



Mercados
Emergentes:
China, India y
Latinoamérica

**Máster Universitario
en Mercado de Arte y
Gestión de Empresas
Relacionadas
2024-25**



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Mercados emergentes: China, India y Latinoamérica

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

Curso Académico: 2024-25

Carácter: Obligatorio

Idioma: Español

Modalidad: Presencial / Semipresencial / A distancia

Créditos: 2

Curso: 1º

Módulo: 2º

Profesores/Equipo Docente: Dña. Beatriz Espejo Arce

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 aportar valor mediante su creatividad y participación
- 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.

Competencias específicas

- 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 de tasar obras de arte en coherencia con el valor intrínseco y con los precios de 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 del Management para la acción directiva en empresas 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

Esta asignatura se adentra en lo que se conoce como “mercado emergente del arte”: esos epicentros de compras y ventas de obras donde influyen muchos factores que la economía. En los diferentes apartados, se analizarán los contextos de China, India y Latinoamérica, para ver diferentes tipos de mercado, coleccionismo y concepto de riqueza.

1. ¿De qué hablamos cuando hablamos de “mercados del arte”?

- El mercado internacional de arte. Sistema económico y sistema humano.
- El mercado de arte y lo contemporáneo.
- Mercados de arte “emergentes”: concepto y revisión.
- De “emergente” a “sumergido”: ¿qué pasa cuando una burbuja estalla?

2. China a la cabeza

- China: historia, geopolítica y política interna.
- ¿Quién es quién en el mercado del arte en China? Ferias, bienales, galerías/dealers, casas de subastas locales y globales, museos e instituciones, artistas, coleccionistas
- Tradición, internacionalización, tendencias y perspectivas de futuro.
- Soft Power: el eterno duelo con Estados Unidos para estar a la cabeza del mercado global
- Un viaje temporal: de 2011 a 2024.
- Tres ciudades: Pekín, Shanghai, Taiwan.
- Una potencia: Hong Kong como nuevo mercado en 2024.
- Mercado de artes tradicionales. Estética del arte chino. Artes decorativas. Caligrafía. Pintura tradicional.
- Mercado de Arte Moderno: de Qi Baishi a Sanyu.
- Mercado de Arte ‘Postwar’ y Contemporáneo: Political Pop, Realismo Cínico. Censura.
- El momento Ai Weiwei y el momento post-Ai Weiwei.
- Otros artistas contemporáneos triunfando en China. ¿Por qué?
- El *millennial* como nuevo coleccionista potencial: perspectivas de futuro del mercado de arte en China.

3. India y el Sudeste Asiático: listo para dispararse

- Tradición, internacionalización, tendencias y perspectivas de futuro de un país como India en la esfera global del arte.
- Ecosistema económico y humano (agentes, roles e influencia): ferias y bienales, galerías/dealers, casas de subasta locales y globales, museos e instituciones, artistas, coleccionismo.
- Alta demanda: ¿a qué intereses responde?
- De los objetos rituales al NFT: historia del arte asiático que triunfa en las subastas.
- Mercados de Arte Moderno y Arte contemporáneo.
- Perspectivas de futuro del mercado de arte en India.

4. Latinoamérica: el lugar de las oportunidades

- 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.
- Discursos, perspectivas teórico-críticas, tendencias.
- Agentes y roles: análisis de ferias y bienales, galerías y *dealers*, casas de subastas locales y globales, museos e instituciones, artistas y coleccionistas.
- Mercado de Arte Precolombino. Arte Colonial y Arte del siglo XIX.
- Mercado de Arte Moderno: Legitimación del ‘Latin American Art’ y Revisión Institucional. Mercado secundario. Artistas del siglo XX.
- Mercado de Arte contemporáneo: demandas y perspectivas de futuro.
- Un negocio del mercado en potencia: los grandes nombres de artistas latinoamericanos.
- Un reclamo del mercado en auge: el lanzamiento de artistas poco reconocidos.

2.4. Actividades Dirigidas

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

Actividad Dirigida 1 (AD1): Rol 'advisor'. Los alumnos/as presentarán una propuesta de adquisición de obras para el inicio de una colección relacionada con uno o varios de los mercados analizados en la asignatura.

Actividad Dirigida 2 (AD2): Rol directores/as de galería. 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.

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
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 de manera virtual en esta modalidad seguirán los criterios de evaluación de la modalidad a distancia

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 de manera virtual en esta modalidad seguirán los criterios de evaluación de la modalidad a distancia

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

- 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. (Disponible vía Guggenheim Museum en el enlace: <https://archive.org/details/guggenheimmuseum>)
- Balraj K. & Kurtha, A (1998). *Art of modern India*. London: Thames & Hudson.
- Frey, B. S. (2003). *Arts & Economics: Analysis & Cultural Policy*. Berlín: Springer.
- Lee, S. E., Rogers, H., Brinker, H., & Solomon R. Guggenheim Museum. (1998). *China: 5,000 years*. New York: Guggenheim Museum. (Disponible vía Guggenheim Museum en el enlace: <https://archive.org/details/guggenheimmuseum>)
- Lucie-Smith, E. (2000). *Arte latinoamericano del siglo XX*. Barcelona: Destino.
- -Sambrani, Ch. (2005). *Edge of desire: recent art in India*. New York: Palgrave Macmillan.
- Thompson, D. (2010). *El tiburón de 12 millones de dólares: la curiosa economía del arte contemporáneo y las casas de subastas*. Madrid: Ariel.

- Velthuis, O., (2005). *Talking price: Symbolic meanings of prices on the market for contemporary art*. Princeton: Princeton University Press.

Bibliografía recomendada

- 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.
- Enwezor, O., Smith, T., & Condee, N. (2008). *Antinomies of art and culture: Modernity, postmodernity, contemporaneity*. Durham: Duke University Press.
- Fillitz, T., & Grijp, P. v. d. (2017). *An anthropology of contemporary art: Practices, markets, and collectors*. London: Bloomsbury Academic.
- 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.
- Mosquera, G., Fisher, J., Aljys, 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.
- O'Brien, E. (2013). *Modern art in Africa, Asia, and Latin America: An introduction to global modernisms*. Chichester, West Sussex: Wiley-Blackwell.
- 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* (Seconded.). London: Lund Humphries.
- Sherry, J. F. (2016). *The market* (documents of contemporary art). Abingdon: Taylor & Francis.
- 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.
- 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.

- Clunas, C. (2009). *Art in china* (2nded.). Oxford; New York: Oxford University Press.
- Gao, M. (2011). *Total modernity and the avant-garde in twentieth-century Chinese art*. Cambridge, Mas: 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.
- 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: PublicAffairs.

- 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* (3rded.). 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*. Londo : 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! Indie: 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 Have; 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). *Cultura híbrida: Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México, D.F.: Grijalbo: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- 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:
- <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	Dña. Beatriz Espejo Arce
Departamento	Artes
Titulación académica	Licenciada en Historia del Arte. Máster en Crítica y Comunicación
Correo electrónico	bespejo@nebrija.es
Localización	Campus de Comunicación y Artes en Madrid-San Francisco de Sales
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>Bea Espejo es comisaria y crítica de arte. Escribe regularmente en <i>Babelia</i> de El País, suplemento que ha dirigido durante los últimos cinco años. Anteriormente, llevó la sección de arte de la revista <i>El Cultural</i>, suplemento del periódico El Mundo. Ha trabajado en la gestión y el comisariado de exposiciones, y ha formado parte del equipo de la galería Estrany-de la Mota (Barcelona) y de Urroz Proyectos (Madrid), desarrollando un conocimiento amplio sobre mercado del arte. Desde el 2000 publica en diversos medios especializados; ha sido colaboradora asidua del suplemento <i>Cultura/s</i> de La Vanguardia, escribe en catálogos de exposiciones, imparte cursos y seminarios sobre arte contemporáneo y es miembro de diversos jurados de premios y concursos relacionados con el arte contemporáneo. Entre las menciones a su trabajo destaca el premio GAC 2017 a la crítica de arte.</p> <p>Entre sus últimas exposiciones están <i>Dime quién eres yo</i>, de Luis Gordillo, en la Sala Alcalá 31 de la Comunidad de Madrid, <i>La danza mudanza</i>, de Fuentesal Arenillas en el CAAC de Sevilla, <i>Todos los conciertos, todas las noches, todo vacío</i>, de Ana Laura Aláez para el CA2M de la Comunidad de Madrid, que el próximo mes de mayo llega a Azkuna Zentroa de Bilbao con una versión más ampliada, y <i>Los blancos secretos de su panza</i>, en Ciudad de la Cultura de Santiago de Compostela, a partir de la Colección RAC de Arte Contemporáneo. En 2022 fue la comisaria del Pabellón de España de la 59ª Bienal de Venecia con el artista Ignasi Aballí y el proyecto <i>Corrección</i>.</p> <p>Como docente, dirige el módulo de <i>Comisariado</i> del Máster Propio en práctica y Teoría de las Artes y Cultura Contemporánea de la UPV y Azkuna Zentroa, el módulo sobre <i>Crítica de arte y ensayo</i> en la Escuela SUR y <i>Metodologías de investigación</i> dentro del Máster de Comisariado de la Universidad de Navarra.</p>