II Jornadas Internacionales de Mercado del Arte (online/Madrid, 23-24 Oct 25)

Online/ Universidad Nebrija, Madrid, 23.–24.10.2025
Eingabeschluss : 28.07.2024

JOSE LUIS GUIJARRO ALONSO, Nebrija University

II Jornadas Internacionales de Mercado del Arte Universidad Nebrija, Madrid.

Organizado por Máster en Mercado de Arte y Gestión de Empresas Relacionadas.

La Universidad Nebrija convoca las II Jornadas Internacionales de Mercado del Arte, organizado por el Máster en Mercado de Arte y Gestión de Empresas Relacionadas. En su segunda edición, que se celebrará tanto en modalidad presencial como online, el encuentro tiene por objetivo reflexionar y debatir las maneras en las cuales la práctica artística contemporánea, siempre afectada por las condiciones y transformaciones políticas, sociales, éticas, económicas y tecnológicas, ha de redefinirse constantemente para adaptarse a su tiempo.

Este encuentro internacional busca reflexionar sobre la compleja realidad que enfrentan las y los creadores en la actualidad: desde la formación, los procesos de producción artística hasta su interacción con las instituciones, los distintos agentes del mercado y el público. Exploraremos las maneras en las cuales factores como la globalización, la cambiante situación geopolítica, las demandas de sostenibilidad, las nuevas formas de producción, comunicación, comercialización y financiación de la producción artística, así como las transformaciones del sistema del arte o los debates teórico-críticos actuales impactan su práctica.

Invitamos a profesoras/es, investigadoras/es, doctorandos, estudiantes de posgrado y profesionales en los campos de la economía, administración pública, arte, historia del arte, derecho, sociología, psicología y otros campos afines a presentar propuestas en relación con, pero no limitadas a, las siguientes temáticas y perspectivas:

-Retos y desafíos de la formación artística contemporánea y la profesionalización del sector.
-Procesos creativos en la era digital: los medios artísticos tradicionales frente al impacto de la inteligencia artificial, las herramientas digitales y la fabricación tecnológica.
-Tecnologías disruptivas: ¿cómo influyen las tecnologías emergentes (IA, realidad virtual, blockchain, etc.) en la producción, comunicación y comercialización del arte?
-El/la artista como primer eslabón de la cadena artística y su relación con instituciones, agentes del mercado tradicional (organizaciones independientes y/o sin ánimo de lucro, residencias, galerías, curaduría, advisors, ferias, bienales, crítica, coleccionismo, etc.) y público.
-Más allá de la galería: nuevos modelos y estrategias para la comunicación, comercialización y legitimación de la producción artística.

-La construcción del valor cultural, social y económico del/a artista en el siglo XXI.
-Modelos de financiación contemporáneos: de las becas, subvenciones y premios al crowdfunding, el mecenazgo digital o los patrocinios corporativos, entre otros.
-El taller expandido: transformaciones y usos actuales del estudio del/a artista en el siglo XXI.
-El modelo del/a artista-emprendedor/a: autogestión, autofinanciación y comercialización, branding personal y estrategias colaborativas.
-Impacto del contexto geopolítico en el arte: efectos de conflictos y políticas globales, migraciones y nacionalismos en la circulación de obras y artistas.
-Globalización vs. localismo: tensiones entre mercados internacionales y escenas artísticas locales.
-Desigualdades estructurales: brechas de género, origen, raza y clase en la representación, visibilización y comercialización del arte.
-Arte y activismo: el/la artista como agente de cambio político y social.
-Sostenibilidad: desafíos para la práctica artística ante el compromiso ético-ecológico.
-Precariedad y profesionalización: condiciones y desafíos laborales, derechos de artistas, políticas culturales, códigos de buenas prácticas y financiación pública/privada.
-El impacto de las políticas legales y fiscales en la producción, circulación y comercialización de la obra de arte.
-Futuros imaginados: utopías y distopías para la profesión artística.

DIRECCIÓN Y ORGANIZACIÓN
José Luis Guijarro Alonso (Univ. Nebrija), Pablo Álvarez de Toledo (Univ. Nebrija).

COMITÉ CIENTÍFICO
Pablo Álvarez de Toledo (Univ. Nebrija), Diana Angoso (USAL, Univ. de Salamanca), José Luis Guijarro (Univ. Nebrija), Paul Melton (Fashion Institute of Technology, State University of New York), Gustavo Perino (Universidad Santa Úrsula, Givoa Art Consulting).

CUOTA DE INSCRIPCIÓN
Gratuita.

PROPUESTAS Y PLAZOS DE PRESENTACIÓN

28 julio 2025 _Cierre de envío de propuestas / abstract. La extensión del abstract no debe sobrepasar las 300 palabras.

1 al 10 agosto 2025_ Comunicación de aceptación vía e-mail.

25 septiembre 2025_Envío de CV, resumen ampliado y ppt.

El CV abreviado para su presentación no sobrepasará las 150 palabras. La presentación en Powerpoint / PDF tendrá una extensión libre pero: debe valorar como referencia el tiempo de exposición (15´-20'). No es aconsejable que exceda la slide/minuto.

23 y 24 octubre 2025_ II Jornadas Internacionales de Mercado del Arte Universidad Nebrija.

Es nuestra intención publicar una selección de las propuestas aceptadas en esta y sucesivas

jornadas en forma de monografía en una editorial de prestigio.

Envíenos su propuesta, en español o inglés por email a:

jguijarro@nebrija.es y palvarezt@nebrija.es

Quellennachweis:
CFP: II Jornadas Internacionales de Mercado del Arte (online/Madrid, 23-24 Oct 25). In: ArtHist.net, 07.06.2025. Letzter Zugriff 24.11.2026. <https://arthist.net/archive/49442>.