

Título en castellano: *Un nuevo modelo de gestión: una galería para galerías. Estudio de caso y propuesta de comunicación.*

Title in English: *A new management model: a gallery for galleries. Case study and communication proposal.*

Autor /a*: Inés Alonso Jarabo

Fecha de del Tribunal Fin de Máster: 15.06.2023

Tutor/a (s): Raquel Caerols

Palabras clave

Modelos de gestión, gestión cultural en España, galería para galerías, estudio de caso, propuesta de comunicación.

Máximo 5 palabras clave

Keywords

Management models, cultural management in Spain, gallery for galleries, case study, communication proposal.

Palabras clave en inglés

Resumen

El siguiente TFM se ha propuesto analizar un nuevo modelo de gestión cultural que se presenta como “una galería para galerías”, con el fin de evaluar la novedad y trascendencia de este proyecto y poder elaborar una propuesta de comunicación que se adecuó a este nuevo modelo. Para la correcta investigación de este estudio de caso, primero ha sido necesario establecer una serie de objetivos, siendo el objetivo principal analizar este novedoso proyecto en el contexto sociocultural de Madrid, así como analizar su actual plan de comunicación para poder generar una nueva propuesta. El análisis ha sido abordado a partir del planteamiento de unas preguntas de investigación con el fin de orientar correctamente el estudio de caso. Estas preguntas de investigación plantean dudas como si tiene sentido el surgimiento de un nuevo modelo de gestión cultural en el contexto sociocultural de la ciudad de Madrid, el cual cuenta ya con una amplia oferta. Esta pregunta de investigación nos ha llevado a analizar en profundidad ese contexto sociocultural del que hablamos, así como nos ha llevado la revisión histórica de estos espacios expositivos alternativos que escapan a los modelos clásicos. Esta revisión histórica ejemplifica que la cultura ha necesitado en numerosas ocasiones modelos de gestión que se adecuaron a sus necesidades específicas, no siempre escuchadas por los organismos estatales. Otros aspectos que se plantea analizar a partir de esas preguntas de investigación hacen referencia no sólo a si este modelo responde a una necesidad sino a su viabilidad, en este caso económica y social. Por último, se cuestiona cómo podría crearse una imagen de marca en un proyecto basado en la rotación constante de galerías, así como si tiene sentido invertir en comunicación cuando la imagen del proyecto se basa en esa capacidad de adaptación a sus expositores y, finalmente, si es posible generar una fidelización de público en un proyecto basado en el cambio constante.

Para abordar todas estas cuestiones, lo primordial ha sido llevar a cabo una investigación en profundidad que compusiera el cuerpo teórico intentando, a partir de ésta, lograr una definición del concepto de gestión cultural para evaluar cómo si el caso aquí analizado se ajusta a este. La búsqueda de esta definición ha hecho necesario llevar a cabo una revisión histórica, centrada en lo ocurrido en el siglo XX,

* **Autora** es alumna del Máster en Patrimonio del Siglo XXI: Gestión e Investigación, [mail inesteal@ucm.es](mailto:inesteal@ucm.es)

que nos ayuda a mostrar cómo el contexto sociocultural demanda alternativas, siendo en muchas ocasiones los propios artistas o gestores culturales quienes tienen que proporcionarlas ante la falta de una adecuación de los programas expositivos públicos. Esta revisión histórica deriva en la categorización de los diferentes modelos de gestión según su forma de administración, analizando brevemente los tres modelos vigentes en España y *todo lo demás*.

Tras esta investigación se hace posible realizar el estudio de caso con fundamento. Mediante la investigación y la recogida de información por fuentes primarias, ha sido posible relatar en su totalidad el proceso que ha hecho posible la realización de un proyecto que supone un nuevo modelo de gestión. En entrevista con su director, este nos cuenta cómo su experiencia como gestor cultural le llevó a tener esta idea y querer hacerla realidad ante una necesidad vigente en el contexto sociocultural de Madrid. Así mismo, se ha analizado el plan de comunicación actual del proyecto, basado, como se puede ver en el punto 8 de este TFM, en una comunicación *online* no planificada. Consideramos que con una acertada propuesta de comunicación que aprovechara todos los recursos del proyecto y aplicara las estrategias comunicativas idóneas, este nuevo modelo de gestión podría llegar a un público mayor, cumpliendo su función como modelo de gestión, pero también logrando captar nuevos clientes, haciendo que el proyecto sea independiente y viable económicamente.

Texto resumen. Máximo 3000 palabras

Short Version

The following FMP (final masters project) has proposed to analyze a new model of cultural management presented as "a gallery for galleries", in order to evaluate the novelty and significance of this project and to be able to develop a communication proposal that fits this new model. For the correct investigation of this case study, it has first been necessary to establish a series of objectives, the main objective being to analyze this new project in the sociocultural context of Madrid, as well as to analyze its current communication plan in order to generate a new proposal. The analysis has been approached from the proposition of some research questions in order to correctly guide the case study. These research questions raise doubts as to whether the emergence of a new model of cultural management in the sociocultural context of the city of Madrid, which already has a wide range, makes sense. This research question has led us to analyze in depth the sociocultural context we are talking about, as well as the historical review of these alternative exhibition spaces that escape classical models. This historical review exemplifies that culture has needed management models on numerous occasions that were adapted to its specific needs, not always listened to by state agencies. Other aspects that are proposed to be analyzed based on these research questions refer not only to whether this model responds to a need but also to its viability, in this case economic and social. Finally, it questions how a brand image could be created in a project based on the constant rotation of galleries, as well as whether it makes sense to invest in communication when the image of the project is based on this ability to adapt to its exhibitors and, finally, if it is possible to generate audience loyalty in a project based on constant change.

To address all these issues, the main thing has been to carry out an in-depth investigation that would compose the theoretical body, trying, with this, to achieve a definition of the concept of cultural management to assess how the case analyzed here fits it. The search for this definition has made it necessary to carry out a historical review, focused on what happened in the 20th century, which helps us show how the sociocultural context demands alternatives, often being the artists or cultural managers themselves who have to provide them due to the lack of adaptation from public exhibition programs. This

historical review derives in the categorization of the different management models according to their form of administration, briefly analyzing the three current models in Spain and everything else.

After this investigation it becomes possible to carry out the case study with foundation. Through research and the collection of information from primary sources, it has been possible to describe in its entirety the process that has made it possible to carry out a project that represents a new management model. In an interview with the gallery director, he tells us how his experience as a cultural manager led him to have this idea and want to make it a reality in the face of a current necessity in the sociocultural context of Madrid. Likewise, the current communication plan of the project has been analyzed, based, as seen in point 8 of this FMP, on an unplanned online communication. We believe that with a successful communication proposal that would take advantage of all the resources of the project and apply the ideal communication strategies, this new management model could reach a larger audience, fulfilling its function as a management model, but also achieving to attract new clients, making the project independent and economically viable.

Texto resumen. Máximo 3000 palabras (en inglés)

Referencias

Albarrán, J. (2019), *Disputas sobre lo contemporáneo. Arte español entre el franquismo y la posmodernidad*. Madrid, PROAP.

Aramburu, N. (2020), *Alternativas. Políticas de lo independiente en las artes visuales*, Murcia, CENDEAC.

Aranguren, A., Pacheco, A. Introzzi, F. y Mateos, R. (2023). Todo lo demás, catálogo de la exposición (Madrid, 2023). CentroCentro, Madrid.

Ávila, A. (2010), *El sistema del arte en España*. Madrid, Ediciones Cátedra.

Castells Ros, R. (2009, junio). ¿Es viable la gestión privada de la cultura?" *Boletín Gestión Cultural*, nº18: *La Gestión Cultural desde el Ámbito empresarial Privado*.

Gunn, D. (2009). ARTIST-RUN SPACES: A Brief History Since 1984, *PR A Proximity Publication*, Issue 002 - Summer 09.

Hidalgo Giraldo, C. y Palacios García, A. (2016). El patrimonio industrial declarado Bien de Interés Cultural en Madrid. Su integración en la oferta cultural y turística de la ciudad. *Pasos Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, volumen 14 (1).

Marchán Fiz, S. (1974), *Del arte objetual al arte de concepto*. Madrid, Akal, 11ª ed. (2012).

Martinell Sempere, A. (2001), *La gestión cultural: singularidad profesional y perspectivas de futuro (Recopilación de textos)*. Madrid, Cátedra Unesco de Políticas Culturales y Cooperación.

Moreno Sánchez, I. y Dávila Urrutia, J.R. (2017), *Guía para elaborar un Plan de Comunicación Transmedia en el ámbito de las organizaciones culturales*. E-Prints Complutense, Repositorio Institucional de la UCM [Materiales de enseñanza] (No publicado).

Navallas A., Alexanco J.L., Barber L., Maderuelo J. y Manterola P. (1997), *Los encuentros de Pamplona 25 años después*. Madrid, Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía.

Nebreda Martín, L. (2018), “La protección del patrimonio histórico-artístico durante la Segunda República: Análisis de documentación legal”, *Revista General de Información y Documentación*, 28(1). Madrid, Ediciones Complutense.

Tono Martínez, J. (2007), *Conceptos y experiencias de la Gestión Cultural*. Madrid, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Área de Cultura.

Parcerisas, P. (2007), *Conceptualismo(s) poéticos, políticos y periféricos*. Madrid, Akal.

Querol, M. A. (2010), *Manual de Gestión del Patrimonio Cultural*, Madrid, Ediciones Akal, 2ª Edición.

Ramírez, J. A. (ed.) (2010), *El sistema del arte en España*, Madrid, Ediciones Cátedra.