

MERCATO DELL'ARTE

Discipline delle Arti, della Musica e dello
Spettacolo (L-3)

Università di Teramo

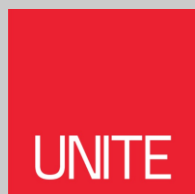
Cecilia Paolini

Università di Teramo



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI TERAMO

Dipartimento di Scienze della Comunicazione



DIPARTIMENTO DI
SCIENZE DELLA
COMUNICAZIONE

*XII LEZIONE – MERCATO A
ROMA NEL XVII SECOLO*

MERCATO A ROMA NEL XVII SECOLO

Ruolo cruciale dei mecenati nella promozione delle arti: I patroni non erano solo aristocratici o ecclesiastici, ma anche membri della classe media e mercanti. Ad esempio, il cardinale Sfondrato è da citare come un esempio di mecenate influente che commissionava opere a numerosi artisti. Questi mecenati spesso utilizzavano l'arte come strumento di propaganda personale e religiosa.



Stefano Maderno, Santa Cecilia, 1600, Roma, Santa Maria in Trastevere

MERCATO A ROMA NEL XVII SECOLO

Le botteghe erano il fulcro della produzione artistica. Gli artisti spesso lavoravano in collaborazione all'interno di queste botteghe, dove apprendevano le tecniche necessarie per la loro professione. Cavazzini sottolinea come queste botteghe fossero non solo luoghi di produzione artistica, ma anche centri di formazione per nuovi artisti. Gli apprendisti erano fondamentali per il funzionamento delle botteghe, e spesso erano in realtà servi-apprendisti, che ricevevano vitto e alloggio in cambio del loro lavoro e dell'apprendimento.

Pietro
Paolini, La
bottega
dell'artista,
1650,
collezione
Cavallini-
Sgarbi



MERCATO A ROMA NEL XVII SECOLO

La Chiesa era uno dei maggiori committenti di arte, utilizzando opere pittoriche per decorare chiese e edifici religiosi. L'autrice menziona come i papi e i cardinali fossero mecenati chiave, commissionando opere per abbellire cappelle e altre strutture ecclesiastiche. Questo rapporto tra Chiesa e arte contribuiva a mantenere un'elevata domanda di opere e assicurava un flusso costante di commissioni per gli artisti.



Gli artisti spesso vendevano le loro opere direttamente ai clienti o tramite intermediari come mercanti d'arte. Alcuni artisti producevano opere su speculazione, sperando di venderle in seguito, mentre altri lavoravano su commissione. Il testo fa riferimento al fenomeno della vendita di dipinti di seconda mano, che era abbastanza comune e coinvolgeva spesso mercanti specializzati in questo tipo di commercio.

Paul Brill,
Autoritratto,
1600 ca., Rhode
Island, School of
Design Museum



MERCATO A ROMA NEL XVII SECOLO

Domenichino, noto per i suoi dipinti religiosi, come esempio di artista che lavorava spesso su commissione per la Chiesa.

Jusepe de Ribera, le cui opere, come «Un filosofo», erano richieste sia dai patroni religiosi che laici.

Panoramica dettagliata delle dinamiche economiche e sociali che caratterizzavano il mercato dell'arte a Roma nel primo Seicento.

L'interazione tra diversi attori e fattori abbia modellato il mercato dell'arte a Roma nel XVII secolo.

Jusepe de Rubera,
Un filosofo, 1630,
Madrid, Prado

