



Universidad
Nebrija



CLAVES DE ARTE
FUNDACIÓN

Máster Universitario

**Asignatura:
Gestión de Galerías
MMA 126**

**Programa
Prof. Dña. Marta Pérez Ibáñez**

**Curso 2010/2011
Segundo Módulo**



Nebrija
Business School

1. PRINCIPALES HABILIDADES Y COMPETENCIAS QUE DESARROLLA LA MATERIA

De acuerdo a los descriptores de Dublín, las competencias y habilidades a desarrollar en esta asignatura son las siguientes:

- Poseer y poner en práctica conocimientos de gestión empresarial y de mercado del arte.
- Aplicar dichos conocimientos a la gestión de una empresa determinada y, en concreto, de una galería de arte.
- Desarrollar la capacidad para planificar, organizar y controlar las actividades derivadas del comercio de arte, y definir objetivos de calidad y rentabilidad.
- Desarrollar habilidades de marketing, comunicación y relación con la prensa.
- Manejar con habilidad los recursos online propios del mercado internacional del arte.
- Conocer en profundidad las particularidades del sector español de las galerías de arte, con especial atención al mercado madrileño.

2. METODOLOGÍA DOCENTE

Los elementos metodológicos que rigen esta materia son los siguientes:

- Clases teóricas, orientadas a profundizar en el conocimiento de la historia reciente y tendencias actuales del galerismo contemporáneo, así como del papel de la galería como agente consumidor y distribuidor de arte en el contexto del mercado y la sociedad de consumo.
- Clases prácticas, con importante intervención de los alumnos, orientadas a analizar el desarrollo de la gestión de una galería desde todos los ámbitos. Aplicación del método del caso a todos los temas que tratarán en las clases teóricas, como forma de dinamización y asimilación de contenidos.
- Clases específicamente orientadas al marketing, comunicación y ventas aplicados a la gestión de una galería.
- Comentario y discusión de ejemplos de actuales exposiciones de arte en galerías madrileñas. Revisión de las recientes ferias de arte en las que han participado los alumnos.

3. REQUISITOS PARA CURSAR LA ASIGNATURA

Los propios del máster, además de un buen conocimiento del panorama madrileño, nacional e internacional de las galerías de arte y de la situación actual del mercado del arte.

4. DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA ASIGNATURA Y OBJETIVOS DE DOCENCIA

Nuestro programa se centra en el análisis objetivo y detallado del mecanismo de gestión de las galerías de arte en la actualidad. Pretende analizar todas las actividades que se desarrollan en el ámbito de una galería, y los distintos departamentos que las llevan a cabo, y dotar a los alumnos de los conocimientos, tanto teóricos como prácticos, que les permitan desenvolverse en este mercado, ya sea formando parte del equipo de una galería ya existente, o bien emprendiendo su propio proyecto.

5. FORMA DE EVALUACIÓN

3.1. Evaluación:

| | | |
|-------|-------------------------|----|
| 3.1.1 | Participación en clase | 20 |
| 3.1.2 | Working Paper final | 70 |
| 3.1.3 | Valoración del profesor | 10 |

Los alumnos deberán realizar, a modo de examen de esta asignatura, un proyecto de exposición en una galería madrileña del artista que hayan presentado en el ejercicio de Nuevos Valores. El formato y contenido de dicho proyecto se especificarán en la sesión 1º del ciclo, y se adecuarán a los contenidos estudiados en esta asignatura. La fecha de entrega del proyecto de exposición será el **jueves 16 de Junio**.

3.2. Restricciones:

Para poder hacer la suma ponderada de las calificaciones anteriores, tanto en convocatoria ordinaria como en extraordinaria, es necesario obtener al menos un cinco en la calificación final del proyecto de exposición. El alumno con nota inferior se considerará suspenso.

6. PROGRAMA DE LA ASIGNATURA

- * El concepto de galería. La galería de arte en el contexto del mercado.
- * Evolución del galerismo contemporáneo desde mediados del siglo XX.
- * El coleccionista contemporáneo: tipología, motivaciones, defectos y virtudes. El coleccionismo corporativo.
- * La galería de arte en la sociedad de consumo. La práctica social del consumo en la España actual: el consumidor tipo, el usuario tipo.
- * El arte como bien de consumo: el papel de la galería en la asimilación socio-cultural de este tándem. Nuevos usos y consumos del arte y la cultura.

- * La puesta en marcha de una galería: aspectos a tener en cuenta y etapas administrativas a seguir.
- * La gestión empresarial adaptada al galerismo: comerciantes, gestores, mecenas, gurús. De nuevo, el concepto de galería: ¿Hacia dónde queremos ir?
- * Soluciones para tiempos difíciles: el plan de crisis de la galería.
- * El artista: dónde se gesta el artista contemporáneo. Criterios básicos en la selección de artistas.
- * El artista como producto: dossiers y comunicación.
- * La relación entre el artista y la galería: formas contractuales.
- * Gestión administrativa de la galería. El fondo de galería, obras en depósito y en propiedad: inventario y catalogación.
- * Manipulación, almacenaje, embalaje y transporte. Los seguros de la obra de arte.
- * La edición de obra gráfica y múltiples, aspectos técnicos y administrativos. Gestión, registro y control de la edición.
- * Gestión informática de la galería: herramientas y aplicaciones.
- * El tratamiento de la información: creación, segmentación y mantenimiento de las bases de datos.
- * La web como canal de difusión y de distribución. Evolución de las galerías en internet en los últimos años. Tipologías.
- * Marketing digital y posicionamiento. Aspectos legales: la LSSI. Aspectos prácticos: las campañas de e-mailing.
- * Comunicación y marketing en la galería. La relación con los medios de comunicación. La importancia de la crítica de arte.
- * La difusión a los medios: nota, presentación y dossier de prensa.
- * Cómo presentar al artista, su obra o la propia galería. Campañas de comunicación.
- * Objetivo: el cliente. Prospección, cualificación, segmentación, captación y fidelización de clientes.
- * Gestión comercial en la galería. Tipología del cliente y formas de aproximación: técnicas de venta específicas de una galería.
- * Gestión contable, tributaria y mercantil de la galería: el equilibrio entre gastos e ingresos. El origen de los ingresos. Dirección financiera estratégica.
- * Repasemos el plan de crisis.
- * Comisariado y gestión de exposiciones. La programación de exposiciones.
- * Criterios expositivos: la adecuación del espacio y sus condiciones a las necesidades de la obra de arte. Modelos de exposición y tipologías expositivas.
- * Gestión de proyectos expositivos fuera de la galería.
- * Aspectos legales a recordar: la protección de datos, los derechos de reproducción, etc.
- * Contratos y asesoramiento legal. Derechos y deberes del galerista, del artista y del cliente.
- * Gestión de importaciones y exportaciones, temporales y definitivas. Gestión de aduanas y relaciones con la administración.

* Las ferias de arte como canal de distribución. Principales ferias nacionales e internacionales, tipología y particularidades.

* La asistencia a ferias, elección de la feria y de las obras a exponer. Logística, transporte, montaje, aseguración, trámites burocráticos, etc.

* La programación de ferias dentro de las actividades de la galería.

7. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

EVOLUCIÓN DE GALERISMO Y COLECCIONISMO CONTEMPORÁNEO

ASHTON, D.: *À rebours: la rebelión informalista (1939 – 1968)*. Madrid. MNCARS, 1999.

BUCK, Louisa and Judith GREER: *Owning Art: The Contemporary Art Collector's Handbook*. Londres, Reino Unido. Cultureshock Media Ltd., 2006.

CALVO SERRALLER, F.: *Los espectáculos del arte: instituciones y funciones del arte contemporáneo*. Barcelona. Tusquets, 1993.

Colección Leo Castelli: 7 Octubre 1988 – 8 Enero 1989. Madrid. Fundación Juan March, 1988.

ESCÁRZAGA, A.: *Claves secretas de las vanguardias artísticas: marchantes y farsantes de la pintura contemporánea*. Madrid. Nuer, 1997.

GIRAUDON, C. y M. HOOG: *Les arts à Paris chez Paul Guillaume: 1918-1935*. Paris. Reunion des Musées Nationaux, Musée de l'Orangerie, 1993.

GRAMPP, W.: *Arte, inversión y mecenazgo*. Barcelona. Ariel, 1991.

GUGGENHEIM, P.: *Una vida para el arte*. Madrid. Salvat, 1995.

HARING, K.: *Diarios*. Barcelona. Galaxia Guttemberg, 2001.

HERNÁNDEZ, C. (ed.): *Una mirada al arte*. Santa Cruz de Tenerife. Servicio de Publicaciones de la Caja General de Ahorros de Canarias, 2001.

JIMÉNEZ-BLANCO, M^a D. y C. MACK: *Buscadores de belleza: historias de los grandes coleccionistas de arte*. Barcelona. Ariel, 2007.

KUH, K. : *Mi historia de amor con el arte moderno*. Madrid. Turnes, 2007.

MARÍN-MEDINA, J.: *La belleza como pasión: colección Leandro navarro y Concepción Valero*. Centro Cultural Casa del Cordón, Burgos. Caja de Burgos, 2005.

THORNTON, Sarah: *Siete días en el mundo del arte*. Barcelona. EDHASA, 2010.

TOMKINS, C.: *Merchants and masterpieces: the story of the Metropolitan Museum of art*. Nueva York. Longman Publishing Group, 1989.

GALERÍA, SOCIEDAD DE CONSUMO Y MERCADO DEL ARTE

Arte, empresa y sociedad: más allá del patrocinio de la cultura. Vitoria. Grupo Xabide, 2004.

ASENJO, I.: *El consumo cotidiano de la pintura: transferencia del arte de vanguardia a la vida cotidiana*. Madrid. Universidad Complutense, Servicio de Publicaciones, 2003.

FREY, B.: *La economía del arte*. Barcelona. La Caixa Servicio de Estudios, 2000.

GALVÁN ROMARATE-ZABALA, A.: *Comercio del arte, arte del comercio: coleccionismo privado de arte contemporáneo en Madrid (1920-1990)*. Madrid. Universidad Complutense, 2003.

MACIÁ MERCADÉ, J. (ed.): *Ética y comunicación en la sociedad de consumo*. Madrid. Universitat, 2004.

MANCHINI, M. (ed.): *Lo(s) público(s). Arte, consumo y espacio social. III Foro Internacional de Paraguay*. Asunción (Paraguay). Faro para las Artes, 2003.

POLI, F.: *Producción artística y mercado*. Barcelona. Gustavo Gili, 1976.

VEBLEN, T.: *Teoría de la clase ociosa*. Madrid. Alianza Editorial, 2004.

VETTESE, A.: *Invertir en arte*. Madrid. Pirámide, 2002.

VILLALBA, A.: *Mercado de arte y coleccionismo en España (1980-1995)*. Madrid. ICO, 1995.

GESTIÓN ADMINISTRATIVA, FINANCIERA Y COMERCIAL

ALCAT, E.: *Seis recetas para superar la crisis*. Barcelona. Alienta, 2009.

BAMBERGER, A.: *The art of buying art*. Phoenix, Arizona (EE.UU.). LTB Gordonsart Inc., 2007.

BETHENCOURT, P.: *Toma las riendas*. Barcelona. Alienta, 2009

COLBERT, F. y M. CUADRADO: *Marketing de las Artes y la Cultura*. Barcelona. Ariel Patrimonio, 2003.

GARCÍA ARCA, F.: *Gestión comercial de la PYME*. Vigo. Ideaspropias, 2006

Gestión de la pequeña y mediana empresa. Barcelona. EDUTEL, 2008.

GONZÁLEZ, F. J.: *Creación de empresas. Guía del emprendedor*. Madrid. Pirámide, 2009.

PEÑA, A. de la: *Contabilidad financiera práctica*. Las Palmas de Gran Canaria. DAR Escuela de Negocios, 2008.

RUIZ MARTÍNEZ, R.: *Equilibrio asumible y balance de satisfacción. Modelo de gestión para pequeña y mediana empresa*. Madrid. Publidisa, 2009.

ALGUNOS RECURSOS ONLINE

www.arte10.com
www.w3art.es
www.hoyesarte.com
www.revistaclavesdearte.com
www.arteinformado.com
www.arteyparte.com
www.notodo.com – mailcultura
www.artreview.com
www.axisweb.org
www.exibart.com
www.artantide.com
www.rivistasegno.eu
www.flashartonline.com
www.ateliersdart.com
www.theartnewspaper.com
www.artdaily.com
www.artinamericamagazine.com
www.artforum.com
www.artnexus.com
www.artnet.com
www.artnowonline.com
www.arteporexcelencias.com

8. BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Otros textos recomendados, monografías y recursos online se facilitarán en cada sesión correspondiente.

9. TRABAJOS DURANTE EL CURSO DE CARÁCTER OPTATIVO

Se tendrá en cuenta a aquellos alumnos que aporten documentación y comentarios a exposiciones en galerías o recursos de internet, así como a eventos o a bibliografía adicional relacionados con el tema de nuestro estudio, o su propia experiencia en la gestión de galerías de arte.

10. CURRÍCULUM BREVE DEL PROFESOR

Tras formarse en la Universidad Autónoma de Madrid, donde se licencia en Historia del Arte en 1988, y tras un año de trabajo en el Museo de Artes y Tradiciones Populares, (Madrid, 1965) se incorpora al equipo de investigadores en arte español de la Frick Art Referente Library de Nueva York, donde desarrolla el proyecto que llevará a la publicación de las referencias bibliográficas de dicha biblioteca sobre arte español. Allí entrará en contacto con el Institute of Fine Arts de la Universidad de Nueva York, siguiendo los cursos de doctorado del Prof. Jonathan Brown y realizando un Master en Catalogación y Tasación de Obras de Arte. Fue becada por Università Italiana per Stranieri de Perugia, Italia, donde se diplomó en Arte de la Contrarreforma en Umbria y Le Marche con el Prof. Pietro Scarpellini. Desde su regreso a España en 1991 y hasta 2008, ejerció la dirección de la Galería Durán de Madrid, así como el comisariado del Premio de Pintura Durán, al que representó en mesas redondas y conferencias sobre certámenes artísticos. Actualmente participa como miembro del jurado de muchos otros certámenes de pintura. Entre 1994 y 1998 impartió clases magistrales en el Master de Museología de la Univesidad Complutense de Madrid, y ha colaborado también con el Instituto Superior de Arte en los cursos de Dirección de Galerías de Arte. En la actualidad, se dedica a la gestión cultural y artística internacional a través de su empresa ARTEblanco. Es también profesora y coordinadora de las Areas de Reconocimiento de Arte Contemporáneo y Gestión de Galerías en el Master Oficial en Mercado del Arte y Empresas Relacionadas de la Universidad Antonio de Nebrija en Madrid.

10. INFORMACIÓN GENERAL

| Nº DE CRÉDITOS ECTS | IDIOMA DE IMPARTICIÓN |
|---------------------|-----------------------|
| 3 | Español |