



ACCADEMIA DI BELLE ARTI DI - SASSARI - - SASSARI

Documento in allegato protocollato in data 09/04/2019

N° di Protocollo - 1743 -

Oggetto: PROGRAMMA "COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA" - A.A. 2018/2019

Data Documento: 09/04/2019

Inserito da: Utenza 1500 (PERSONALE DOCENTE)

Sottoclassificazione 1: *B4b- programmi di studio

Sottoclassificazione 2:

Sottoclassificazione 3:

Sottoclassificazione 4:

Mittente\Destinatario: PROF.SSA CINQUEGRANA GLENDA

Mezzo invio\ricezione:

← Con Adobe Acrobat, apertura dell'allegato protocollato mediante il tasto  della barra a sinistra.

Per le versioni obsolete utilizzare il menu *Documenti\Allegati file*.

0001743	2019	09042019	1
N° prot.	Anno	Data	1: ent, 2: usc.
			

I dati saranno conservati e trattati con le garanzie di sicurezza previste dal
GDPR - Regolamento UE 2016/679

Comunicazione Pubblicitaria, secondo semestre 2018-19

Programma del corso di Economia dei mercati dell'arte e della cultura.

Il corso ha come finalità la conoscenza di base di alcune leggi che sono a fondamento dei mercati delle arti e della cultura. Alla luce dei principali concetti della letteratura economica, agli studenti è offerta una lettura e spiegazione del funzionamento dei mercati dell'arte contemporanea, della loro struttura e dei loro meccanismi di produzione. Il corso affronterà brevemente alcune delle leggi fondamentali del mercato dell'arte, dalle asimmetrie informative al meccanismo di formazione del prezzo; dal sistema dello star system, alle esternalità di rete nel consumo. Accanto alla teoria economica, il corso offre un excursus storico su alcuni fenomeni e la nascita di alcuni movimenti, oltre che su casi di artisti eccellenti, storie di collezionisti internazionali e italiani.

Importante ai fini dell'esame sarà la frequentazione del corso. Le slides del corso saranno messe a disposizione degli studenti, in modo da semplificare la comprensione degli argomenti economici più complessi oggetto di esame.

Argomenti del corso

1. Simbolo e merce: la duplicità dei beni artistici
2. Conseguenze economiche: il nodo del prezzo dei beni simbolici
3. Struttura del mercato: primario e secondario
4. I prezzi nei mercati rispettivi
5. La segnalazione, teoria e pratica
6. Gli attori del mercato di oggi: fiere, musei, le riviste, le rassegne d'arte
7. Il mercato primario in Italia: la nascita dell'Arte Povera a Torino
8. Milano negli anni Novanta
9. Il mercato degli anni Novanta: globalismo e star system
10. Teoria economica dello star system
11. Esternalità di rete e collezionismo
12. L'evoluzione dell'artista nel mercato: da Duchamp a Warhol
13. Il caso Damien Hirst
14. Il caso Cattelan in Italia
15. Teoria economica del consumatore
16. Il collezionista: chi era costui?
17. Storia del collezionismo: i grandi collezionisti americani
18. I collezionisti in Italia oggi.
19. lo sviluppo dei musei privati in Italia ed Europa
20. Consigli strategici per gli artisti: dal diritto di seguito, il controllo della produzione

Testi d'esame:

Polveroni A., Agliottone M., *Il piacere dell'arte. Pratica e fenomenologia del collezionismo contemporaneo in Italia*, Johan Levi 2012

Zorloni, A., *L'Economia dell'arte contemporanea. Mercati, strategie e star system*, Franco Angeli, Milano 2016.

Bibliografia di riferimento

La bibliografia di riferimento verrà data agli studenti durante il corso. Alcuni dei riferimenti principali sono a seguire:

Bourdieu P. (1979), *La distinction*. Paris, Les éditions de minuit, (trad ital. La distinzione. Critica sociale del gusto, Bologna Il Mulino, 1983)

Dorfles G. (1989), *Il mercato delle arti visive*, Bologna, Feltrinelli

Gambaro M., Ricciardi C. A. (1997), *Economia dell'informazione e della comunicazione*, Roma, Laterza.

Joselit D., (2015) *After Art/Dopo l'arte*, Postmedia Books Milano

Mottola Molfino A., Molfino F. (1998), *Dialogo sui collezionisti d'arte*, Torino Allemandi

Poli F. (1999) *Il Sistema dell'Arte Contemporanea*, Editori Laterza

Saarinen A. B., *I grandi collezionisti americani. Dagli inizi a Peggy Guggenheim*, Torino Einaudi, 1977

Santagata W. (a cura di), *Economia dell'arte. Istituzioni e mercati dell'arte e della cultura*, Utet, Torino 1998

Santagata, W., Trimarchi, M., (2005) *L'arte contemporanea italiana nel mondo. Analisi e strumenti*, Milano, Skira

Rouget B., Sagot - Douvaroux D., Pflieger S. (1992), *Factors affecting Price on Contemporary Art market*, in Twose R., Khakee A. (1992) (a cura di), *Cultural Economics*, Springer - Verlag, Berlin, pp. 91-102

Stigler J. G., Becker G. S. (1977), *De gustibus non est disputandum*, "The American Economic Review", volume 67, 1977/2, pp. 76 - 90

Trimarchi M. (2004b), (a cura di), *Creazione contemporanea. Arte, società, territorio tra pubblico e privato*, Sossella, Roma.

Velthuis O, Rengers M. (2002), *Determinants of prices for contemporary art in Dutch galleries 1992-1998*, in "Journal of Cultural Economics", 2002/26, pp. 1-28

Vettese A. (1991), *Investire in arte. Produzione, promozione e mercato dell'arte contemporanea*. Milano, IISole24Ore Libri.

Vettese A. (2005), *Ma questo è un Quadro? Il valore nell'arte contemporanea*, Carocci.