



Mercado **primario:**  
galerías y ferias  
Máster en Mercado del  
Arte y Gestión de  
Empresas Relacionadas  
2018-19



UNIVERSIDAD  
NEBRIJA

## GUÍA DOCENTE

**Asignatura:** Mercado Primario: Galerías y Ferias

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

**Curso Académico:** 2018-19

**Carácter:** Obligatorio

**Idioma:** Castellano

**Modalidad:** Presencial / Semipresencial / A Distancia

**Créditos:** 3

**Módulo:** 2º

**Profesores/Equipo Docente:** D. Joaquín Gallego

### 1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

#### 1.1. Competencias

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.

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 aportar valor mediante su creatividad y participación.

Comprensión del entorno del mercado del arte y del papel de los distintos agentes

Capacidad para comprender el entorno jurídico de la actividad relacionada con la gestión y el mercado del arte.

Capacidad para tasar obras de arte en coherencia con el valor intrínseco y con los precios del mercado.

Capacidad, a partir del conocimiento de las dinámicas y del papel de los distintos agentes del mercado del arte, de desarrollar criterios de actuación ante nuevas situaciones y escenarios.

Domino de las herramientas de investigación relacionadas con el mercado del arte.

Capacidad de crear redes profesionales.

Capacidad de realizar estudios de mercado orientados a la definición de la estrategia empresarial.

### 1.2. Resultados de aprendizaje

Que los estudiantes asimilen los principios jurídicos que afectan al sector; manejen las fuentes legislativas; comprendan la relación del mercado del arte con las dinámicas de la macroeconomía; sean capaces de análisis de la oferta y demanda del mercado del arte.

Que los estudiantes puedan diferenciar entre los distintos modelos, sistemas legislativos, culturales, etc. de los territorios en los que se existe o se desarrolla el mercado del arte; que adquieran conocimiento directo del circuito de galerías madrileño y de sus principales actores; que adquieran capacidad para investigar el precio de una obra con vista a su tasación;

Que los estudiantes adquieran la capacidad de recibir y asimilar ordenadamente la información necesaria para mantenerse al día como experto en mercado del arte; que conozcan los principales actores del mercado nacional e internacional; que adquieran la capacidad de evaluar e identificar oportunidades de negocio; que adquieran la capacidad de organizar y dirigir una subasta de arte.

## 2. CONTENIDOS

### 2.1. Requisitos previos

Ninguno.

### 2.2. Descripción de los contenidos

Análisis del funcionamiento y de los circuitos principales de mercado primario (galerías) y secundario (subastas). Conocimiento, a través del estudio de casos, de las principales instituciones nacionales e internacionales, y análisis de las cotizaciones de las obras de los artistas más representativos del mercado. Comprende las asignaturas “Mercado primario: galerías y ferias” y “Mercado secundario: subastas”.

#### Contenido detallado

Presentación de la asignatura.  
Explicación de la Guía Docente.

1. Introducción al mercado primario. Circuitos y canales
2. ¿Quién es el artista?
3. La galería de arte como empresa
4. Clientes y coleccionistas
5. Aspectos administrativos, legales y expositivos
6. Estrategias de comunicación

### 2.3. 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): *Análisis del modelo de negocio del mercado primario en la actualidad*. Estudios de caso sobre galerías americanas y europeas, y comparativa entre ambos

modelos. Análisis de la gestión empresarial de una galería de arte y de su relación con artistas y coleccionistas a partir de ejemplos concretos.

Actividad Dirigida (AD2): *Análisis de la actividad comercial y comunicativa de las galerías en las ferias de arte.* Estudio de ferias de arte en mercados tradicionales y emergentes, y de la dinámica de participación de las galerías de arte en ellas, así como de nuevos modelos de ferias alternativos y su repercusión en el mercado.

Actividad Dirigida (AD3): Análisis de textos y artículos referidos a los temas planteados.

Actividad Dirigida (AD4): *Visitas a las galerías más importantes en el ámbito madrileño. Coloquio-entrevista con sus propietarios en cada una de ellas.*

## 2.4. Actividades formativas

### Modalidad presencial

Teoría:

Exposición de la historia de las galerías, desde el punto de vista de las principales entidades galerísticas en Europa antes de la Segunda Guerra. Desarrollo de las galerías en Estados Unidos en la 2ª mitad del siglo XX. Sistema de compra-venta de obras de arte en el mercado secundario, examinando las casas de subastas nacionales e internacionales y su papel en el mercado global del arte.

(15 horas)

Práctica:

Análisis de textos y artículos referidos a los temas planteados.

Visitas a las galerías más importantes en el ámbito madrileño. Coloquio-entrevista con sus propietarios en cada una de ellas.

Análisis de casos: estudio de varias casas de subastas y piezas más destacadas que permite examinar la evolución del mercado en los últimos años y las tendencias que imperan en la actualidad. Análisis de subastas de arte.

(15 horas)

Trabajo personal:

El alumno, a través del trabajo personal en ejercicios, aplicará los conocimientos expuestos en las sesiones y procederá al análisis y a la reflexión sobre la documentación facilitada. Los ejercicios consistirán en:

Análisis de resultados de las principales subastas de la temporada.

Trabajo de campo en una feria.

(45 horas)

### Modalidad a distancia

Teoría: Los contenidos de la modalidad presencial, los textos y obras sobre los que se que trabajará a lo largo de la asignatura, son adaptados a formato escrito e incorporados a la plataforma virtual en el apartado "Itinerarios de aprendizaje". En el apartado "Documentación", se amplían con artículos recientemente publicados sobre los nuevos modos de distribución del arte que permitan completar y enriquecer dichos contenidos, 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 y aclarar dudas. (15 horas)

Práctica: Planteamiento al alumno de casos prácticos con problemas que habrá de resolver a partir de los conocimientos adquiridos con los contenidos teóricos de cada asignatura, utilizando el apartado de "Foros". Estudio y comentario de obras pertenecientes a distintos periodos de la historia del arte. Los alumnos presentarán sus trabajos 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. (15 horas).

Trabajo personal: Los trabajos específicos que el tutor asigne para su realización individual o en grupo sobre cuestiones relativas a la materia se presentarán también a través del apartado "Buzón de tareas" para su evaluación por el tutor. (45 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
Asistencia, prácticas, proyectos o trabajos de asignatura (Prácticas individuales o trabajo en equipo)	30%
Prueba parcial (escrita/presentación trabajo)	20%
Prueba objetiva final	50%

Modalidad: Semipresencial y A distancia

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

##### 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: Semipresencial y A distancia

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

### 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.

#### 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

CALVO SERRALLER, F. (1993). *Los espectáculos del arte: instituciones y funciones del arte contemporáneo*. Barcelona, España: Tusquets.

CUESTA, AMANDA (2011). *Capital. Centro de Arte Santa Mónica. Barcelona*.

FREY, BRUNO (2000). *La economía del arte*. Fundación la Caixa. Barcelona. Online.

GALVÁN ROMARATE-ZABALA, A. (2003). *Comercio del arte, arte del comercio: coleccionismo privado de arte contemporáneo en Madrid (1920-1990)*, Madrid, España: Universidad Complutense.

HUGHES, R. (1991). *The shock of the New*. New York, USA: McGraw Hill.

LINDEMANN, A. (2010). *Coleccionar arte contemporáneo*. Colonia, Alemania: Taschen.

PÉREZ IBÁÑEZ, M. y LÓPEZ-APARICIO, I. (2017). *La actividad económica de los/las artistas en España. Estudio y análisis*. Madrid, España: Fundación Antonio de Nebrija.

THORNTON, S. (2010). *Siete días en el mundo del arte*. Barcelona, España: EDHASA.

VELTHUIS, O. (2013). *Talking prices: Symbolic meanings of prices on the market for contemporary art*. Princeton, EE.UU: Princeton University Press.

VETTESE, A. (2002). *Invertir en arte: producción, promoción y mercado del arte contemporáneo*. Valencia: Pirámide, Universidad Politécnica de Valencia.

Bibliografía complementaria

ADAM, M. G. (2014). *Big bucks: The explosion of the art market in the 21st century*. Farnham, Reino Unido: Ashgate Publishing, Ltd.

BUCK, L. & GREER, J. (2006). *Owning Art: The Contemporary Art Collector's Handbook*, Londres, Reino Unido: Cultureshock Media Ltd.

COPPET, L. & JONES, A. (2002). *The art dealers: The Powers Behind the Scene Tell How the Art World Really Works* (edición revisada y ampliada), Nueva York, EE.UU, Cooper Square Press.

DEGEN, N. (Ed.). (2013). *The market*. Cambridge MS, EE.UU: MIT Press.

FINDLEY, M. (2013). *El valor del arte: dinero, poder, belleza*, Figueras, España: Fundación Gala-Salvador Dalí.

GÓMEZ DE LA IGLESIA, R. (2004). *Arte, empresa y sociedad: más allá del patrocinio de la cultura*, Vitoria, Grupo Xabide.

GRAMPP, W. (1991). *Arte, inversión y mecenazgo.*, Barcelona, España: Ariel.

GRAU, I. (2013). *¿Cuánto vale el arte?: Mercado, especulación y cultura de la celebridad*. Barcelona, España: Mar dulce.

GREFFE, X. (2002). *Arts and artists from an economic perspective*. Madrid, España: UNESCO.

HOROWITZ, N. (2014). *Art of the deal: Contemporary art in a global financial market*. Princeton, EE.UU: Princeton University Press.

HERNÁNDEZ, C. (ed.). *Una mirada al arte*. Santa Cruz de Tenerife, España: Servicio de Publicaciones de la Caja General de Ahorros de Canarias.

HERSTAT, C. (2009). *Women gallerists in the 20th and 21st Centuries*. Berlin, Alemania: Hatje Cantz.

NAVARRO, E. (2009). *¿Quieres salvar tu Empresa? Guía para gestionar con éxito en situaciones de crisis*. Madrid, España: Gestión 2000.

POLI, F. (1976). *Producción artística y mercado*. Barcelona, España: Gustavo Gili.

RENNEBOOG, L., & SPAENJERS, C. (2013). Buying beauty: On prices and returns in the art market. *Management Science*, 59(1), 36-53.

REVIRIEGO, C. (2014). *El laberinto del arte: el mercado del arte, su funcionamiento, sus reglas y sus principales figuras*. Barcelona, España: Paidós Ibérica.

RICO, J.C., COSSÍO, S. y ALONSO, I. (2009). *La exposición de obras de arte. Reflexiones de una historiadora, un artista y un arquitecto*. Madrid, España: Sílex.

ROBERTSON, I. (2011). *A new art from emerging markets*. Londres, Reino Unido: Lund Humphries.

SAATCHI, Ch. (2010). *Me llamo Charles Saatchi y soy un arتهólico*. Londres, Reino Unido: Phaidon.

SHERRY, J. F. (2016). *The market (documents of contemporary art)*. Abingdon, Reino Unido: Taylor & Francis.

ROTAECHE GONZÁLEZ DE UBIETA, M. (2007). *Transporte, depósito y manipulación de obras de arte*. Madrid, España: Editorial Síntesis.

THOMPSON, D. (2010). *El tiburón de 12 millones de dólares. La curiosa economía del arte contemporáneo y las casas de subastas*. Barcelona, España: Ariel.

VIDAL OLIVERAS, J. (2013). *Galerismo en Barcelona (1877-2013). El sistema, el arte, la ciudad*. Barcelona, España: Ediciones Polígrafa.

#### Recursos online

Associació d'Artistes Visuals de Catalunya (2006). *La dimensión económica de las artes visuales en España*. Barcelona: AAVC. [En línea] URL <https://avvac.files.wordpress.com/2009/03/deave-all2.pdf>

ART IN AMERICA [En línea] URL <http://www.artinamericamagazine.com/>

ART MARKET MONITOR [En línea] URL <http://www.artmarketmonitor.com/>

ART NEXUS [En línea] URL <http://www.artnexus.com/default.aspx?lan=es&x=1>

ART TACTIC [En línea] URL <https://arttactic.com/>

ARTDAILY [En línea] URL <http://artdaily.com/>

ART-ES [En línea] URL <http://www.art-es.es/>

ARTFACTS [En línea] URL <https://www.artfacts.net/es/>

ARTFORUM [En línea] URL <https://www.artforum.com/>

ARTNET [En línea] URL <http://www.artnet.com/>

ARTREVIEW [En línea] URL <https://artreview.com/>

ARTE AL DÍA [En línea] URL <http://es.artaldia.com/>

ARTE AL LÍMITE [En línea] URL <https://www.artellimite.com/>

ARTE POR EXCELENCIAS [En línea] URL <http://www.arteporexcelencias.com/>

ARTISHOCK [En línea] URL <http://artishockrevista.com/>

DESCUBRIR EL ARTE [En línea] URL <http://www.descubrirelarte.es/>

EXIT [En línea] URL <http://exitmedia.net/EXIT/12-exit>

FRIEZE [En línea] URL <https://frieze.com/>

LÁPIZ [En línea] URL <http://www.revistalapiz.com/>

PAC Plataforma DE arte Contemporáneo [En línea] URL <http://www.plataformadeartecontemporaneo.com/pac/>

THE ART NEWSPAPER [En línea] URL <http://theartnewspaper.com/>

## 5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Joaquín Gallego
Departamento	Artes
Titulación académica	Licenciado en Ciencias de la Información: Periodismo.



Correo electrónico	jgallego@nebrija.es
Localización	Campus de Madrid-Princesa. Sala de Profesores Asociados
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail

<p>Consultor de arte, docente, investigador y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales.</p>	<p>Licenciado en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid, es especialista en el sector de la inversión en arte y en el mercado de arte contemporáneo. Es creador y director de la consultora Precioyarte.com. Máster en Estética y Teoría del Arte, es profesor en la Universidad Nebrija de Madrid donde imparte Mercado Primario: Galerías y Ferias, dentro del Master de mercado de del ha sido profesor en la Universidad S.E.K de las asignaturas Vanguardias Artísticas así como de Crítica de Arte, Museología, Medios Audiovisuales y Cine. Ha dirigido los cursos de verano Diálogos en el Arte Contemporáneo; sobre las relaciones Fotografía-Pintura I, sobre Pintura-Arquitectura II, sobre Arte y Mass-Media III.</p> <p>Periodista en varias publicaciones como <i>Crítica de arte</i>, <i>Actualidad Económica</i>, <i>El economista</i>, <i>ubicarte.com</i> o <i>arteinformado.com</i>, es gran conocedor de las colecciones particulares españolas de arte contemporáneo, así como de las colecciones institucionales-fundaciones y colecciones públicas.</p> <p>Ha sido profesor de Investigación de Mercados de arte, Mercado negro y tráfico ilícito, Mercado primario: Galerías y Ferias, Mercados de arte tradicionales en Europa y EEUU y de Invertir en Arte. En el año 2009 dirigió la Galería Magee Art Madrid, dedicada al arte contemporáneo chino y con la cual ganó el premio Photoespaña Off. Ha colaborado en la exposición "Más allá de los límites terrestres" (Huelva, septiembre 2009) y en el Informe para Ministerio de cultura sobre el <i>Impacto económico del arte en España 2010</i>, y sobre la <i>Incidencia del derecho de participación en el mercado de arte español</i>, en 2011. Ha realizado el curso "Miradas Privadas" para el Ministerio de Cultura en 2012, y los cursos "Cuánto vale una fotografía" y "Mercado Negro del Arte: robos y falsificaciones" en la Fundación Fiart, 2013 a 2017. Es responsable de la sección VIP de la feria de arte Estampa en Madrid.</p>
---	---