El firme apoyo de las galerías de arte contemporáneo a los artistas con los que trabajan, es así mismo determinante en el desarrollo y consolidación de la trayectoria de estos, en la difusión de sus obras, en la producción y divulgación de sus trabajos. Para ello no sólo llevan a cabo exposiciones en sus espacios, sino que suelen acudir a ferias, tanto con la finalidad de vender las obras de los artistas que promocionan y exhiben, como de darlos a conocer, de llevar a cabo intercambios de exposiciones con otras galerías e instituciones, y apostar por ellos en eventos y actividades paralelas, así como mostrar sus obras y sus dossiers artísticos tanto a comisarios de exposiciones como críticos especializados.

La galería de arte es pues una entidad esencial en el sistema del arte, teniendo tanto funciones económicas como propiamente artísticas. Los galeristas llevan a cabo determinadas inversiones económicas que, dependiendo del nivel, alcance

de su actividad, serán de distinta envergadura, y que procuran recuperar en el mercado del arte.

Muchos galeristas influyen, con su conocimiento, experiencia, prestigio, línea artística de la galería y grupo de artistas con el que trabajan en el sentido y dirección de las colecciones privadas, asesorando a los coleccionistas en sus compras de obras de arte, documentándoles e informándoles, creando con ellos una relación de confianza.

El importante papel de la galería, sus tipologías, funciones, formas de operar en el contexto artístico, sus interrelaciones con los artistas y con los distintos agentes del sistema del arte, su funcionamiento interno, la forma de programar y efectuar exposiciones, de difundir las obras y promocionar a los artistas a la vez que intervenir en el mercado artístico a través de la compraventa de obras de arte, son muchos de los aspectos que se integran y se analizan dentro de este curso introductorio sobre las galerías de arte contemporáneo.

DESTINATARIOS Y OBJETIVOS

El presente curso está dirigido preferentemente tanto a personas interesadas profesionalmente en las galerías de arte, gestores culturales y artísticos, profesionales del mercado de arte, como a estudiantes, licenciados y posgrados de Historia del Arte, Bellas Artes, Humanidades, Estética, y Centros de Formación que integren enseñanzas relacionadas con la creación artística, entre otras materias. Así como para artistas, gestores culturales, comisarios, coordinadores de exposiciones y actividades, profesores de arte, diseñadores de las diferentes especialidades, y a todas aquellas personas vinculadas al mundo artístico.

El objetivo fundamental del curso es informar/formar en el ámbito de las galerías de arte contemporáneo desde perspectivas artísticas, expositivas, de proyectos y de mercado, y ello en base al programa del curso que sigue a continuación.

METODOLOGÍA

Cursos teóricos-prácticos, acompañados de material audiovisual abundante y variado, sobre los distintos contenidos integrados en las sesiones del programa, complementados con visitas a algunas galerías de arte de la ciudad.

BLOQUES TEMÁTICOS

- **SESIÓN 1- LA GALERÍA DE ARTE CONTEMPORÁNEO: CONCEPTO, INTRODUCCIÓN AL GALERISMO, TIPOLOGÍAS, FUNCIONES. 3 y ½ horas**

Concepto de galería de arte

La galería de arte. ¿Para qué sirve una galería de arte?, ¿negocio o actividad artística?. Línea artística y programación de la galería. Definición de línea de galería.

Introducción Histórica al galerismo y tipologías de galerías

Introducción histórica. Origen del galerismo moderno. Galeristas históricos relevantes. Las grandes galerías.

Tipologías de galerías:

- Internacionales y/o nacionales
- Específicas o multidisciplinarias
- Unipersonales o colectivas
- Empresariales, profesionales independientes, gestores, etc.
- Dependientes del mercado o no...

Especificidad, funciones y actividades de las galerías de arte.

Especificidad de la galería. Dirección y Gestión de Galerías de Arte. Personal y equipo de la galería. Dirección Artística e intervención en el mercado.

Primeros pasos de una Galería de Arte. Áreas de trabajo y tareas. El local o espacio de la galería: espacio expositivo, almacén, oficina, etc. Contactos con artistas, críticos y coleccionistas. Alta en Hacienda e IAE.

El galerismo contemporáneo internacional

Centros del arte mundial: galerías norteamericanas, con énfasis en Nueva York. Galerías predominantes en varios países latinoamericanos: México, Brasil, Colombia, Argentina, Entre otros. Las grandes y las arriesgadas galerías europeas.

Las galerías de arte contemporáneo en España. El caso de Madrid

Las galerías de arte precursoras y de los años 80 y 90.

Galerías en las zonas de Barquillo, de Doctor Fourquet y otras zonas. Visualización de páginas webs y análisis de galerías.

- **SESIÓN 2- PROGRAMACIÓN Y EXPOSICIONES.** 3 y ½ horas

La programación de la galería

La línea expositiva de la galería: Concepto, enfoques, apuestas artísticas. Relaciones con artistas, proyectos expositivos y de actividades, intercambios con otras galerías, etc. Planificación y calendario de la programación. La duración de las exposiciones. Proceso organizativo y actividades de cada exposición. La inauguración.

Las exposiciones de la galería

Elaboración de los proyectos, selección de artistas y obras. Exposición con producción o sin producción de obra. Gastos y beneficios de la exposición: presupuesto de gastos, porcentaje de las ventas con artistas y coleccionistas.

Transporte de obras. Montaje de la exposición. Rotulación. Relaciones con los medios. Inauguración. Actividades inaugurales. Difusión de la exposición.

Visualización y análisis de programaciones y exposiciones

- **SESIÓN 3 – EL ARTISTA Y LA GALERÍA.** 3 y ½ horas

El artista

Perfil del artista. Motivaciones del artista. Trayectoria artística. Valoraciones críticas y valoraciones de mercado.

El artista multidisciplinar y el artista disciplinar. La producción de obras del artista. El artista y su inserción en el mercado del arte. Creación libre y mercado. Derechos económicos y de autor del artista. Remuneración económica del artista.

Interrelación galerista-artista

Los artistas y sus interrelaciones con la galería de arte. Relación profesionales y de confianza entre artista y galerista. Promoción del artista y su obra. Contrato escrito y contrato verbal. Tipos de relación comercial con la obra de arte. Depósito de obras. Intermediación. Compra de obra. Exclusividad y no exclusividad. Las relaciones con el artista, comerciales y personales.

Visita al estudio de un artista

- **SESIÓN 4 – GALERÍA, MERCADO, COLECCIONISMO, ECONOMÍA Y HACIENDA.** 3 y ½ horas

Tipología de obras de arte en la galería

Obras originales y obras seriadas. Fotografía y vídeo. Autoría, derechos y precios. Ediciones, producciones y reproducciones. Préstamos. Almacenaje.

El coleccionismo y la compraventa de obra de arte

Qué es una colección de arte. Orígenes históricos y coleccionistas. Las colecciones de arte: públicas y privadas, personales y de entidades, específicas y generales. Los coleccionistas hoy.

La compraventa de obra de arte: venta, precios, certificados de autoría. Tipos de mercado. El mercado de una galería de arte y posibles coleccionistas. La figura del cliente de arte.

Economía interna de la galería de arte

Economía de la galería de arte. Principales fuentes de ingresos de la actividad y análisis de los mismos. Los gastos diversos de la galería.

Hacienda e impuestos

Tributación de los ingresos. Galerista individual autónomo o empresa. Impuesto

sobre la Renta de las Personas Físicas e Impuesto de Sociedades. el Impuesto Sobre el Valor Añadido (I.V.A.). Regímenes especiales y generales. Venta de obra propiedad de la galería.

- **SESIÓN 5 – INFORMACIÓN, REGISTRO E INVENTARIO DE OBRAS, MAILINGS, COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN.** 3 horas

Información, inventarios, catalogación y registro

El tratamiento de la información. Información sobre personas, coleccionistas, entidades, instituciones y medios de comunicación. Información sobre obras de arte, clientes, artistas y documentación diversa y su gestión: el inventario. Control y almacenaje de obras. Exportación de obras, permisos y aduanas.

Comunicación y promoción artística

Relaciones con los medios de comunicación y gestión de la difusión. Inserciones publicitarias. Comunicados, dossiers y notas de prensa. Convocatorias y ruedas de prensa. Relación con la crítica de arte. Entrevistas con los medios, artículos y declaraciones.

Edición de publicaciones y catálogos. Las redes sociales y páginas webs.

Intervención de una invitada-experta de una galería de arte de prestigio.

- **SESIÓN 6 – PRÁCTICA GALERÍAS DE ARTE.** 3 horas

Visitas a dos galerías de arte de Madrid para conocer sus espacios, exposiciones, programación y funcionamiento

Profesora Margarita Aizpuru:Comisaria de exposiciones, crítica de arte, investigadora, es profesora asociada de la Universidad Carlos III de Madrid, ha sido programadora de artes plásticas de la Casa de América de Madrid y del área "Zona Emergente" en el Centro Andaluz de Arte Contemporáneo de Sevilla. Experta en nuevas tendencias de arte contemporáneo, en arte y género, performance y videoarte. Ha comisariado numerosas exposiciones y actividades artísticas desde inicios de los años 90, dirigido festivales de arte de acción, numerosos ciclos y muestras de video, los Encuentros Internacionales de Arte y Género, así como impartido muy diversos cursos y talleres de arte contemporáneo, de comisariado, performance y videoarte entre otros. Escribe habitualmente para catálogos y publicaciones diversas. Ha sido miembro de la Junta Directiva del IAC (Instituto de Arte Contemporáneo) y es miembro del Consejo Asesor de MAV (Mujeres en las Artes Visuales).

INFORMACIÓN PRÁCTICA

-Duración del curso: 20 horas

-Fechas del curso: 26,27,28 de Octubre y 2,3 y 4 de Noviembre

-Horario: De 17 a 20:30 horas

-Precio: 130 euros

-Lugar: Fundación FI Art, C/ Alcalá 59, 3º A, 28014. Madrid

Se facilitará a todos los alumnos un certificado o diploma

Se facilitará gratuitamente al alumno material de apoyo

INSCRIPCIONES. Plazas limitadas. Por riguroso orden de inscripción

Para inscribirse en el curso-taller los interesados deberán **enviar un mail a la dirección cursosfiart.xtrart@gmail.com** con los siguientes datos personales: nombre y apellidos, DNI y teléfono de contacto.

Una vez realizada la inscripción vía e-mail **deberán abonar el importe del taller – 130 euros- antes del día 21 de Octubre** mediante ingreso o transferencia al número de cuenta facilitado por la Fundación

En el apartado de **concepto deberán indicar: “GALE” y el primer apellido.** El beneficiario del ingreso es la Fundación FI Art.