Gestión de espacios expositivos

Máster Universitario en Mercado del Arte y Gestión de Empresas Relacionadas 2026-27

UNIVERSIDAD NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Gestión de Espacios Expositivos

Titulación: Máster Universitario en Mercado del Arte y Gestión de Empresas Relacionadas

Curso Académico: 2026-27

Carácter: Obligatorio

Idioma: Español

Modalidad: Presencial / Semipresencial / A distancia

Créditos: 2

Curso: 1º

Módulo: 3º

Profesores/Equipo Docente: Dña. Soledad Gutiérrez Rodríguez

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Competencias

Competencias básicas

- Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
- Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
- Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
- Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
- Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

Competencias generales

- El alumno debe adquirir conocimientos actualizados de las distintas áreas funcionales de una empresa y de su interacción para la consecución de objetivos.
- El alumno debe dominar las técnicas suficientes que le permitan obtener y analizar información, evaluar su relevancia y validez, sintetizarla y adaptarla al contexto.
- El alumno debe ser capaz de entender de forma sistemática la información relevante, su contexto y cómo aplicarla a situaciones complejas, tomando decisiones y teniendo en cuenta cómo afecta a terceros.
- El alumno debe ser capaz de tratar situaciones complejas e impredecibles de forma sistemática y creativa, con juicio crítico, con información incompleta, asumiendo riesgos, tomando decisiones y comunicándolas a cualquier tipo de audiencia.

- El alumno debe ser capaz de actuar de forma autónoma en la planificación e implementación de proyectos y decisiones.
- El alumno debe ser capaz de aportar valor mediante su creatividad y participación.

Competencias específicas

- Dominio de las herramientas del Management para la acción directiva en empresas relacionadas con el mercado del arte.
- Capacidad de diseño, implantación y evaluación de proyectos artístico-culturales tales como exposiciones, festivales, premios y eventos.
- Capacidad de dirigir empresas relacionadas con el mercado primario y secundario del arte.
- Capacidad de identificar y obtener recursos disponibles para la financiación de productos culturales.
- Capacidad de gestión rentable de empresas o proyectos artísticos.
- Capacidad de elaborar presupuestos, así como de análisis de los estados financieros y de control presupuestario.
- Capacidad de definir objetivos, políticas y estrategias para la empresa, así como los procesos de seguimiento y control de las mismas.
- Capacidad de desarrollar planes de marketing coherentes con los objetivos estratégicos.
- Dominio de las posibilidades de la comunicación como herramienta de marketing de productos artísticos.
- Dominio de las habilidades de negociación y venta aplicables en el mercado del arte.

1.2. Resultados de aprendizaje

- Que los estudiantes hayan demostrado desarrollo de la capacidad analizar la situación estratégica de una empresa y su producto o servicio; capacidad de comprender los conceptos fundamentales del área de dirección de personas de la empresa; capacidad de elaborar un presupuesto, seguir su cumplimiento y extraer información a partir de él.
- Que los estudiantes adquieran la capacidad para aplicar los métodos necesarios para conocer los indicadores y ratios de costes precisos ante la toma de decisiones y control de la gestión; la capacidad de trabajo en equipo y gestión de la diversidad; la capacidad de comprender el proceso de toma de decisiones estratégicas de un director de marketing, desde el análisis de la situación hasta las consecuencias derivadas de su implementación, y cómo éstas condicionan la marcha y orientación de un evento artístico.
- Que los estudiantes adquieran la capacidad de planificación de un plan de comunicación de un evento artístico; la capacidad de comprender el funcionamiento de una galería de arte, en un sentido global, como empresa y como centro difusor del arte y la cultura; la capacidad de gestión empresarial de galerías y espacios expositivos; la capacidad de descubrir y promover nuevos valores en el arte y su desarrollo en el mercado.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno

2.2. Descripción de los contenidos

Conocer u analizar los diferentes aspectos fundamentales para la correcta gestión de una galería de arte: estrategias de comunicación, planificación artística, relación con los artistas, conservación y almacenaje de las obras de arte, etc. Generar habilidades necesarias para llevar a cabo un proyecto expositivo desde la idea inicial hasta el montaje final. El participante aprende de manera práctica a analizar el mercado expositivo y descubre todos los aspectos de comisariado y gestión de una exposición, desde la realización de presupuestos, localización de obras, embalaje, transporte y manipulación de las obras hasta, finalmente, los diversos criterios de diseño y montaje. Compuesta por las asignaturas “Gestión de Galerías”, “Gestión de espacios expositivos” y “Comisariado”.

2.3 Contenido detallado

En esta asignatura partimos de analizar el porqué de una exposición y cómo se construye una programación de exposiciones. Para, desde esa pregunta inicial, conocer y analizar los procesos y flujos de trabajo necesarios para la correcta gestión de un proyecto expositivo: desde su definición hasta su desmontaje. A lo largo de la asignatura prestaremos especial atención a la relación con los artistas, la gestión de préstamos, la creación de presupuestos y a las estrategias de comunicación y relación con los públicos. También abordaremos los diferentes sistemas y dispositivos que ayudan a mostrar las narrativas que alimentan los proyectos expositivos, así como en la comprensión del organigrama y el funcionamiento de los distintos espacios donde estos se desarrollan: galerías, museos, centros de arte y fundaciones privadas. Otro de los aspectos que trataremos es el papel que desempeñan los diferentes profesionales implicados en la gestión de una exposición.

El objetivo de esta asignatura es desarrollar las habilidades necesarias para llevar a cabo un proyecto expositivo desde la idea inicial hasta el desmontaje final. El alumnado aprende de manera práctica a gestionar una exposición: desde la realización de presupuestos, localización de obras, embalaje, transporte y manipulación, hasta los diversos criterios de diseño y montaje. También se abordarán criterios de sostenibilidad y cómo tenerlos presentes a la hora de trabajar los proyectos expositivos.

1. Espacios expositivos: historia, estructuras y programación

1.1. Breve historia de las exposiciones

- Las exposiciones como forma de expresión humana
- Primeras exposiciones modernas
- Las exposiciones en el mundo contemporáneo

1.2. Entender los diferentes tipos de instituciones

- Tipos de estructura y financiación
- Necesidades según el tipo de institución y exigencias a las que responden
- Cómo condiciona esta variable al tipo de exposiciones que se desarrollan

1.3. La programación de exposiciones

- Criterios a tener en cuenta: temporalidad, ciclos expositivos
- Cómo relacionar los diferentes elementos que constituyen un programa cultural de un centro
- ¿Quién define la exposición? ¿Cómo se trabajan los contenidos?
- Tipos de exposiciones: colectivas, individuales (retrospectivas, site-specific, encargos de producción...)

2. El proyecto toma forma: la idea sobre el papel

- Elementos que definen un proyecto expositivo
- Elaboración de un *check-list*
- Elaboración de un presupuesto
- Los programas asociados; cada vez más el programa público es parte del proyecto expositivo.

3. La idea se convierte en realidad:

3.1. Gestión del proyecto expositivo

- Los diferentes roles implicados y flujos de trabajo: conservadores, comisarios, directores de instituciones, registros
- Relación con los artistas
- Gestión de permisos
- Presupuesto detallado
- *Check-list* de montaje
- Calendario de montaje
- *Facility-report*
- Elaboración de seguros (obras existentes, nuevas producciones y performance)
- Diseño de los espacios expositivos y producción de los elementos necesarios
- Logística y transporte de obra. El papel de los correos
- La figura del *Art-Handler* y los equipos de montaje
- Construcción y materiales (soluciones estructurales y creativas)
- Iluminación
- Almacenaje
- Cómo se exponen obras históricas
- Cuestiones a tener en cuenta: sonido, proyección, artes vivas, ...
- Comunicación y prensa
- Inauguración: autoridades, prensa y celebración
- Mantenimiento post-inauguración
- Registro y archivo de los proyectos expositivos: ¿qué materiales construyen nuestro relato como exposición y espacio expositivo?

3.2. ¿Se puede gestionar de manera sostenible?

- Algunos criterios a tener en cuenta: transporte, materiales, …
- El archivo como material expositivo

3.3. Otros aspectos a tener en cuenta

- Gestión de colecciones
- Posibles alternativas

4. Gestión de un programa de acompañamiento de una exposición

- Materiales y recursos expositivos
  - Material de comunicación y prensa
  - Catálogo o publicación
  - Hoja de sala, vinilos, cartelas, traducciones
- Programa público y actividades
  - Actividades públicas como parte del relato de la exposición

5. Relación con los diferentes públicos

- La exposición como espacio de representación:
  - Desplazar el paradigma de la contemplación
  - Peter Bürger y el concepto de institucionalidad
  - Nicolas Bourriaud y la estética relacional
  - Claire Bishop y el giro educativo
- El carácter del espacio expositivo
- La exposición como espacio de aprendizaje colectivo

6. Crítica institucional y su impacto en la gestión de exposiciones

- Participación, contexto y *site-specific*
- La obra de arte como intersticio social
- Referentes teóricos:
  - Guy Debord y *La sociedad del espectáculo*
  - Jacques Rancière y *El espectador emancipado*
- Genealogía de la participación en el arte: prácticas colaborativas a nivel nacional e internacional.
- Artes vivas y prácticas colectivas: desafíos para mostrar, vender y archivar lo efímero y simbólico.

7. Políticas culturales y gestión de espacios expositivos

- Las políticas culturales en el Estado español.
- Situación actual:
  - Nuevos formatos y espacios de representación artística
  - Mecanismos de financiación
- Tema tabú: honorarios de artistas, gestores y curadores.
  - Comparativa entre España, Reino Unido, Francia, Alemania y Países Bajos.
- Colaboraciones entre instituciones.
  - Organismos que respaldan la internacionalización del arte español
  - Iniciativas público-privadas
- Otras formas de hacer exposiciones: ferias de arte, bienales, páginas web.

8. Visita grupal

- Análisis práctico in situ: visitaremos un espacio expositivo para analizar los elementos estudiados en clase.

Casos prácticos: estos se irán entrelazando a lo largo de las diferentes sesiones de trabajo, algunos ejemplos:

- Agentes y organigramas en la gestión expositiva
  - *Organigramas: claves según el tipo de espacio*
- Identificación de los agentes principales en:
  - Galerías comerciales
  - Espacios independientes
  - Museos y centros de arte públicos
  - Fundaciones privadas
- ¿Comisario, curador o gestor? Roles, funciones y diferencias.
- *Art liaison*, *art handlers* y diseño expositivo: trabajo en equipo técnico y creativo.
- Gestión de colecciones.

- Elaboración de presupuestos, check-lists, y calendarios de producción
- Dinámicas grupales a través de las cuales entender las diferentes corrientes de pensamiento que influyen en la definición y gestión de los espacios expositivos.

2.4. Actividades Dirigidas

Durante el curso se desarrollarán las actividades planteadas u otros proyectos de naturaleza similar.

- **Actividad Dirigida 1** (AD1): Caso práctico: elaboración de una lista de obras, presupuesto expositivo detallado y calendario de montaje. Este ejercicio ayudará a entender cómo se prepara una exposición.

- **Actividad Dirigida 2** (AD2): Redacción: análisis crítico de los sistemas y dispositivos que sustentan los contenidos en una exposición. A partir de este ejercicio analizaremos cómo el diseño y producción de la exposición afecta a la lectura de esta.

2.5. Actividades formativas

Modalidad presencial

Teoría:
Lección magistral y seminarios.
Estudio de la evolución de las galerías y modos de exposición hasta nuestros días, análisis del mercado del arte y del coleccionismo a través de dichos espacios, *modus operandi* y funcionamiento de los espacios expositivos.
(10 horas)

Práctica:
Aspectos prácticos de la gestión de galerías; funcionamiento de los espacios expositivos desde todos los enfoques: teórico y artístico, economía y administración, comunicación y marketing, consumo y sociedad, coleccionismo y mecenazgo.
(10 horas).

Trabajo personal:
Propuesta de nuevos valores artísticos, desarrollo de estrategias expositivas y galerísticas.
(30 horas)

Modalidad a distancia

Teoría: Los contenidos de la modalidad presencial son adaptados a formato escrito e incorporados a la plataforma virtual en el apartado “Itinerarios de aprendizaje”. En el apartado “Documentación”, se completan los contenidos con documentación adicional sobre críticas de exposiciones recientes o en curso, reportajes y vídeos, que permita enriquecer la base teórica impartida y que los alumnos podrán imprimir o descargar. Las sesiones de tutoría, foros, debates y videoconferencias permitirán profundizar en la materia de estudio, debatir cuestiones sobre exposiciones en instituciones y galerías, y aclarar dudas. (10 horas)

Práctica: Planteamiento al alumno de casos prácticos con problemas que habrá de resolver a partir de los conocimientos adquiridos con los contenidos teóricos sobre creación y gestión de empresas de arte, utilizando el apartado de “Foros”. Análisis del día a día en la gestión de galerías de arte y del desarrollo de proyectos expositivos y comisariados, mediante trabajos que los alumnos presentarán en el apartado “Buzón de tareas” o por videoconferencia, lo que les permitirá debatir y compartir opiniones en común y con el tutor en tiempo real. (10 horas).

Trabajo personal: Los trabajos que el tutor asigne a los alumnos para realizar de forma individual o en grupo, se presentarán también a través del apartado “Buzón de tareas” para su evaluación por el tutor. (30 horas)

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
Participación, prácticas, proyectos o trabajo de asignatura	30%
Prueba parcial (escrita/presentación trabajo)	20%
Prueba objetiva final	50%

Modalidad: A distancia

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Prueba objetiva final	50%
Participación en las discusiones planteadas en los foros	20%
Presentación de trabajos y proyectos (Trabajos individuales y trabajo en equipo)	30%

*Modalidad semipresencial: las asignaturas que se impartan presencialmente en esta modalidad seguirán los criterios de evaluación de la modalidad presencial

Convocatoria extraordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)	30%
Prueba objetiva final	70%

Modalidad: A distancia

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Prueba objetiva final	70%
Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y equipo)	30%

*Modalidad semipresencial: las asignaturas que se impartan presencialmente en esta modalidad seguirán los criterios de evaluación de la modalidad presencial

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.

3.5. Uso de IA

La adopción de herramientas de IA debe basarse en un enfoque transparente, responsable, ético y seguro, que fomente el desarrollo de competencias digitales en el estudiantado:

- El profesor incluirá en cada actividad formativa que lo precise, si se contempla el uso de IA Generativa, con qué objetivo y los requisitos de aplicación de esta.
- Es responsabilidad del estudiante mostrar una conducta transparente, ética y responsable con el uso de IA Generativa, y adaptarse a los criterios de aplicación y evaluación dictados por el profesor en cada actividad.

La detección de cualquier conducta fraudulenta con respecto al uso de IA Generativa, no atendiendo a las indicaciones del profesorado, aplicará las sanciones previstas en el Reglamento Disciplinario.

4. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

- Alonso Fernández, L. (2011). *Nueva Museología [Texto impreso]: planteamientos y retos para el futuro* (2ª ed. rev. y act. por Isabel García Fernández.). Alianza Editorial.
- Bolaños, M. (2002). *La memoria del mundo [Texto impreso]: cien años de museología (1900-2000)*. Trea.
- Locker, P. (2013). *Diseño de exposiciones [Recurso electrónico]*. Editorial Gustavo Gili.
- Alonso Fernández, L. (1995). *Museología. Introducción a la teoría y práctica del museo*, Madrid, España: Istmo Ediciones.
- Alonso Fernández, L. (2001). *Museología y Museografía*, Barcelona, España: Ediciones del Serbal.

- Alonso Fernández, L. y García Fernández, I. (2014). *Diseño de exposiciones. Concepto, instalación y montaje*, Madrid, España: Alianza Editorial.
- Rico, J.C. (1994). *Los espacios expositivos*, Madrid, España: Silex Ediciones.
- Rico**,** J.C. (2002). *Montaje de exposiciones*, Madrid, España: Silex Ediciones.
- Rico, J.C. (2009). *Los conocimientos técnicos*, Madrid, España: Silex Ediciones.

Bibliografía recomendada

- García Blanco**,** A. (1998). *Didáctica del museo. El descubrimiento de los objetos*. Madrid, España: Ediciones de la Torre.
- Belcher, M. (1997*) Organización y diseño de exposiciones: su relación con el museo*. Gijón, España: Ediciones Trea.

5. DATOS DE LA PROFESORA

Nombre y Apellidos	Dña. Soledad Gutiérrez Rodríguez
Departamento	Artes
Titulación académica	Doctoranda en el programa en Estudios Artísticos, Literarios y de la Cultura de la Universidad autónoma de Madrid (UAM).
Correo electrónico	sgutiero@nebrija.es
Localización	Campus de Comunicación y Artes en Madrid-San Francisco de Sales
Tutoría	Contactar con la profesora 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.	Soledad Gutiérrez es comisaria e investigadora independiente, concibe la institución cultural como un espacio poroso y de producción de conocimiento colectivo. Su práctica concibe las exposiciones y la programación como formas de investigación situada basadas en procesos inmateriales de aprendizaje y responsabilidad con el entorno público. Ha desarrollado su trayectoria en centros como el Museo Guggenheim Bilbao, el MACBA y la Whitechapel Gallery de Londres. Fue directora artística de CentroCentro y comisaria jefa de TBA21, donde fundó la plataforma digital *st_age*. Actualmente es comisaria asociada del programa de ayudas de Arte por venir de la Fundación Daniel y Nina Carasso. Su práctica se centra en el acompañamiento de procesos de producción artística y en la activación de proyectos que desbordan los límites institucionales, con especial énfasis en las ecologías críticas.