



La producción
artística y la
industria cultural
Grado en Bellas Artes



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: La producción artística y la industria cultural

Titulación: Grado en Bellas Artes

Carácter: Obligatoria

Idioma: Castellano

Modalidad: Presencial

Créditos: 6

Curso: 4º

Semestre: 1º

Profesores/Equipo Docente: D. Carlos Delgado Mayordomo

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Competencias

- Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.
- Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
- Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
- Identificar, analizar, interpretar y sintetizar las fuentes de estudio del arte.
- Comunicar oralmente y por escrito con claridad problemas complejos y proyectos artísticos.
- Trabajar en equipo en proyectos artísticos.
- Trabajar e interactuar en grupos multidisciplinares aportando los conocimientos propios del área de las Bellas Artes.
- Adaptarse a nuevos entornos y situaciones en relación con el aprendizaje artístico.
- Reflexionar analítica y críticamente sobre el propio trabajo artístico.
- Reconocer y valorar la diversidad artístico-cultural.
- Aplicar criterios de valoración artístico-cultural del patrimonio.
- Comunicarse fluidamente en lengua extranjera (inglés).
- Analizar la repercusión recíproca entre el arte y la sociedad.
- Desarrollar vías de relación e intercambio con otros campos de conocimiento.
- Conocer las características de los espacios y medios de exposición, almacenaje y transporte de las obras de arte.
- Identificar los distintos intermediarios que intervienen en la distribución, difusión y conservación de la obra de arte.
- Conocer las instituciones y organismos culturales españoles e internacionales y su funcionamiento (red museística, exposiciones, bienales, etc.)
- Conocer las normas de actuación derivadas de los derechos de autor y propiedad intelectual.

1.2. Resultados de aprendizaje

Demostración de conocimientos, habilidades y competencias relacionadas con la asignatura a través de la superación de las pruebas finales, ordinaria y extraordinaria.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Haber cursado la asignatura La Empresa y su Entorno

2.2. Descripción de los contenidos

- Evolución del mercado del arte en el siglo XX: De los inicios de Kahnweiler a las agresivas estrategias comerciales del artista Damien Hirst en el siglo XXI;
- El artista como emprendedor;
- La práctica del arte como actividad económica en los diferentes contextos del mercado del arte y de las industrias culturales;
- El mercado del arte: Agentes y canales de distribución;
- La industria del ocio y las industrias culturales;
- La economía del arte;
- El marketing del arte;
- Criterios de valoración y fijación de precios de las obras de arte;
- La propiedad intelectual y los derechos de autor;
- El mercado de subastas nacional e internacional;
- Las galerías de arte contemporáneo nacionales e internacionales y su gestión;
- La relación entre los artistas y las galerías de arte;
- Ferias de arte, Bienales;
- Coleccionismo público, corporativo e individual, (privado);
- Las profesiones en la gestión del arte: Comisarios, críticos, gestores culturales, etc.;
- La gestión profesional del artista: Estrategias comerciales y optimización de recursos;
- Búsqueda activa de empleo a través de estrategias y proyectos.

2.3. Contenido detallado

Presentación de la asignatura.
Explicación de la Guía Docente.

1. Conceptos básicos.

Introducción al concepto de industria cultural.
La industria del ocio y las industrias culturales.
La práctica del arte como actividad económica.

2. El coleccionismo.

Breve historia del coleccionismo.
El coleccionismo hoy: público, privado y corporativo.

3. El mercado del arte (I): Historia.

Evolución del mercado del arte en el siglo XX.
La gran burbuja del arte contemporáneo.
El mercado del arte en la era del acceso a Internet.

4. El mercado del arte (II): Estructura.

Agentes del mercado del arte
El mercado de subastas nacional e internacional.
Las galerías de arte contemporáneo nacionales e internacionales y su gestión.
La relación entre los artistas y las galerías de arte. Contratos y derechos del artista.

Criterios de valoración y fijación de precios en el arte contemporáneo.
Ferias de arte nacionales e internacionales.
Bienales y exposiciones internacionales.
Características del mercado del arte en España

5. El artista

Marco de actuación
El artista: ¿definición jurídica? Hacia el estatuto del artista
Los derechos del artista: morales y patrimoniales
La planificación jurídica y tributaria del artista
Los giros discursivos del arte actual

6. La exposición temporal

Organización, gestión y coordinación

7. Las profesiones en la gestión del arte.

El crítico de arte.
El gestor cultural.
El comisario de exposiciones.

8. El marketing cultural.

Gestión de marketing y comunicación de productos culturales.
Búsqueda de información y conocimiento del consumidor cultural.
Gestión del producto cultural y de la comunicación cultural.

9. Herramientas de profesionalización del artista

Desarrollo de proyectos.
Estrategias comerciales y optimización de recursos.
El artista como emprendedor.
Becas, concursos y certámenes.
Búsqueda activa de empleo a través de recursos.

2.4. Actividades Dirigidas

Durante el curso se podrán desarrollar algunas de las actividades, prácticas, memorias o proyectos siguientes, u otras de objetivos o naturaleza similares:

Actividad Dirigida 1 (AD1)

Crítica de arte de una exposición. Los alumnos, de manera grupal y acompañados por el profesor, visitarán una exposición de arte contemporáneo. Posteriormente, los alumnos realizarán el ejercicio de redacción de una crítica de arte, según los parámetros de descripción, interpretación y evaluación descritos en clase.

Visita y análisis de una exposición institucional comisariada. De manera grupal y acompañados por el profesor, los alumnos visitarán una exposición de arte contemporáneo. Posteriormente, se debatirá en clase el proceso de desarrollo de la misma: selección de obras, construcción del discurso del comisario, transporte, seguro, montaje, difusión, herramientas didácticas, etc.

La construcción del discurso artístico. De manera individual, los alumnos elaborarán un dossier de su propio trabajo, con especial énfasis en el *statment* que contextualice y explique los medios y los fines de su producción.

Para evaluar al estudiante, éste tendrá que presentar tanto las actividades académicas como los exámenes en el tiempo y la forma que indique específicamente el profesor. De no ser así, la calificación del estudiante será de No Presentado (NP).

2.5. Actividades formativas

Clases de teoría y práctica: (1.8 ECTS, 45 horas, 100% presencialidad). Las clases de teoría utilizan la metodología de Lección Magistral que se desarrollará en el aula empleando la pizarra y/o el cañón de proyección para la visualización de las imágenes ilustrativas de la materia. Exposiciones orales relacionadas con alguna actividad, proyecto o estudio relativo al mercado del arte o la gestión cultural.

Tutorías: (0.6 ECTS, 15 horas, 50% presencialidad). Consulta al profesor por parte de los alumnos sobre la materia en los horarios de tutorías.

Trabajo personal: (3 ECTS, 75horas, 0% presencialidad). Trabajo individual del alumno utilizando los apuntes de clase, libros de la biblioteca, visitas de campo a empresas del mercado del arte o apuntes del profesor disponibles en el campus virtual. Se le encargarán al alumno la realización y entrega de trabajos por asignatura escritos, individuales o en grupo, sobre los contenidos de la materia.

Evaluación: (0.6 ECTS, 15h, 50% presencialidad).

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente del siguiente modo:

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

3.2. Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Participación y trabajos	20%
Prueba parcial (escrita/presentación trabajo)	20%
Examen final o trabajo final presencial	60%

Convocatoria extraordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Participación y trabajos	20%
Examen final o trabajo final presencial	80%

3.3. Restricciones

Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final. Asimismo, es potestad del profesor que el alumno pueda presentar de nuevo las prácticas o trabajos escritos, si estos no han sido entregados en fecha, no han sido aprobados o se desea mejorar la nota obtenida, siempre antes del examen de la

convocatoria correspondiente (ordinaria/extraordinaria).

Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

3.4. Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. El plagio es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará Falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del Alumno.

4. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

- Colbert, F. y M. Cuadrado (2012). *Marketing de las artes y de la cultura*. Barcelona, España: Ariel.
- Espel, M. (2013). *El mercado del arte: reflexiones y experiencias de un marchante*. Gijón, España: Trea.
- Lindemann, A. (2006). *Coleccionar arte contemporáneo*. Madrid, España: Taschen.
- Pérez, I. y López-Aparicio, I. (2016). *La actividad económica de los/las artistas en España: estudio y análisis*. Madrid, España: Fundación Antonio de Nebrija.
- Ramírez, J.A. (2010) (Ed.): *El sistema del arte en España*. Madrid, España: Cátedra.
- Thompson, D. (2010). *El tiburón de 12 millones de dólares*. Barcelona, España: Ariel.
- Thornton, S. (2010). *Siete días en el mundo del arte*. Barcelona, España: Edhasa.
- Vittese, A. (2002). *Invertir en arte: producción, promoción y mercado del arte contemporáneo*. Madrid, España: Pirámide

Bibliografía recomendada

- Alzaga, R. (2001). *La relación laboral de los artistas*. Madrid, España: CEES.
- Bell, D. (1989). *Las contradicciones culturales del capitalismo*. Madrid, España: Alianza
- Brun, Ll. (2008). *Manual de buenas prácticas profesionales en las artes visuales*. Madrid: Unión de Asociaciones de Artistas Visuales.
- Camarero, C. y Garrido, M. J. (2004) *Marketing del patrimonio cultural*. Madrid, España: Pirámide
- Carrasco, C (Ed.) (1999). *Mujeres y economía*. Barcelona, España: Icaria.
- Cuesta, A. (Ed.). (2006) *Capital!* Barcelona, España: Generalitat de Catalunya, Departament de Cultura
- De la Villa, R. (1998) *Guía del usuario de arte actual*. Madrid, España: Tecnos.
- Díaz, C. (2016). *La gestión de las galerías de arte*. Madrid, España: AECID.
- Fernández-Villacañas, M. A. (1998). *El Marketing social de la cultura: difusión y cambio cultural*. Valencia, España: Fundación Universitaria San Pablo CEU.
- Frey, B. (2000). *La economía del arte*. Barcelona, España: Fundación La Caixa.
- Furió, V. (2000). *Sociología del arte*. Madrid, España: Cátedra
- Gramp, W. (1991). *Arte, inversión y mecenazgo: un análisis económico del mercado del arte*. Barcelona, España: Ariel
- Heinz, H. (1979): *De la obra de arte a la mercancía*. Madrid, España: Gustavo Gili.

- Horowitz, N. (2011). *Art of the Deal: Contemporary Art in a Global Financial Market*. Princeton; NJ: Princeton University Press.
- Marzo, J. L. y Mayayo, P. (2016). *Arte en España (1939-2015). Ideas, prácticas, políticas*. Madrid, España: Cátedra.
- McAndrew, C. (2014): *El mercado español del arte en 2014*. Barcelona, España: Fundación Arte y Mecenazgo.
- Montero, I (2003): *Estrategias de distribución comercial del mercado del arte*, Santa Cruz de Tenerife, España: Caja Canarias
- Poli, F. (1976). *Producción artística y mercado*. Barcelona, España: Gustavo Gili.
- Ramírez, J. A. y Carrillo, J. (2004): *Tendencias del arte, arte de tendencias*. Madrid, España: Cátedra.
- Rius-Ulldemolins, J., y Rubiro, J. A. (2016). *Treinta años de políticas culturales en España: participación cultural, gobernanza territorial e industrias culturales*. Valencia, España: Universitat de Valencia.
- Rowan, J. (2010). *Emprendizajes en cultura. Discursos, Instituciones y contradicciones de la empresarialidad cultural*. Madrid, España: Traficantes de Sueños, Madrid 2010.
- Rubio, J. A. (2014). *El Modelo español de financiación de las artes y la cultura en el contexto europeo: crisis económica, cambio institucional, gobernanza y valor público de la cultura y la política cultural*. Madrid, España: Fundación Alternativas y Fundación SGAE, D.L
- Velthuis, O. (2005). *Talking prices: symbolic meanings of prices on the market for contemporary art*. Princeton, NJ: Princeton University Press
- Vico, A. (2013). *Los medios de distribución en el Mercado del Arte*. Madrid, España: UDIMA
- Warner, E. (2013). *Collecting art for love, money and more*. London, England: Phaidon.
- Wu, C. (2007): *Privatizar la cultura: la intervención empresarial en el mundo del arte desde la década de 1980*. Madrid, España: Akal
- Yanagisako, S. (2002), *Producing Culture and Capital*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- YProductions (Eds.). *Producta50: Una introducción a algunas de las relaciones entre la cultura y la economía*. Barcelona, España: Departament de Cultura y Mitjans de Comunicació.

Otros recursos

- Código de relaciones entre artistas y galeristas de AVAM (Artistas Visuales Asociados de Madrid): http://www.avam.net/docs/descargas/descarga_6.pdf
- Código Deontológico Instituto Arte Contemporáneo. España:
<http://www.iac.org.es/codigo-deontologico>
- Asociación de galerías de arte de Madrid:
<http://www.artemadrid.com/artemadrid-asociacion>
- Mujeres en las artes visuales:
<http://www.mav.org.es/>
- Localizador de residencias, espacios de creación y centros de arte contemporáneo:
<http://www.localizart.es/>

Otras páginas de interés:

- www.antiquaria.com
- www.artfacts.net
- www.artnet.com
- www.artmarketmonitor.com
- www.artforum.com
- www.artnews.com
- www.artprice.com
- www.baerfaxt.com
- www.tendenciasdelarte.com

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Carlos Delgado Mayordomo
--------------------	--------------------------

Departamento	Arte
Titulación académica	Licenciado en Historia del Arte
Correo electrónico	cdelgado@nebrija.es
Localización	Campus de la Dehesa de la Villa. Sala de Profesores
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	<p>Licenciado en Historia del Arte por la UCM. Profesor del Master de Mercado del Arte y Gestión de Empresas Relacionadas en Universidad Nebrija, así como del Grado de Bellas Artes y del Grado de Periodismo de esta misma Universidad.</p> <p>Crítico de arte en <i>ABC Cultural</i>. Ha publicado artículos de investigación en revistas como <i>Letra Internacional</i>, <i>Descubrir el arte</i>, <i>Grabado & Edición</i>, <i>El legado andalusí</i>, <i>Artes. Revista de arte caribeño</i>, entre otras. Ha sido también redactor jefe de la revista cultural <i>Platea</i>.</p> <p>Autor de numerosos ensayos sobre artistas contemporáneos, también ha colaborado en los libros colectivos <i>Quién y por qué. Anales de las artes plásticas del siglo XXI</i> (Arte y Patrimonio, 2002); <i>Ámbito. Cervantina. La espacialidad como factor estético</i> (Universidad de Málaga, 2009), <i>Poéticas del desplazamiento</i> (Universidad de Murcia, 2014), <i>Arte Moderno en Palacio. Obras contemporáneas de las Colecciones Reales</i> (Patrimonio Nacional, 2015), entre otros.</p> <p>Como comisario, cuenta con una dilatada trayectoria en museos e instituciones de España y América Latina, tales como: Fundación Carlos de Amberes de Madrid; Museo de Arte Moderno de Santo Domingo en República Dominicana; National Gallery of Kingston en Jamaica; Museo de Arte de El Salvador; Museo Antropológico y de Arte Contemporáneo de Guayaquil en Ecuador; Museo de Arte Contemporáneo de la Universidad de Santiago de Chile; Museo Extremeño e Iberoamericano de Arte Contemporáneo de Badajoz; Museo Gas Natural Fenosa de La Coruña; Museo Nacional de Artes Decorativas, Madrid; Tabacalera Promoción del Arte, Madrid; Centro de Arte DA2, Salamanca; Sala de Arte Joven de la Comunidad de Madrid; Museo de Huesca; Centre del Carme Cultura Contemporània de Valencia.</p> <p>Dentro del ámbito de la gestión cultural, ha sido responsable de proyectos expositivos de la Fundación Fondo Internacional de las Artes y de la Fundación Colegios Mayores MAEC-AECID. Actualmente es el responsable de exposiciones de la Concejalía de Cultura del Ayuntamiento de Las Rozas.</p>