



La producción  
artística y la  
industria cultural

Grado en Bellas Artes  
2023-24



UNIVERSIDAD  
NEBRIJA

## GUÍA DOCENTE

**Asignatura:** La producción artística y la industria cultural

**Titulación:** Grado en Bellas Artes

**Curso Académico:** 2023-24

**Carácter:** Obligatoria

**Idioma:** Castellano

**Modalidad:** Presencial

**Créditos:** 6

**Curso:** 4º

**Semestre:** 1º

**Profesores/Equipo Docente:** Dr. D. José Luis Guijarro Alonso

### 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.
- Compilar, discriminar y categorizar la información procedente de fuentes de estudio del arte.
- Desarrollar la capacidad para identificar y comprender la diversidad artístico-cultural.
- Conocer y aplicar criterios de valoración artístico-cultural del patrimonio.
- Conocer y discernir las implicaciones medioambientales de los proyectos artísticos y culturales.
- Demostrar sensibilidad social en el desarrollo de su trabajo profesional y/o académico en el área de conocimiento de las Artes y las Humanidades, y en concreto en las Bellas Artes dentro del respeto a la normativa vigente y, en general, a los principios que se contienen en la Constitución Española y a los valores propios de la Cultura de la Paz.
- Demostrar el correcto uso del lenguaje oral y escrito en la lengua española en el área de conocimiento de las Artes y las Humanidades, y en concreto en las Bellas Artes.
- Aplicar con criterio los valores estéticos y conceptuales del arte contemporáneo en la práctica artística.
- Desarrollar la capacidad de analizar la repercusión entre el arte y la sociedad.
- 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.
- Demostrar la capacidad de identificar los profesionales adecuados para intervenir en la producción artística, así como en la distribución, difusión y conservación de la obra de arte.

## 1.2. Resultados de aprendizaje

- Identificar el panorama cultural nacional e internacional
- Estar capacitado para establecer criterios de análisis sobre el panorama cultural
- Ser capaz de innovar un nivel básico en el ámbito de la industria cultural
- Saber planificar y gestionar el trabajo individual
- Saber adecuarse al trabajo en equipo
- Tomar decisiones básicas respecto a un proyecto de negocio dentro de la industria cultural.
- Conocer de la terminología específica del área.
- Defender con criterio el propio trabajo, utilizando una terminología adecuada.
- Saber indagar en las fuentes bibliográficas y gestionar la información.

## 2. CONTENIDOS

### 2.1. Requisitos previos

Haber cursado Historia del arte y Vanguardias Artísticas

### 2.2. Descripción de los contenidos

Evolución del mercado del arte en el siglo XX

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 guía docente, la asignatura, sus objetivos y metodología  
Introducción a la bibliografía básica y recomendada

#### **INDUSTRIAS CULTURALES**

**Ocio, negocio e industrias culturales y creativas**

**Evolución histórica y crítica de la 'industria cultural'**

**Las industrias culturales en el siglo XXI: transformaciones, amenazas y retos**

#### **MERCADO DEL ARTE**

**Historia y evolución del mercado de arte**

- Evolución, hitos y protagonistas de la historia del mercado del arte

**Ecosistema humano y económico del mercado de arte**

- Estructura del mercado del arte
- Antropología del arte: actores, lugares, costumbres, dinámicas sociales y símbolos del mercado global

- El mercado del arte global en cifras: actualidad y perspectivas futuras
- El mercado del arte en España en cifras: actualidad y retos futuros

#### **Coleccionismo, consumo y mecenazgo de arte**

- Concepto, historia y práctica del coleccionismo de arte
- Coleccionismo público, privado y corporativo
- Actualidad de la práctica del coleccionismo y el consumo ocasional de arte
- Mecenazgo cultural y artístico
- La relación coleccionista - artista

#### **Mercados primario y secundario**

- El sistema de galerías de arte
  - Galerías, galeristas y artistas
  - Conceptos básicos de la gestión de galerías
- El sistema de bienales y ferias de arte
  - La crisis del modelo de 'fairización' y 'bienalización' del mercado
  - Artistas y su participación en ferias y bienales
- El sistema de las subastas de arte
  - Historia y funcionamiento del mercado y las casas de subastas
  - Subastas: contexto nacional e internacional
  - Artistas frente a las tendencias y estrategias actuales: de los NFTs y la AI a las ventas 'from the studio' y la proliferación de subastas independientes / benéficas
- Museos: programas y relaciones con artistas contemporáneos
- El rol de las organizaciones artísticas independientes y el modelo 'Not-For-Profit'

#### **Profesionales del mercado en relación con la práctica artista**

- El comisariado de arte
  - Tendencias y discursos curatoriales contemporáneos
  - Relaciones y trabajo con artistas
- Agentes artísticos y advisors
- La crítica de arte: actualidad, perspectivas de futuro y relaciones con artistas

### **PRODUCCIÓN ARTÍSTICA**

#### **La obra de arte como producto cultural**

#### **Artistas como productores en la era de la sostenibilidad y la digitalización**

#### **La obra de arte: aspectos económicos y legales**

- Valor cultural/estético y valor de mercado/económico
- Mecanismos de fijación, construcción y variación del precio de la obra de arte
- Aspectos legales de la obra de arte: autenticidad, derechos morales, 'Droit de suite' y derechos de propiedad intelectual

### **ARTISTAS**

#### **La profesión de artista**

- Evolución histórica del concepto de artista hasta la actualidad
- Etapas canónicas en el ciclo de vida de la profesión artística
- Artistas y sus roles en la sociedad global

#### **Arte, artistas y dinero**

- Economía de las industrias culturales
- Artistas en las industrias culturales
- El tabú del 'dinero' frente al mito de la pureza de la práctica artística
- Artistas: viabilidad de la profesión y amenazas a su desarrollo en la economía del siglo XXI

#### **Práctica artística y gestión profesional**

- Estrategias de visibilización y crecimiento profesional
- Gestión de exposiciones y proyectos artísticos
- Márketing y comunicación de las prácticas artísticas
- Producción artística, herramientas online y redes sociales
- Artistas: fijación/construcción de precios de obras de arte y servicios profesionales
- Estrategias de financiación y generación de ingresos: del patrocinio al fundraising
- Artistas y empresa privada: empleabilidad, alianzas y colaboraciones

#### **Artistas y emprendimiento creativo**

- Estrategias de emprendimiento creativo
- Hitos del emprendimiento creativo por iniciativa de artistas

## 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)

Elaboración de un trabajo en grupo a modo de propuesta de un proyecto de emprendimiento en el contexto de las industrias culturales y de manera específica en el sistema del arte.

### Actividad Dirigida 2 (AD2)

Elaboración de un trabajo en grupo o individual en el cual los estudiantes estudiarán, analizarán y presentarán en clase una asociación o fundación que opere en el sistema del arte en España.

### Actividad Dirigida 3 (AD3)

Elaboración de un trabajo individual o en parejas en el cual los estudiantes presentarán un proyecto artístico a una convocatoria de ayudas a la producción artística ficticia.

*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)

Para facilitar el estudio y la realización de los trabajos escritos, el alumno puede acceder, en un horario amplio, a la biblioteca y a sus ordenadores con todos los programas informáticos de la asignatura.

## 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

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación.	10%
Actividades académicas dirigidas	30%
Examen parcial	10%
Examen final	50%

#### Convocatoria extraordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación.	10%
Participación y trabajos	30%
Examen final o trabajo final presencial	60%

### 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

- Assouline, Pierre (2007). *D.H. Kahnweiler, En El Nombre Del Arte: El Nacimiento Del Cubismo Y Las Vanguardias a Través De Su Gran Marchante*. Barcelona: Galería Miquel Alzueta.
- Assouline, Pierre (2008). *Paul Durand-Ruel, el marchante de los impresionistas*. Barcelona: Galería Miquel Alzueta.
- Bishop, Claire (2016). *Infiernos artificiales: arte participativo y política de la espectaduría*. México, TEE Taller de Ediciones Económicas.
- Colbert, F. y M. Cuadrado (2012). *Marketing de las artes y de la cultura*. Barcelona, España: Ariel.
- Frey, B. (2000). *La economía del arte*. Barcelona, España: Fundación La Caixa.
- Graw, I. (2015). *¿Cuánto vale el arte? Mercado, especulación y cultura de la celebridad*. Madrid: Mardulce
- 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.
- Robertson, I (2005), *Understanding international art markets and management*. Londres: Routledge.
- Thompson, D. (2010). *El tiburón de 12 millones de dólares*. Barcelona, España: Ariel.
- Velthuis, O. (2005). *Talking prices: symbolic meanings of prices on the market for contemporary art*. Princeton, NJ: Princeton University Press
- Vettese, 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.
- An, K., & Cerasi, J. (2020). *Who's afraid of contemporary art?: An A to Z guide to the art world*. New York, New York : Thames and Hudson.
- 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.
- Deresiewicz, W. (2021) *La muerte del artista*. Capitan Swing.
- Díaz, C. (2016). *La gestión de las galerías de arte*. Madrid, España: AECID.
- Espel, M. (2013). *El mercado del arte: reflexiones y experiencias de un marchante*. Gijón, España: Trea.
- Fernández-Villacañas, M. A. (1998). *El Marketing social de la cultura: difusión y cambio cultural*. Valencia, España: Fundación Universitaria San Pablo CEU.
- 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.
- Lindemann, A. (2006). *Coleccionar arte contemporáneo*. Madrid, España: Taschen
- 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 Artey 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.
- Resch, M. (2021) *How To Become A Successful Artist*. Berlin: Phaidon.
- 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.
- 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
- Saltz, J. (2020). *How to Be an Artist*.
- Thornton, S. (2010). *Siete días en el mundo del arte*. Barcelona, España: Edhasa.
- 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 Deontológico Instituto Arte Contemporáneo. España:

<http://www.iac.org.es/codigo-deontologico>

Asociación de galerías de arte de Madrid:

<http://www.artemadrid.com>

#### Asociacion

Mujeres en las artes visuales:

<http://www.mav.org.es/>

[https://www.instagram.com/freeze\\_magazine](https://www.instagram.com/freeze_magazine)

<https://www.instagram.com/jerrygogolian>

<https://www.instagram.com/jerrysaltz>

Otras páginas de interés:

[www.artnet.com](http://www.artnet.com)

[www.artforum.com](http://www.artforum.com)

[www.artnews.com](http://www.artnews.com)

[www.artprice.com](http://www.artprice.com)

[www.artsy.com](http://www.artsy.com)

[www.baerfaxt.com](http://www.baerfaxt.com)

[www.e-flux.com](http://www.e-flux.com)

[www.tendenciasdelarte.com](http://www.tendenciasdelarte.com)



## 5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Dr. D. José Luis Guijarro Alonso
Departamento	Artes
Titulación académica	Doctor en Historia del Arte
Correo electrónico	jguijarro@nebrija.es
Localización	Campus de Princesa. 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>José Luis Guijarro es Doctor en Historia del Arte por la Universidad Complutense de Madrid, MA Art Business por la Universidad de Manchester y el Sotheby's Institute of Art de Londres y Máster en Historia del Arte y Cultura Visual por la Universidad Autónoma de Madrid. Es Licenciado en Historia del Arte y en Antropología Social y Cultural por la U. Complutense y en Administración de Empresas y en Ciencias Actuariales y Financieras por la U. Carlos III de Madrid.</p> <p>En su faceta investigadora, José Luis Guijarro se doctoró con la tesis <i>Los Humoristas y la Nueva Caricatura. Madrid 1898-1936</i>, siguiendo una línea de trabajo que comenzó en 2012 con la publicación de <i>Cuidado con la Pintura. Caricaturas del arte en tiempos de vanguardia. Madrid 1909-1925</i> (Madrid, Eutelequia, 2012). En el ámbito de los estudios de mercado del arte, en 2014 se graduó con mención honorífica en el Sotheby's Institute de Londres con el estudio <i>Public Programmes in Art Fairs: what they are, what they do</i> (Londres, Sotheby's Institute, 2015). Es miembro del proyecto de investigación Observatorio Nebrija del Español.</p> <p>Es director del Máster en Mercado de Arte y Gestión de Empresas Relacionadas de la Universidad Nebrija. Comisario independiente, desde 2018 es co-fundador y director de Programa Taide, organización creada con la misión de apoyar e impulsar el trabajo de artistas jóvenes y emergentes tanto en España como en el contexto internacional. Con anterioridad, ha trabajado para el Departamento Postwar and Contemporary de Christie's en Londres y ha sido Director de Valoraciones y Curatorial de Mutualart. Entre 1999 y 2009, José Luis trabajó como Responsable de Control de Gestión Financiera en Grupo Ferrovial.</p>