



Mercados Emergentes:
India, China y
Latinoamérica
**Master Universitario en
Mercado de Arte y Gestión
de Empresas Relacionadas**



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Mercados emergentes: India, China y Latinoamérica

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

Carácter: Obligatorio

Idioma: Castellano

Modalidad: Presencial / Semipresencial / A distancia

Créditos: 2

Módulo: 2º

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

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.
- Dominio 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

Recomendable conocimiento del idioma inglés.

2.2. Descripción de los contenidos

Estudio y análisis de los múltiples aspectos que configuran el arte contemporáneo: las ferias especializadas, las subastas monográficas, las galerías de arte, los comisarios, los públicos, los críticos, los nuevos artistas, la prensa especializada, las instituciones, los diferentes públicos y los diferentes tipos de coleccionismo. La descripción de este entramado que configura el mercado del arte se dividirá por territorios, marcando las diferencias e idiosincrasia de cada uno. Incluye las asignaturas “Mercados tradicionales: EE. UU. y Europa” y “Mercados emergentes: India, China y Latinoamérica”.

2.3. Contenido detallado

1. Mercados emergentes.

- Arte: mercados y discursos globales, regionales y locales.
- El mercado internacional de arte. Sistema económico y sistema humano.
- Economías emergentes: concepto, regiones, desarrollos, desafíos.
- Mercados de arte “emergentes”: concepto y revisión.

2. El mercado de arte en China.

- 1990-2020: irrupción, expansión, esplendor y estancamiento.
- Estructura, fronteras, reglas y determinantes históricos, políticos, sociales y culturales.
- Segmentos/categorías: Artes decorativas y antigüedades. Caligrafía. Pintura tradicional. Arte Moderno. Arte Contemporáneo.
- Tradición, internacionalización, tendencias y perspectivas de futuro.
- Ecosistema económico y humano (agentes, roles e influencia): ferias y bienales, galerías/dealers, casas de subasta locales y globales, museos e instituciones, artistas, crítica y curaduría, coleccionismo.

3. El mercado de arte en India y el Sudeste Asiático.

- 2000-2020: explosión y burbuja, potencial y realidad.
- Estructura, fronteras, reglas y determinantes históricos, políticos, sociales y culturales.
- Segmentos/categorías: Objetos rituales y decorativos. Pintura y escultura desde la Antigüedad hasta el s.XIX. Arte Moderno. Arte contemporáneo.
- Tradición, internacionalización, tendencias y perspectivas de futuro.
- Ecosistema económico y humano (agentes, roles e influencia): ferias y bienales, galerías/dealers, casas de subasta locales y globales, museos e instituciones, artistas, crítica y curaduría, coleccionismo.

4. El mercado de arte en Latinoamérica.

- La idea del “Arte Latinoamericano”.
- Actualidad y futuro del “Arte Latinoamericano” como sector emergente en el contexto del mercado internacional.
- Latinoamérica: Economías emergentes y mercados de arte emergentes.
- Segmentos/categorías: Arte precolombino. Arte colonial y arte del siglo XIX. Arte moderno. Arte contemporáneo.
- Discursos, tendencias y perspectivas de futuro.
- Ecosistema económico y humano (agentes, roles e influencia): ferias y bienales, galerías/dealers, casas de subasta locales y globales, museos e instituciones, artistas, crítica y curaduría, coleccionismo.

2.4. Actividades Dirigidas

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

Actividad Dirigida 1 (AD1): Los alumnos/as, en grupos reducidos, replicarán el rol de especialistas en departamentos de casas de subastas. Cada grupo recibirá un conjunto de lotes de uno o varios de los mercados relevantes para la asignatura, para los cuales deberán establecer y

justificar de manera razonada un rango de valores estimados de cara a su hipotética salida a subasta.

Actividad Dirigida 2 (AD2): Los alumnos/as, en grupos reducidos, ejercerán el rol de directores de galería. Cada grupo recibirá el encargo de presentar una solicitud de participación en una hipotética feria de arte en uno de los mercados relevantes para la asignatura.

Actividad Dirigida 3 (AD3): Los alumnos/as realizarán una serie de reflexiones en relación con uno de los mercados relevantes para la asignatura, siendo estas debatidas en el aula con agentes profesionales implicados en el mercado en cuestión desde diferentes roles.

2.5. Actividades formativas

Modalidad presencial

Teoría:

Análisis económico del mercado del arte desde un punto de vista microeconómico (oferta y demanda) y variables macroeconómicas. Datos generales del mercado de arte actual en Europa y en Estados Unidos. Características de los mercados emergentes. Comparación con otros mercados.

Investigación y exposición de aspectos del mercado en cifras y valores. Estudio y valoración de los diferentes rangos en los distintos mercados.

(10 horas)

Práctica:

Análisis de textos y artículos referidos a los temas planteados.

Análisis, a través de casos, de los efectos de eventos, agentes, participantes en la vida artística y sus repercusiones en la economía del arte. Exposición comentada, por parte de los alumnos, de los ejercicios de investigación de mercado.

(10 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.

Realización de un trabajo personal de investigación sobre un artista de un mercado emergente. Búsqueda de documentación sobre los top ten, que obligue al manejo de portales como Artprice, para la realización de dossiers de información relevante sobre determinadas cuestiones de la actualidad del mercado.

(30 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 la evolución del mercado actual del arte y mercado internacional de arte, así como anexos sobre la evolución de los mercados y la interacción entre ellos, 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 sobre mercado actual en los distintos continentes 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 de cada asignatura, utilizando el apartado de "Foros". 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. (10 horas).

Trabajo personal: Los trabajos específicos que el tutor asigne para su realización individual o en grupo sobre cuestiones de economía, investigación de mercado, análisis de casos de mercado primario y secundario, así como ejercicios que 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
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. 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

- Adam, G. (2016). *Big bucks: The explosion of the art market in the 21st century*. Burlington: Lund Humphries.
- Adam, G. (2017). *Dark side of the boom: The excesses of the art market in the 21st century*. London: Lund Humphries.
- Araújo, E., Buddensieg, A., Belting, H., Zentrum für Kunst und Medientechnologie Karlsruhe, & Internationales Forschungszentrum Kulturwissenschaften. (2009). *The global art world: Audiences, markets, and museums*. Ostfildern: Hatje Cantz.
- Aspers, P. (2011). *Markets*. Cambridge: Polity Press.
- Buddensieg, A., Belting, H., Birken, J., & Weibel, P. (2011). *Global studies: Mapping contemporary art and culture*. Ostfildern: Hatje Cantz.
- Buddensieg, A., Weibel, P., Belting, H., & Zentrum für Kunst und Medientechnologie Karlsruhe. (2013). *The global contemporary and the rise of new art worlds*. Karlsruhe; Cambridge, MA : London: ZKM ; Mit Press.
- Fillitz, T., & Grijp, P. v. d. (2017). *An anthropology of contemporary art: Practices, markets, and collectors*. London: Bloomsbury Academic.
- Mosquera, G., Fisher, J., Alýs, F., & New Museum of Contemporary Art. (2004). *Over here: International perspectives on art and culture* (Documentary sources in contemporary art ; v. 6). New York, N.Y. : Cambridge, MA: New Museum of Contemporary Art ; MIT Press.
- Robertson, I. (2011). *A new art from emerging markets*. Surrey, UK ; Burlington, VT: Lund Humphries.
- Robertson, I. (2016). *Understanding art markets: Inside the world of art and business*. Abingdon, Oxon: Routledge.
- Robertson, I. (2018). *New art, new markets* (Second ed.). London: Lund Humphries.

- Velthuis, O., & Lind, M. (2012). *Contemporary art and its commercial markets: A report on current conditions and future scenarios*. Berlin : Spanga [Sweden]: Sternberg Press.
- Velthuis, O., & Baia Curioni, S. (2015). *Cosmopolitan canvases: The globalization of markets for contemporary art*. New York, NY: Oxford University Press.

Bibliografía recomendada

- Enwezor, O., Smith, T., & Condee, N. (2008). *Antinomies of art and culture : Modernity, postmodernity, contemporaneity*. Durham: Duke University Press.
- Goodwin, J. (2008). *The international art markets : The essential guide for collectors and investors*. London ; Philadelphia: Kogan Page.
- Harris, J. (2011). *Globalization and Contemporary Art*. West Sussex: Wiley-Blackwell.
- Held, D. & McGrew, A. (2003). *The Global Transformations Reader*. Cambridge: Polity.
- Horowitz, N. (2014). *Art of the deal : Contemporary art in a global financial market*. Princeton: Princeton University Press.
- O'Brien, E. (2013). *Modern art in Africa, Asia, and Latin America: An introduction to global modernisms*. Chichester, West Sussex: Wiley-Blackwell.
- Sherry, J. F. (2016). *The market* (documents of contemporary art). Abingdon: Taylor & Francis.
- Velthuis, O., (2005). *Talking prices : Symbolic meanings of prices on the market for contemporary art*. Princeton: Princeton University Press.
- Zorloni, A. (2013). *The economics of contemporary art : Markets, strategies, and stardom*. Heidelberg ; New York: Springer.

Bibliografía recomendada. Referencias específicas para el mercado de arte de China.

- Andrews, J. F., Shen, K., 1954, Spence, J. D., & Solomon R. Guggenheim Museum. (1998). *A century in crisis : Modernity and tradition in the art of twentieth-century China*. New York: Guggenheim Museum: Harry N. Abrams.
- Clunas, C. (2009). *Art in china* (2nd ed.). Oxford ; New York: Oxford University Press.
- Gao, M. (2011). *Total modernity and the avant-garde in twentieth-century Chinese art*. Cambridge, Mass. : London: MIT Press ; in association with China Art Foundation.
- Hutton, W. (2007) *The writing on the wall : China and the West in the 21st century*. London: Abacus.
- Lee, S. E., Rogers, H., Brinker, H., & Solomon R. Guggenheim Museum. (1998). *China: 5,000 years*. New York: Guggenheim Museum.
- Leduc, M. (2018). *Dissidence. The Rise of Chinese Contemporary Art in the West*. Cambridge: MIT Press.
- Leonard, M. (2008). *What does China think?*. New York: Public Affairs.
- Li, S., Jin, W., Xue, Y., Shan, G., Yin, S., & Elliott, J. (2016). *A history of Chinese art*. Cambridge, United Kingdom ; New York, NY: Cambridge University Press.
- Pollack, B. (2010). *The wild, wild east : An american art critic's adventures in china*. Hong Kong: Timezone 8.
- Ríos, X. (2016). *China moderna: Una inmersión rápida*. Barcelona: Tibidabo.
- Smith, K. (2008). *Nine lives : The birth of avant-garde art in new China*. China: Timezone 8.
- Spence, J. D. (2013). *The search for modern china* (3rd ed.). New York: W.W. Norton & Company.
- Sullivan, M. (1996). *Art and artists of twentieth-century china*. Berkeley; London: University of California Press.
- Thorp, R., & Vinograd, R. (2001). *Chinese art & culture*. New York: Abrams.
- Tregear, M. (1997). *Chinese art*. New York: Thames and Hudson.
- Wang, P., Wu Hung, & Museum of Modern Art. (2010). *Contemporary Chinese art : Primary documents*. New York; Durham, N.C.: Museum of Modern Art ; Duke University Press.
- Wu Hung. (2014). *Contemporary Chinese Art : A History, 1970s>2000s*. London: Thames & Hudson.

Bibliografía recomendada. Referencias específicas para el mercado de arte de India.

- Bittner, Rohmberg, Blume, Guha-Thakurta, Siva Kumar, Williams, ... Bauhaus. (2013). *The Bauhaus in Calcutta : An encounter of cosmopolitan avant-gardes*. Ostfildern: Hatje Cantz.

- Blurton, T. R., & British Museum. (1992). *Hindu art*. London : British Museum Press.
- Guha, R. (2007). *India after Gandhi : The history of the world's largest democracy*. New York: Ecco.
- Luce, E. (2006). *In spite of the gods : The strange rise of modern India*. London: Little, Brown.
- Miki, A., Obenhollenzer, G., Szöke, A., Essl, K., Kuroiwa, T., Sammlung Essl, & Mori Bijutsukan. (2009). *Chalo! Indien : Eine neue Ära indischer Kunst = A new era of Indian art*. Munich ; New York: Prestel.
- Mitter, P. (2007). *The triumph of modernism : India's artists and the avant-garde, 1922-1947*. London: Reaktion Books.
- Saatchi Gallery. (2009). *The empire strikes back : Indian art today*. London: Jonathan Cape.
- Sinha, G. (2003). *Indian art, an overview*. New Delhi: Rupa & Co.
- Sinha, G. (2009). *Art and visual culture in India, 1857-2007*. Mumbai: Marg Publications.
- Wood, M. (2007). *The story of India*. London: BBC Books.

Bibliografía recomendada. Referencias específicas para el mercado de arte de Latinoamérica.

- Ades, D. (1989), *Latin America: The Modern Era 1820-1980*. New Haven ; London: Yale University Press.
- Barnitz, J. (2001). *Twentieth-century art of Latin America*. Austin: University of Texas Press.
- Beverley, J. (2011). *Latinamericanism after 9/11 (Post-contemporary interventions)*. Durham [NC]: Duke University Press.
- Borja-Villel, M. J., Pérez-Barreiro, G. & Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía. (2013). *La Invención concreta: Colección Patricia Phelps de Cisneros : reflexiones en torno a la abstracción geométrica latinoamericana y sus legados : geometría, ilusión, diálogo, vibración, universalismo*. Madrid: Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía.
- Candela, I. (2012). *Contraposiciones: Arte contemporáneo en Latinoamérica, 1990-2010*. Madrid: Alianza.
- Chasteen, J. (2001). *Born in blood and fire : A concise history of Latin America*. New York: Norton.
- Frank, P. (2004). *Readings in Latin American modern art*. New Haven: Yale University Press.
- García Canclini, N. (1990). *Culturas híbridas : Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México, D.F.: Grijalbo : Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- Lucie-Smith, E. (1993). *Latin American Art of the 20th Century*. Thames & Hudson : London.
- Jimenez, J., & Castro, F. F. (1999). *Horizontes del arte latinoamericano*. Madrid: Tecnos.
- Mosquera, G., Museo Extremeño e Iberoamericano de Arte Contemporáneo, Foro Latinoamericano, & Foro Latinoamericano. (2001). *Adiós identidad: Arte y cultura desde América Latina*. Badajoz: Museo Extremeño e Iberoamericano de Arte Contemporáneo.
- Mosquera, G., & Fischer, J. (2010). *Caminar con el diablo: Textos sobre arte, internacionalismo y culturas*. Madrid: Exit.
- Museo Jumex. (2015). *Bajo un mismo sol; Arte de América Latina hoy = Under the same sun: Art from Latin America today*.
- Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía. (2000). *Fricciones*. Madrid: Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía.
- Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía. (2000). *Heterotopías*. Madrid: Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía.
- Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía. (2000). *Más allá del documento*. Madrid: Museo Nacional Reina Sofía.
- Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía. (2000). *No es sólo lo que ves*. Madrid: Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía.
- Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía. (2001). *Eztetyka del sueño*. Madrid: Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía.
- O'Gorman, E. (1958) *La Invención de América*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.
- Ramírez, M., Papanikolas, T., & Museum of Fine Arts, Houston. (2002). *Collecting Latin American art for the 21st century* (International Center for the Arts of the Americas (Series) ; no. 1). Houston: Museum of Fine Arts ; University of Texas Press.
- Rasmussen, W., Bercht, F., Ferrer, E., & Museum of Modern Art. (1993). *Latin American artists of the twentieth century*. New York: Museum of Modern Art : Distributed by H.N. Abrams.

- Williamson, E. (2009). *The Penguin history of Latin America* (Rev. ed.). London ; New York: Penguin.

Otros recursos

- Art Basel & UBS Global. *Art Market Report* (eds. 2017-2020). Accesibles en: <https://www.artbasel.com/about/initiatives/the-art-market>
- Artprice. *The Art Market*. (eds. 2011-2019) y *Art Market Trends* (2002-2011). Accesibles en: <https://www.artprice.com/artmarketinsight/reports>
- Asia Art Archive. Accesible en: <https://aaa.org.hk/en>
- ArtTactic Market Analysis. Accesible en: <https://arttactic.com/>
- BBVA Research. Accesible en: <https://www.bbva.com/en/>
- Deloitte & ArtTactic. *Art & Finance Report*. (eds. 2011-2019). Accesibles en: <https://www2.deloitte.com/lu/en/pages/art-finance/articles/art-finance-report.html>
- Christie's, Guardian China, Phillips, Poly Auction HK, Saffronart, Sotheby's. Catálogos de subasta de las categorías relevantes.
- Financial Times.
- McKinsey Global Institute. Accesible en: <https://www.mckinsey.com/mgi/our-research>
- Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD) Library. Accesible en: <https://www.oecd-ilibrary.org/>
- TEFAF. Art Market reports (eds. 2008-2020). Accesible en: <https://www.tefaf.com/initiatives/art-market-reports> y <http://artseconomics.com/#publications>
- The Art Newspaper. Accesible en: <https://www.theartnewspaper.com/>
- World Bank Group. Research & Publications. Accesible en: <https://www.worldbank.org/en/research>

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	José Luis Guijarro Alonso
Departamento	Artes
Titulación académica	Doctor en Historia del Arte
Correo electrónico	Pendiente
Localización	Campus Princesa. c/Joaquín María López. Sala de Profesores
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail

<p>Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.</p>	<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).</p> <p>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>
---	--