

## **Mercat de l'art i difusió del patrimoni artístic**

**2014/2015**

Código: 100555  
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2500239 Història de l'art	OT	3	0
2500239 Història de l'art	OT	4	0

### **Contacto**

Nombre: Jaime Vidal Oliveras  
Correo electrónico: Jaime.Vidal@uab.cat

### **Uso de idiomas**

Lengua vehicular mayoritaria: espanyol (spa)  
Algún grupo íntegramente en inglés: No  
Algún grupo íntegramente en catalán: No  
Algún grupo íntegramente en español: Sí

### **Objetivos y contextualización**

Introducción al ecosistema del mercado del arte: galerías y coleccionismo, instituciones y políticas culturales, la prensa cultural y la crítica de arte. Especial atención al caso de Barcelona

### **Contenido**

1. Ecosistema de las artes: institución, mercado y medios de difusión.
2. LA GALERÍA DE ARTE: La crisis de la Academia y los orígenes del mercado del arte: los Salones, las galerías y el nacimiento del arte moderno. Los grandes marchantes franceses.
3. EL MERCADO DEL ARTE EN BARCELONA: La exportación del modelo de París y el nacimiento de las galerías en Barcelona. Formación y orígenes del mercado artístico Barcelona (1877-1936): la Sala Parés, Santiago Segura y Josep Dalmau. Desarrollo del mercado del arte contemporáneo (1939-1970): La postguerra, el arte del estraperlo y la recuperación de la actividad en Barcelona: las Layetanas. Hacia un nuevo modelo de galería: la Sala Gaspar y René Metras. El boom del mercado (1970-2000). Los años 70 y las salas alternativas. Eude, Ciento, Salvador Riera, Joan Prats. Los 80 y la espiral especulativa. Nuevos núcleos galerísticos. Las últimas décadas: una nueva generación de marchantes.
4. LA INSTITUCIÓN ARTÍSTICA: Museos, centros de arte e infraestructura cultural. Los primeros museos de arte contemporáneo. Del Kunstmuseum a la Kunsthalle.
5. CENTROS ARTÍSTICOS DE BARCELONA: Cartografía cultural de la ciudad y evolución histórica. Museos generales y de artista. Centros de arte y cultura. Fundaciones privadas. El impacto de las políticas de la Administración de promoción de arte contemporáneo. Ferias y subastas.
6. LA DIFUSIÓN DEL ARTE: crítica y prensa cultural. Los mediadores: críticos, comisarios y directores de centros.
7. LA PRENSA CULTURAL EN ESPAÑA. Análisis de los medios.