



Instituto
de arte
contemporáneo

Juan Curto imparte el curso de fotografía: Como ser artista y no morir en el intento

Publicado 05-03-2013

Objetivos

Conocer el mercado del arte (países, galerías, casas de subastas, ferias de arte) desde el punto de vista del artista y cómo acceder a él. Seleccionar las galerías de arte más interesantes para las características de mi trabajo, tanto nacionales como internacionales.

Tener la capacidad de poner precios razonables, eficientes, y de mercado, a tus propias obras.

Analizar y comprender las motivaciones y procesos de agentes clave del mercado como coleccionistas y comisarios.

Disponer de las herramientas para hacer marketing de uno mismo y promocionarse de una manera honesta y eficaz.

Destinatarios

Artistas enfocados en la fotografía que tienen como objetivo comercializar su trabajo artístico y poder vivir de ello.

Método

- Contenidos prácticos al 100%, basados en la extensa experiencia sobre el terreno del profesor.
- Investigación en fuentes de referencia de actualidad.
- Casos de éxito.
- Visitas a diferentes galerías de referencia en la ciudad de Madrid.

Duración 22 horas lectivas.

Fechas y Horario

Del lunes 11 al viernes 15 de marzo de 2013.

De 16 a 20'30 h.

Precio 225 euros.

Número de alumnos

Máximo: 10

Profesor

Juan Curto.

Juan Curto es propietario y director de cámara oscura galería de arte, especializada en fotografía contemporánea y vídeo. La galería comenzó su andadura en 2007 y expone y promociona el trabajo de artistas emergentes internacionales. cámara oscura se ha convertido rápidamente en una galería de éxito y que marca tendencias, participando en multitud de ferias internacionales de arte. Juan Curto es Bachelor of Arts European Business Studies por la Universidad de HumberSide (Reino Unido), Titulado Superior en Administración de Empresas Europeas con especialidad en Marketing por la Cámara de Comercio e Industria de Madrid, y PDD por el IESE Business School de Madrid. En la actualidad desarrolla su actividad docente como profesor de marketing y mercado del arte. Habitualmente participa como jurado y visionador en premios y festivales. Además, colecciona fotografía contemporánea desde 1996.

Contenidos 1. El mercado del arte: Geográfico y distributivo.

Conocer y entender desde las galerías a las casas de subastas, así como los países con un coleccionismo de fotografía más fuerte en el mundo. 2. La relación del artista con la galería. Galerías especializadas en fotografía.

Las formas de buscar, crear y formalizar una relación que facilite el trabajo en equipo con la vista puesta en las galerías de referencia. 3. La política y estrategia de precios.

Cómo poner precio a mi obra es clave para entrar en el mercado con buen pie y optimizar la plataforma de coleccionistas y la capilaridad de las galerías. 4. Ferias de arte, coleccionistas y comisarios.

Los nuevos agentes culturales, los compradores de arte, y los lugares de intercambio son fundamentales para desarrollar una carrera con éxito. 5. El marketing del artista: El acceso al mercado.

Hoy en día es imprescindible saber venderse a uno mismo profesionalmente a través de concursos, premios, residencias, becas, subvenciones, etc. Te damos las herramientas y claves para conseguirlo.

En cada jornada se visitará una galería de referencia en Madrid:

- Arnés y Röpke
- Fúcares

- Pilar Serra
- Inés Barrenechea
- camara oscura galeria de arte