

MARGARITA AIZPURU. CURSO DE INTRODUCCIÓN A LA GALERIA ACTUAL DE ARTE CONTEMPORÁNEO

Publicado 07-09-2015

- 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 FIArt, C/ Alcalá 59, 3º A, 28014. Madrid

INTRODUCCIÓN A LA GALERIA ACTUAL DE ARTE CONTEMPORÁNEO. A CARGO DE MARGARITA AIZPURU

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. 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

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 FIArt, 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.

MÁS INFORMACIÓN

FUNDACIÓN FONDO INTERNACIONAL DE LAS ARTES

C/ Alcalá 59, 3º A. 28014 Madrid

Tel: 91 521 23 53

cursosfiart.xtrart@gmail.com

www.fundacionfiart.org