



UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID



Instituto Universitario
Ortega-Marañón

GUÍA DOCENTE DE

**CULTURA CONTEMPORÁNEA: LITERATURA, INSTITUCIONES ARTÍSTICAS
Y COMUNICACIÓN CULTURAL**

Curso 2026-2027

**TITULACIÓN: MÁSTER EN CULTURA CONTEMPORÁNEA: LITERATURA,
INSTITUCIONES ARTÍSTICAS Y COMUNICACIÓN CULTURAL**

GUÍA DOCENTE

Asignatura: El arte como inversión: coleccionismo, mercados de arte y regulación del comercio artístico contemporáneo

Código: 604063

Materia: Regulación y gestión actual de instituciones artísticas e industrias culturales

Carácter: Optativa

Créditos ECTS: 4

Duración: Semestral Semestre: 2º Semestre Idioma: Español

Requisitos: Requisitos de acceso generales al máster.

Tipo de enseñanza: Presencial

Profesor: Almudena Cruz Yábar

Email: almudena.cruz@correo.gob.es

BREVE DESCRIPCIÓN

La asignatura ofrece una visión integral del mercado del arte contemporáneo como ecosistema cultural, económico y profesional. A través del estudio de galerías, ferias, casas de subastas, coleccionistas, instituciones y plataformas digitales, el alumnado adquirirá una comprensión crítica de los mecanismos que determinan la circulación, promoción y valoración de las obras de arte. Se analizarán las dinámicas del mercado internacional, nacional y local, así como las principales tendencias y estrategias que afectan a artistas, gestores culturales, galeristas y coleccionistas.

OBJETIVOS

Comprender la estructura y el funcionamiento del mercado del arte contemporáneo en sus diferentes escalas: local, nacional e internacional.

Identificar a los principales agentes que intervienen en el mercado del arte y analizar sus funciones e interrelaciones.

Conocer el papel de las galerías, ferias, casas de subastas, museos, fundaciones y coleccionistas en la construcción del valor artístico y económico.

Analizar las tendencias actuales del mercado global y su impacto en la producción y circulación del arte contemporáneo.

Desarrollar herramientas de análisis para interpretar estrategias de posicionamiento, promoción y comercialización de artistas y proyectos culturales.

Fomentar una visión crítica sobre los procesos de legitimación, especulación y creación de valor en el ámbito artístico.

COMPETENCIAS RELACIONADAS CON LA MATERIA

ESPECÍFICAS

Comprender los fundamentos económicos, culturales y simbólicos que sustentan el mercado del arte contemporáneo.

Analizar el funcionamiento de galerías, ferias, subastas y otros canales de comercialización artística.

Identificar los factores que intervienen en la valoración y cotización de obras de arte.

Interpretar datos, informes y tendencias del mercado artístico nacional e internacional.

Evaluar estrategias de promoción y posicionamiento de artistas, galerías e instituciones culturales.

Aplicar metodologías de análisis crítico a casos reales del mercado del arte.

Conocer las principales oportunidades profesionales vinculadas al sector artístico y cultural.

CONTENIDOS

TEMA 1. Introducción al mercado del arte

Conceptos fundamentales.
Arte, cultura y economía.
Evolución histórica del mercado artístico.
Principales agentes y estructuras del sector.

TEMA 2. Galerías, ferias y subastas

Modelos de galerías y representación artística.
Principales ferias nacionales e internacionales.
Funcionamiento de las casas de subastas.
Casos de estudio y análisis comparado.

TEMA 3. Coleccionismo e instituciones

Coleccionismo privado e institucional.
Fundaciones corporativas y colecciones empresariales.
Museos y centros de arte como agentes del mercado.
Tendencias actuales del coleccionismo.

TEMA 4. Valoración y construcción del valor

Factores que determinan el precio de una obra.
Reputación, legitimación y reconocimiento.
Mercados primario y secundario.
Indicadores de mercado y análisis de resultados.

TEMA 5. Mercado internacional y tendencias contemporáneas

Principales centros globales del mercado del arte.
El mercado español en el contexto internacional.
Digitalización, plataformas online y nuevas tecnologías.
Retos y oportunidades del sector en el siglo XXI.

TEMA 6. Estrategias profesionales y casos prácticos

Posicionamiento de artistas emergentes y consolidados.
Estrategias de comunicación y visibilidad.
Análisis de ferias, galerías y subastas relevantes.
Desarrollo de proyectos y estudios de caso.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Al finalizar la asignatura, el alumnado será capaz de comprender el funcionamiento general del mercado del arte contemporáneo y sus principales agentes; analizar críticamente las dinámicas económicas, culturales y sociales que afectan al sector; identificar oportunidades y desafíos en los ámbitos de la gestión cultural, el coleccionismo y la intermediación artística; interpretar información especializada sobre galerías, ferias, subastas y tendencias de mercado; aplicar herramientas de valoración y análisis a casos reales; elaborar informes y presentaciones fundamentadas sobre estrategias de mercado y posicionamiento artístico y relacionar la producción artística contemporánea con los mecanismos de circulación, legitimación y comercialización de las obras.

TIEMPO DE TRABAJO

Clases teóricas	20
Análisis de caso y/o resolución de problemas	10
Lecturas de textos científicos recomendados	10
Autoevaluación de prácticas (retroalimentación)	5
Autoevaluación de conocimientos (pruebas de opción múltiple)	5
Trabajos en grupo	10
Trabajos individuales	5
Debates o tormentas de ideas	10
Sesiones de tutorías	
Preparación de contenidos teóricos	
Preparación de casos prácticos	
Total de horas de trabajo del estudiante	75

MÉTODO Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

ACTIVIDADES EVALUATIVAS	PONDERACIÓN	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
Pruebas de desarrollo (exámenes, pruebas o trabajo final)	50%	Claridad, metodología y justificación
Trabajos y ejercicios	40%	Reflexiones, aportes y planteamientos de temas
Participación en clase	10%	Claridad, metodología y justificación

LECTURAS OBLIGATORIAS

INFORMES Y RECURSOS DE REFERENCIA

Art Basel & UBS Global Art Market Report (informe anual elaborado por Clare McAndrew y Arts Economics). Constituye actualmente la principal referencia estadística internacional para el estudio del mercado del arte contemporáneo.

Arts Economics. Estudios económicos especializados sobre galerías, coleccionismo, subastas y tendencias globales del mercado del arte.

Artprice Annual Report.

Artnet Price Database.

The Art Newspaper.

ARTnews.

ArtReview.

Artsy Editorial

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

ABBING, Hans (2002). *Why Are Artists Poor? The Exceptional Economy of the Arts*. Amsterdam University Press.

ADAM, Georgina (2017). *The Dark Side of the Boom: The Excesses of the Art Market in the 21st Century*. Lund Humphries.

RESCH, Magnus (2022). *How to Collect Art*. Phaidon.

SHNAYERSON, Michael (2019). *Boom: Mad Money, Mega Dealers and the Rise of Contemporary Art*. PublicAffairs.

THOMPSON, Don (2008). *The \$12 Million Stuffed Shark: The Curious Economics of Contemporary Art*. Palgrave Macmillan.

THORNTON, Sarah (2008). *Seven Days in the Art World*. Granta.
VELTHUIS, Olav (2005). *Talking Prices: Symbolic Meanings of Prices on the Market for Contemporary Art*. Princeton University Press.
WINKLEMAN, Edward (2014). *Selling Contemporary Art: How to Navigate the Evolving Market*. Allworth Press.

PROFESORADO

Almudena Cruz Yábar es licenciada en Derecho y Doctora en Historia del Arte por la Universidad Complutense de Madrid. Ha desarrollado su trayectoria profesional en la intersección entre la gestión cultural, las instituciones artísticas y la investigación histórica. Ha trabajado en la protección del Patrimonio en el Ministerio de Cultura y ha formado parte del Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía desempeñando responsabilidades vinculadas a la gestión institucional y a la coordinación de adquisiciones y colecciones participando en los procesos de incorporación de obras y en el desarrollo de las políticas de crecimiento patrimonial de la institución.

En la actualidad es Subdirectora General de Divulgación de la Memoria en el Ministerio de Política Territorial y Memoria Democrática, donde dirige programas, exposiciones, publicaciones y actividades de difusión vinculadas a las políticas públicas de memoria democrática y patrimonio cultural. Su trayectoria combina una amplia experiencia en la gestión de instituciones culturales y del patrimonio con una sólida labor investigadora centrada en la historia del arte, la fotografía, el coleccionismo y las políticas culturales contemporáneas.