



Arte, Individuo y Sociedad

ISSN: 1131-5598

ais@art.ucm.es

Universidad Complutense de Madrid

España

Ortega, Inés; Marín, Lola  
La educación galerística como campo emergente de la educación artística en contextos  
no formales  
Arte, Individuo y Sociedad, vol. 29, núm. 3, septiembre-diciembre, 2017, pp. 501-517  
Universidad Complutense de Madrid  
Madrid, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=513557288005>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org



## La educación galerística como campo emergente de la educación artística en contextos no formales

Inés Ortega<sup>1</sup>; Lola Marín<sup>2</sup>

Recibido: 3 de abril de 2017 / Aceptado: 12 de julio de 2017

**Resumen.** En este artículo se aborda la posibilidad de realizar actividades didácticas, dirigidas a un público amplio, en galerías españolas de arte contemporáneo. Como referente inmediato, se contempla la función educativa de los museos y, para profundizar en el análisis, se estudian galerías de Gran Bretaña que ya llevan a cabo acciones didácticas como parte de su programación habitual. El objetivo es detectar rasgos comunes en las actividades que realizan, observar los colectivos a los que se dirigen y tratar de desvelar el pensamiento subyacente que rige su funcionamiento, además de determinar diferencias sustanciales entre la educación en galerías y la educación en museos. Finalmente, y a partir de los datos extraídos, se establece una comparación con las galerías de arte nacionales y se determinan las características fundamentales de lo que hemos denominado “didáctica galerística”, concluyendo que las galerías de arte contemporáneo que aúnan una función comercial, junto con labores de difusión y educación, constituyen un contexto emergente para la educación artística.

**Palabras clave:** Galerías de arte contemporáneo; educación artística; público.

[en] Education in art galleries as an emerging field of artistic education in non-formal contexts

**Abstract.** This article deals with the possibility of performing didactic activities, directed to a wide audience, in Spanish contemporary art galleries. We consider the educational function of museums as a close field, and in order to accurate the analysis, we study several galleries across Britain that already carry out didactic actions as part of their regular activity. The goal is to detect common features in the activities they perform, to observe the groups to which they are addressed and to unveil the underlying thinking that governs their functioning, in addition to determining substantial differences between galleries education and museum education. Finally, from the extracted data, a comparison with the national art galleries is established and the fundamental characteristics of what we called “didactics in the art gallery” are determined, concluding that the contemporary art galleries that combine a commercial function, together with publicity and education, constitute an emerging context for art education.

**Keywords:** Contemporary art galleries; art education; audience.

**Sumario:** 1. Introducción. 2. Hipótesis de trabajo. 3. Galerías de arte. 4. Metodología de investigación. 5. Investigación. 5.1. Acciones didácticas en galerías de Gran Bretaña. 6. Aportaciones y conclusiones del estudio. Referencias.

<sup>2</sup> Universidad de Valladolid (España)  
E-mail: [inesor@mpc.uva.es](mailto:inesor@mpc.uva.es)

<sup>2</sup> Universidad Complutense de Madrid (España)  
E-mail: [lola.lolamarin@gmail.com](mailto:lola.lolamarin@gmail.com)

**Cómo citar:** Ortega, I.; Marín, L. (2017) La educación galerística como campo emergente de la educación artística en contextos no formales. *Arte, Individuo y Sociedad* 29(3), 501-517.

## 1. Introducción

Este artículo surge como resultado de la tesis doctoral titulada *Educación galerística. Criterios para la creación de proyectos de actuación en galerías de arte contemporáneo*<sup>3</sup>, una investigación que fue realizada durante seis años y que constituye una indagación en las acciones didácticas que desarrollan las galerías de arte contemporáneo<sup>1</sup>. Un ejemplo de galería española que ha adoptado esta nueva línea de trabajo podría ser Espacio Mínimo en Madrid, la cual centra su actividad didáctica en la realización de visitas guiadas, dentro y fuera de su sede, en el desarrollo de talleres y en la programación de charlas y encuentros, oferta en la que suelen colaborar los artistas con los que trabajan. Internacionalmente, también ha sido posible recabar información de galerías que adoptan planteamientos de trabajo similares, abriendo su espacio no sólo a sus visitantes habituales, considerados un público reducido y especializado (Díaz, 2017), sino a la participación de un público amplio, de edades muy distintas, y menos especializado.

Para determinar el grado de especialización del público cultural, recurrimos a la segmentación propuesta por Colomer, en la que distingue, en el sector de población adulta: públicos activos, públicos con demanda latente y públicos con demanda inexistente (Colomer, 2011). Este autor recomienda mantener y fidelizar a los públicos activos, orientar los esfuerzos a captar nuevos públicos partiendo de la demanda latente y, en última instancia, tratar de suscitar interés en los públicos con demanda inexistente, mucho más difíciles de atraer. En el caso de los públicos en situación de demanda latente, éstos presentan una serie de barreras y resistencias (objetivas y subjetivas), que impiden su participación, pero que se pueden vencer gracias a una primera experiencia positiva. Por otra parte, los públicos formados por niños y adolescentes son considerados un segmento estratégico, porque es en fase temprana cuando se definen los gustos e intereses. De la *Encuesta de hábitos y prácticas culturales en España 2014-2015*, elaborada por la Subdirección General de Estadística, se desprende, además, que los niveles de asistencia a galerías son superiores entre el público joven, universitario y preuniversitario. Los que más acuden son personas en la franja de edad comprendida entre los 15 y los 19 años, aunque sin perder de vista que el número general de visitas a estos espacios es exiguo<sup>4</sup>. En cualquier caso, aunque sea deseable su categorización, los públicos “se caracterizan por su diversidad, heterogeneidad, solapamiento, interconexión y dinamismo” (Mínguez, 2005, 139), de ahí la importancia del “boca-a-oreja” y el uso de estrategias y herramientas encaminadas a desarrollar una relación personalizada con las audiencias (Colomer, 2011, 15).

En un plano personal, el origen de nuestra investigación surge por la pasión que sentimos por la creación y el arte contemporáneo, entendiendo como tal el que se

<sup>3</sup> Este trabajo fue defendido en la Facultad de Educación de la Universidad Complutense de Madrid en enero de 2016.

<sup>4</sup> Tomando como referencia el mismo informe, un 33,2% de españoles visitó un museo en el último año, frente a un 12,7% que acudió a una galería.

gesta en los cincuenta, emerge en los sesenta y se caracteriza por su proliferación, infinidad de variantes, tensión entre globalización y localismo, y abordaje de las preocupaciones contemporáneas a modo de “inquisición sobre la ontología del presente” (Smith, 2012, 16). En nuestra investigación, además, partimos de la convicción de que el arte puede ser una herramienta para habitar el mundo, ya que permite otras formas de mirar y de sentir y favorece distintas capacidades individuales y sociales, lo que nos lleva a considerar necesario que todos los públicos puedan acceder a él. Las palabras de Dennis Oppenheim, a finales de los sesenta, expresan maravillosamente esta idea:

Me parece que una de las razones fundamentales del compromiso artístico es empujar los límites de lo que puede hacerse y mostrar a los demás que el arte no consiste solamente en la fabricación de objetos para colocar en galerías; que puede existir con lo que está fuera de la galería una relación que es importantísimo explorar (en Ardenne, 2006, 27).

## 2. Hipótesis de trabajo

Según Gutiérrez-Párraga, el arte contemporáneo demanda una cierta implicación del espectador, para hacerlo partícipe, al menos en cierta medida, del proceso creativo, lo cual resulta utópico si “el espectador no está preparado y posee unos conocimientos mínimos necesarios para la participación consciente en la acción artística” (2008, 16). Las acciones didácticas en arte contemporáneo serían, pues, aquéllos diseños especialmente pensados para facilitar una comprensión de los lenguajes artísticos. Se materializan en juegos creativos, talleres (no necesariamente productivos), charlas o diálogos abiertos a la participación del público; actividades normalmente mediadas por especialistas y que pueden o no contar con materiales de referencia, pero cuyo objetivo fundamental es propiciar procesos de reflexión y que se desarrollan, de manera idónea, en presencia de las obras originales. Obviamente, pensamos que las acciones didácticas ofrecidas en las galerías se diferencian de las que se llevan a cabo en la educación formal, pero también de las que se producen en entornos no formales, incluso en aquellos espacios que en principio podrían resultar afines, como los centros de arte y, especialmente, los museos. Estas últimas instituciones son los referentes más claros para nuestra investigación, por la actividad didáctica que desarrollan y por la búsqueda de una relación con el público cada vez más horizontal, integradora y abierta a la participación; dicha relación está mediada, precisamente, por planteamientos educativos que han ido evolucionado a lo largo del tiempo, desde posicionamientos puramente canónicos, hasta actitudes más abiertas, orientadas a crear espacios en los cuales los conocimientos y experiencias del visitante son tenidos en cuenta. Según Padró:

La nueva museología presenta un desplazamiento de la figura del comisario hacia la del visitante como integrante del proceso museográfico (...) El gran reto de la museología actual radica en el hecho de saltar de un estado puro de gestión cultural a uno de interacción normalizada con la audiencia, donde la función gestora y aquella comunicadora se hayan equilibrado (1995, 19-20).

La autora, por tanto, considera el museo como una entidad socializadora, un entorno propicio para el establecimiento de un diálogo colectivo. A partir de una revisión de la filosofía postmoderna de Lyotard (1989), quien entiende que los grandes relatos que articulan la historia han sido escritos por las clases dominantes de occidente, y de Vattimo (1994), que percibe una disolución de la historia como curso unitario con un centro rector, se produce un profundo replanteamiento del pensamiento museológico. De este modo, para Padró, el museo debería ser capaz de generar discursos alejados de aquéllos legitimados por la tradición y, por tanto, complementarios del “Conocimiento”, o corpus de contenidos comúnmente aceptados que velan o excluyen otras realidades (Padró, en Belda y Marín, 2006, 55). En la misma línea, Zubiazur destaca la importante labor socio-cultural del museo, el cual se halla inmerso en un proceso de revisión interna conducente a la reinterpretación de sus elementos, y cuyo objetivo sería formar una ciudadanía crítica (Zubiazur, 2004). Borja Villega aboga por lo que denomina “pedagogía de la emancipación” como ideal a seguir (en De la Calle y Huerta, 2007, 29), mientras que Rodrigo abunda en la capacidad del museo como agente modelador y transformador de la identidad social a través de la cultura (en Del Río y Fernández, 2007).

En el ámbito de la museografía, destacan voces como la de Gómez (2003), que entiende que las propuestas museográficas son acertadas cuando consiguen la supresión de barreras de acceso, sean éstas sociales, culturales, ideológicas o de otro tipo, o Pérez Valencia (2007), quien considera que, al existir muy poco público especializado, la museografía siempre debería partir de posiciones sociales. Por el contrario, Ardenne entiende que la exhibición de arte pocas veces es desinteresada, por lo que toda acción museográfica obedece a una intención política, de ahí la imposibilidad de cualquier amago de independencia ideológica (Ardenne, 2006).

Nuestras hipótesis de trabajo tienen relación con la conexión existente entre los museos y las acciones didácticas que pudieran darse en las galerías, y con la especificidad de los planteamientos educativos debidos a la propia idiosincrasia de la galería:

1. Es posible la extrapolación de actividades del museo a la galería.
2. Es posible definir una nueva variante de la educación artística, en este caso la “educación galerística”.
3. La educación galerística se caracteriza por una metodología, propia de estos espacios, que recoge bastantes elementos de la educación en museos, pero a la que suma factores distintivos, los cuales se expondrán en las conclusiones a este artículo.

Desde nuestra investigación, contemplamos el espacio galerístico como una plataforma más desde la que acercar el arte contemporáneo al público, particularmente a un público latente que puede ver compensado su “coste de participación” si se le ofrecen actividades adecuadas, pasado así a formar parte del público habitual (Colomer, 2011,15). Tomando como referencia el estudio del Laboratorio Permanente de Público de Museos, *Conociendo a todos los públicos. ¿Qué imágenes se asocian a los museos?* (2012), que analiza las percepciones del público y del no público sobre estas instituciones, factores como el enriquecimiento personal, la desconexión de la rutina, los estados anímicos positivos, la experimentación de novedades y la diversión, son beneficios del museo extrapolables al ámbito de las

galerías<sup>5</sup>. Creemos, asimismo, que la captación de nuevos públicos posee beneficios para la galería, incluso en el caso de que muchas de las interacciones se produzcan a un nivel muy bajo, pues, como apunta Hallahan, los públicos pasivos o inactivos “en algún momento pueden volverse esenciales para la organización” (en Mínguez, 2005, 142). En opinión de Díaz, las galerías son cada vez más proclives a incluir una programación educativa, lo que les permite proyectar una imagen positiva y “destruir el muro invisible que hay entre la galería y el público” (Díaz, 2017, 57).

Por otra parte, entre las aspiraciones que tiñen la contemporaneidad artística existe un deseo, no siempre expresado, de buscar una relación de interacción con el espectador, aunque sea desde la provocación, el desafío conceptual o la discrepancia ideológica. Autores como Felshin (2001), o Rodrigo (2011), consideran que cuando se establecen relaciones entre educación, cultura y prácticas democráticas surgen oportunidades para el cambio social, mientras que De la Calle y Huerta (2008) aprecian que en la zona de encuentro entre el placer y el aprendizaje es donde se insertan los nuevos planteamientos expositivos y didácticos de los museos. Las galerías, como entidades privadas, de pequeño tamaño, dinámicas en lo que a renovación de fondos se refiere, alejadas de compromisos institucionales y en contacto directo con los artistas, tal vez sean un entorno idóneo para el aprendizaje y la dinamización social.

### **3. Galerías de arte**

Según Díaz, “una galería de arte comercial es una empresa cultural en cuyo establecimiento se exhiben, promocionan y venden obras de arte [...]. Su función es la gestión cultural y económica a la vez. La galería es un negocio, su finalidad es la rentabilidad económica” (Díaz, 2017, 43). Además, las galerías de arte contemporáneo cumplen un papel artísticamente relevante por el apoyo que ofrecen a los artistas con los que trabajan, facilitando su producción, la conexión de sus obras con un público potencialmente interesado y la difusión de las mismas, aunque no a un nivel de divulgación, sino dentro de sus propios circuitos (Hernández, 2003). Los fondos que exhiben están en permanente renovación, lo que contribuye a hacer de ellas entornos artísticos vivos, aspecto que guarda cierta relación con el papel clave de las exposiciones temporales de los museos. Sin duda, éstas constituyen elementos esenciales de atracción de público, aunque algunos autores alerten, ante la obsesión por los resultados cuantitativos, del peligro de una actividad más bien irreflexiva, inscrita en un modelo de consumismo cultural (Rico, 2002, De la Villa, 2003, y Puiggrós, 2005).

Las galerías, en España, reúnen una serie de características prototípicas: generalmente, se ubican en locales de pequeño tamaño o tamaño medio, son empresas familiares que cuentan con una plantilla reducida, en la que el director aúna las funciones de marchante y comisario, y se suelen ubicar en grandes núcleos de población, donde hay presencia de turismo. Debido a las limitaciones de espacio y de presupuesto, los montajes expositivos son austeros, alejados de los criterios de la museografía didáctica (Santacana y Serrat, 2005). Por ello, podría decirse que existe

---

<sup>5</sup> En el mismo estudio también se mencionan aspectos negativos, como el cansancio, el aburrimiento, la densidad, las aglomeraciones o la exigencia intelectual. Los factores relacionados con la masificación de personas no tendrían incidencia en el ámbito que nos ocupa.

una cierta estética galerística, desnortamentada, casi ascética, cuyo máximo exponente sería el cubo blanco, pretendidamente aséptico pero cargado de connotaciones sacralizantes y poseedor de un aura de “elitismo social” (O’Doherty, 2011, 71). No obstante, coincidimos con Fontal en que, pese a sus limitaciones, todos los espacios pueden considerarse educativos, pues siempre poseen “una mínima intencionalidad, aunque no sea de manera consciente” (Fontal, 2005, 283). En el caso de las galerías de arte contemporáneo, esta intencionalidad, que intuimos levemente pedagógica, funciona a nivel de sugerencia, lo que se refleja no sólo en la exposición de obra, sino en las publicaciones: notas de prensa, folletos y catálogos, que son elaborados en torno a las distintas exposiciones<sup>6</sup>.

Entre las potencialidades de la galería como espacio artístico podríamos mencionar el contacto directo con los artistas, con lo que ello conlleva por la posibilidad de interlocución entre los creadores y el público, la predisposición del personal de la galería para ayudar al visitante, la constante renovación de los fondos, la gratuitidad de la visita, las publicaciones y la preocupación por la proyección nacional e internacional de sus artistas, donde cobra gran importancia la asistencia a ferias y las propuestas de compra a instituciones, hasta el punto que, según González (2001), uno de sus objetivos fundamentales es abrirse a nuevos mercados. En opinión de Hernández, su concepción como tienda también facilita el acceso (2003). No obstante, en este estudio se considera que las galerías, al hallarse fuera de los circuitos de ocio cultural masivo, atraen a un tipo de público muy concreto, distinto del que eventualmente acude a los museos como parte de los recorridos diseñados por los turoperadores.

Entre las debilidades, puede mencionarse que las galerías de arte ostentan bajos porcentajes de actividad económica en relación con otros sectores comerciales, están sometidas a una elevada fiscalidad, una de las más altas de Europa, y se concentran en las áreas urbanas de las principales ciudades. Además, no reclaman el acceso del público, a lo que se suma lo limitado de sus acciones de difusión y tal vez una falta de definición de objetivos, funciones y características distintivas en un sentido más ambicioso o alejado de su papel tradicional, para tratar de captar a un público amplio. También se considera un gran inconveniente el escaso reconocimiento de la función que desempeñan en la promoción y difusión de las artes, cuando algunas galerías de nuestro país han tenido un papel histórico en la trayectoria de grandes artistas, han introducido y dado a conocer las corrientes artísticas internacionales y desarrollan una estratégica labor de mediación, como agentes culturales, entre los artistas y las instituciones<sup>7</sup>.

Tal vez ahora, y por la particular situación de crisis que estamos viviendo, así como por la existencia de una masa de población, fundamentalmente joven, que manifiesta actitudes de participación, inquietudes culturales y trata de conquistar nuevos espacios de ocio y relación social, nos encontramos en un momento idóneo para una reorientación del modelo tradicional de galería. Desde un punto de vista sociológico, la aceleración del ritmo de vida parece conllevar una tendencia inercial de aumento de la actividad durante el tiempo de ocio, bien como reflejo del consumismo y el apresuramiento actual (Setién y López, en Águila, 2005), bien como forma de contrarrestar el sentimiento de pérdida de oportunidades en una sociedad

<sup>6</sup> Algunas de ellas incluso realizan publicaciones periódicas, por lo que tienen una línea editorial propia.

<sup>7</sup> Recientemente se ha publicado la interesante biografía de la galerista Soledad Lorenzo, escrita por Antonio Lucas y Mariano Navarro, que ilustra esta labor.

competitiva (Rosa, 2011). Al modelo de ocio apresurado, generalmente activo, consumista, evasivo e irreflexivo, se opone una visión comprensiva y escrutadora del panorama circundante, donde la experiencia estética nos puede “hacer vivir otros mundos posibles”, tomar conciencia del estado de contingencia típicamente posmoderno, experimentando la libertad como oscilación entre el extrañamiento y la pertenencia (Vattimo, 1994, 86).

#### 4. Metodología de investigación

Inicialmente, decidimos centrarnos en buscar galerías con una programación didáctica en Gran Bretaña y Alemania, pues creímos que, por la madurez del tejido cultural de ambos países, en ellos encontraríamos entidades que ya trabajaban en la dirección que nos habíamos marcado. Además, teníamos la ventaja de poder acceder a plataformas y guías desde las que partir, como *Engage*, *Galleryguide Europe*, *Kunst* y *Galerien Berlin-Mitte*<sup>8</sup>.

La metodología utilizada fue principalmente cuantitativa, aunque los datos se enriquecieron a través de un estudio cualitativo de elementos emergentes considerados de interés en el transcurso del proceso de indagación. Desde la perspectiva cuantitativa, pretendíamos encontrar galerías de arte contemporáneo que ofreciesen actividades didácticas en su programación y que guardasen cierta semejanza con las galerías españolas, es decir, pequeñas y medianas empresas, con funciones de exhibición, difusión y venta de obra de arte actual, lideradas por un director y preferiblemente situadas en núcleos urbanos. Para ello, hicimos uso de diferentes instrumentos destinados a registrar los datos de manera sistemática y ordenada. A continuación pasamos a exponer, de manera breve, cada uno ellos y los resultados más relevantes que arrojó su utilización:

- a) Ficha. Con este instrumento de diseño propio pretendíamos localizar las galerías que nos interesaban y descartar más rápidamente aquéllas irrelevantes para la investigación. Los requisitos eran los siguientes:
  - Tener página web.
  - Trabajar con el arte contemporáneo.
  - Tener una filosofía y un funcionamiento similares a los de las galerías nacionales.
  - Ofrecer acciones didácticas con una programación regular, variada y abierta a distintos públicos (público potencial y público en formación).

Gracias a la utilización intensiva de este instrumento, pudimos hacer acopio de un gran volumen de datos y centrarnos en los ejemplos significativos (Fig. 1).

---

<sup>8</sup> *Engage* es la asociación nacional británica para la educación en la galería, [www engage org](http://www engage org). En ella encontramos todas las galerías, museos y espacios de arte que incluyen la educación artística en su programación. *Galleryguide Europa* es una guía con todos los espacios de arte que forman parte del circuito artístico de Europa. *Kunst* es una guía centrada en galerías y centros de arte de Berlín, mientras que *Galerie Berlin Mitte* se centra solo en los espacios de arte de dicho barrio.

<b>Nombre de la Galería</b>	
<b>Datos y Filosofía de la Galería</b>	
<b>¿Posee departamento didáctico?</b>	
<b>¿Realiza acciones didácticas?</b>	
<b>Tipo de actividad</b>	
<b>Público al que se dirige</b>	

Figura 1. Ficha-modelo para la recogida de información.

- b) Entrevista. A través de este instrumento, pretendíamos saber si las galerías españolas seleccionadas, en Barcelona, San Sebastián, Pontevedra, Alicante, Valencia y Sevilla, habían realizado acciones didácticas. Además, queríamos sopesar la opinión y valoración de los galeristas ante una posible transferencia de las experiencias llevadas a cabo en otros países y en el ámbito de los museos. Asimismo, perseguíamos detectar si percibían aspectos negativos y ponderar la repercusión que, a su juicio, podía tener para el artista y para el coleccionista la adopción de un planteamiento didáctico (Fig. 2). La encuesta arrojó una visión receptiva hacia los planteamientos didácticos en la muestra de galerías españolas.

Pregunta 1. ¿Desarrollan acciones educativas en su galería?  
 Pregunta 2. ¿Han diseñado materiales didácticos para alguna de sus exposiciones?  
 Pregunta 3. ¿Consideran factible y oportuno hacerlo, acercar el arte al público en general desde las galerías?  
 Pregunta 4. ¿Considera que la acción didáctica de las galerías podría afectar de manera positiva al coleccionismo? , ¿por qué?  
 Pregunta 5. ¿Y a los propios artistas? , ¿por qué?  
 Pregunta 6. ¿Qué puntos negativos puede traer este acercamiento?  
 Pregunta 7. ¿Conocen alguna experiencia educativa en alguna galería nacional o de otros países?

Figura 2. Entrevista realizada a galeristas españoles.

- c) Cuestionario. Las preguntas que conformaban el cuestionario tenían relación directa con el estudio de las páginas web. Estas preguntas pretendían conocer si, a juicio de los propios galeristas, las actividades didácticas repercuten en la galería, y en caso afirmativo, perfilar cómo lo hacen. El cuestionario no arrojó datos, por lo que pudimos corroborar la percepción de Díaz sobre las galerías como “un negocio poco regulado, nada transparente y de difícil acceso” (Díaz, 2017, 29) y fue necesario recurrir a un estudio de caso en profundidad.
- d) Estudio de caso. Se seleccionó la galería Serpentine de Londres, con el fin de obtener un muestreo de variación máxima. Se trata de una institución cultural de gran tamaño, con una plantilla numerosa y muy especializada, que

produce eventos de manera regular en paralelo con su actividad expositiva. Estas características hacen que sea diferente de las galerías nacionales. No obstante, a través de un análisis crítico documental de fuentes primarias y secundarias, pudimos constatar que las ideas que sustentan su oferta didáctica son semejantes a las observadas en instituciones más modestas.

## 5. Investigación

Como hemos visto, para comprobar si es o no factible abrir el espacio galerístico nacional a un público menos especializado, resultaba necesario realizar un estudio de galerías internacionales. Las galerías interesantes para nosotros eran aquéllas dedicadas al arte contemporáneo que ya realizan acciones educativas en su espacio. Inicialmente, encontramos 709 galerías en Gran Bretaña (666 en la página web de Engage y 43 en Galleryguide Europe). Tras un primer análisis, la relación de galerías de Gran Bretaña que resultaban interesantes para nuestra investigación se redujo a 45. Realizado un estudio exhaustivo, pudimos comprobar que no todas ellas eran galerías de arte contemporáneo ni ofrecían actividades en sus programaciones, por ello, la lista se redujo a 33 espacios. Tras una nueva selección, volvimos a reducir la muestra, al comprobar que algunas de las actividades ofertadas eran únicamente ciclos de cine y que ciertos espacios no se ajustaban del todo al perfil que estábamos buscando. Finalmente, las galerías que resultaban interesantes para el estudio se redujeron a 18 (Tabla 1) y de ellas seleccionamos 11 espacios, aquéllos que, por su programación educativa, consideramos más adecuados.

Galerías con acciones didácticas
Atkinson Gallery – Millfield Arts Project
Bay Art Gallery
Black Swan Arts
Bury St Edmunds Art Gallery
Chapel Gallery
Chisenhale Gallery
Edimburgo-Printmakers
Ffotogallery
Gasworks
Northern Gallery for Contemporary Art
October Gallery
Oriel Canfas Gallery
Oriel Davies Gallery
Photographers' Gallery
Project Ability
The Changing Room Stirling's Contemporary
Serpentine Gallery
Turnpike Gallery

Tabla 1. Relación de galerías británicas con acciones didácticas.

De manera similar, seleccionamos dos galerías para su estudio en Alemania (Galería Siguaraya y Haus am Waldsee, ambas en Berlín), que en este artículo, por motivos de extensión, dejaremos al margen para centrarnos en el contexto británico.

### 5.1. Acciones didácticas en galerías de Gran Bretaña

Las galerías que cumplen los indicadores citados anteriormente son once. Sus nombres son: Bay art Gallery (Gales), Black Swan Arts (Londres), The Changing Room Stirling's Contemporany (Escocia), Chapel Gallery (Londres), Chisenhale Gallery (Escocia), Ffotogallery (Escocia), Northern Gallery for Contemporary Art (Gales), October Gallery (Londres), Oriel Davies Gallery (Gales), Photographers' gallery (Londres) y, por último, Serpentine Gallery (Londres). Como se ha indicado con anterioridad, este último centro difiere de la tipología de las galerías españolas, principalmente por sus dimensiones, pero fue incluido en el estudio por considerarla una galería pionera y un referente a tener en cuenta debido a la preocupación que manifiesta por el público.

En estas galerías encontramos una gran variedad de actividades, predominando los talleres (de dibujo, de artista, de experimentación, de cine y talleres interdisciplinares), las visitas guiadas a las exposiciones, las charlas, los seminarios de arte y los cursos de fotografía. Todas estas propuestas se destinan a público general: niños, familias, adultos, profesores, escuelas y universidades. A continuación destacamos algunas de las actividades que se realizan en distintas galerías y que proporcionan una muestra de su forma de trabajo, así como una sucinta descripción de las características más importantes de cada uno de ellos.

Black Swan Arts (Londres), cuenta con una trayectoria artística y didáctica prolongada. En los años ochenta fue un centro de arte, surgido de la iniciativa particular, cuyo objetivo era hacer frente a los altos índices de paro, crear un lugar de encuentro para los jóvenes y proporcionar espacios de trabajo y exhibición asequibles para artistas y artesanos emergentes. En la actualidad reúne varios espacios, repartidos en diferentes edificios, que forman un conjunto orgánico: galería, estudios artísticos, cafetería, tienda y un espacio al aire libre. Se financia a través de la venta de obra, ventas en tienda y también a través del apoyo económico de voluntarios. De sus actividades didácticas destacamos sus talleres destinados a niños, planteados como un juego entre diferentes disciplinas. Todas sus actividades son impartidas por artistas y artesanos locales en una sala específica de la galería. La institución proporciona los materiales necesarios para su desarrollo.

Chisenhale Gallery (Londres) cuenta con una gran superficie en un antiguo edificio industrial. Éste se divide en distintos espacios: galería, un espacio dedicado a la danza y otro a las artes plásticas. También tiene una larga trayectoria, de más de treinta años, y desde sus inicios centró su actividad en promocionar a artistas emergentes o poco representados, manteniendo un espíritu un tanto alejado de las convenciones, pues persigue una interrelación entre disciplinas artísticas que pueda originar ideas novedosas. Además, busca una internacionalización de sus actividades a través de la colaboración con artistas y entidades foráneas. Se sostiene con los ingresos que genera a través de las ventas y con el apoyo privado, aunque también acude a convocatorias públicas para captar fondos. Destacamos su proyecto *Hélice*, destinado a un público joven, que consiste en la realización de talleres y visitas a

otras galerías en colaboración con artistas. En estas actividades, los participantes aprenden, disfrutan y sienten el arte de mano de los creadores (Fig.3).



Figura 3. Actividad en Chisenhale Gallery.. Recuperado de [http://www.chisenhale.org.uk/education/workshops\\_event.php?id=149](http://www.chisenhale.org.uk/education/workshops_event.php?id=149)

Ffotogallery (Gales), es una entidad centrada en la exhibición y difusión de la fotografía. Su origen se remonta a finales del siglo XIX y se debe a la iniciativa de un coleccionista. Como en los casos anteriores, dispone de varios espacios de trabajo y exhibición. En cuanto a su labor didáctica, destaca por sus cursos de fotografía impartidos por artistas. Estos cursos o talleres van desde introducción a la fotografía, hasta fotografía en blanco y negro, fotografía documental y también medios digitales. Los cursos están abiertos a cualquier persona, tanto jóvenes como adultos. Plantean actividades y proyectos para familias, colegios, universidades y grupos de profesores. En la actualidad, esta entidad está tratando de expandir su actividad a través de exposiciones itinerantes, mediante la colaboración con otros centros y a través de su programa educativo. A diferencia de los dos ejemplos anteriores, su sostenimiento depende mayoritariamente de fondos públicos.

La galería Northern Gallery for Contemporary Art (Gales), que abrió al público en el año 1995 como una extensión de la biblioteca y el centro de arte local, centra su actividad expositiva en mostrar la obra de artistas emergentes, aunque también exhibe el trabajo de autores consagrados. En cuanto a su actividad didáctica, sus propuestas están dirigidas a todos los públicos: centros educativos de todos los niveles, familias y público general. De su abundante oferta de visitas, charlas, encuentros, excursiones y talleres, resaltamos las actividades libres que se llevan a cabo en *El Salón*, un lugar donde los participantes disfrutan, juegan, experimentan y desarrollan la creatividad a través de la creación artística. Lo interesante de esta propuesta es que está a disposición de todos los públicos, es gratuita y no tiene límite de tiempo. Las obras creadas por el público se exponen en la misma sala.

Otra galería con programaciones abiertas y pensadas para un público amplio es October Gallery (Londres), fundada a finales de los setenta, y en la que destacan sus talleres de serigrafía impartidos por artistas, tanto de la galería como invitados.

Las actividades se adaptan a todos los públicos: niños, adultos, familias y centros educativos, y se realizan tanto dentro como fuera de su espacio (Fig. 4). Dispone de salas de exposición, una sala polivalente, biblioteca-sala de conferencias y un patio al aire libre, y se financia principalmente a través de las ventas y el alquiler de espacios.

Oriel Davies Gallery (Gales) es una galería pública, fundada en 1982. Dispone de amplios espacios de exposición, cafetería, tienda y espacio para realizar talleres, además de una zona al aire libre que se utiliza tanto para la exhibición de obra como para el descanso de los visitantes. De su programación, llama la atención la actividad que permite a los asistentes aprender cómo es el montaje de una exposición y en qué consiste el trabajo de comisariado. Esta propuesta, destinada a jóvenes, acerca al visitante al arte contemporáneo involucrándolo plenamente, como partícipe de cada fase del montaje.



Figura 4. Actividad en October Gallery. Recuperado de <http://20bedfordway.com/news/things-to-do-in-bloomsbury/>

En cuanto a Serpentine Gallery (Londres), se trata de una entidad privada, creada por el Consejo de las Artes de Gran Bretaña. Se inauguró en el año 1970, teniendo su primera sede en una casa de té, en Hyde Park. Con el tiempo, su actividad se ha ido intensificando y sus instalaciones han crecido. Actualmente, tiene dos edificios principales, Serpentine Gallery (integrado por el edificio histórico, que se ha ampliado con un anexo futurista de la arquitecta Zaha Hadid) y Serpentine Sackler Gallery. A estos espacios se suma una construcción temporal, a modo de pabellón efímero, proyectada por un arquitecto relevante del panorama internacional. En conjunto, la institución dispone de espacios destinados a la exposición de obra, espacios para realizar los talleres y encuentros que lleva a cabo y otros exclusivamente dedicados al descanso y la socialización de los visitantes, además de las instalaciones funcionales que precisa. De la infinidad de actividades que integran su programación, destacamos los *Domingos familiares*, que son talleres que se centran en un tema concreto que va cambiando cada semana, inspirándose en las exposiciones que en ese momento pueden verse en la galería. Otra propuesta interesante es el programa

de *Intercambio de habilidades y transformación urbana*, una residencia artística cuyo objetivo es generar dinámicas de cambio social que integren a las personas ancianas y aprovechen sus conocimientos. También destacamos los *maratones temáticos*, encuentros multidisciplinares donde se unen el público y profesionales destacados de diferentes ámbitos, para tratar asuntos de relevancia social y cultural, y que funcionan como congresos informales, intensivos y abiertos a la participación de todo el que quiera intervenir. En estos encuentros se da una aproximación entre disciplinas en apariencia dispares (arte, ciencia, naturaleza, memoria, filosofía, tecnología, política) y se intenta involucrar a personas de distinta procedencia, edad y nivel cultural.

Entre las líneas de actuación de la galería Serpentine aflora también una acusada preocupación por el comisariado, de forma que son numerosos los artistas que comisarían sus propias exposiciones o las de otros, haciendo partícipes a los visitantes de los planteamientos museológicos que, en última instancia, definen el estatus de las obras arte<sup>9</sup>. Es lo que O'Doherty percibe, a partir de los setenta, como un deslizamiento del papel transformador del artista hacia el público, “en una especie de «decreación» que incita al espectador a intervenir en su sistema de creación artística”, conectando arte y vida (O'Doherty, 2011, 92). Por último, la galería cuenta con una sofisticada web en la que el usuario puede interactuar con un asistente virtual que registra su patrón de navegación para adaptar su oferta y, posiblemente, con el objetivo de realizar una mejor segmentación de público y detectar tendencias sociales emergentes.

## 6. Aportaciones y conclusiones del estudio

Nuestro estudio nos ha permitido no sólo conocer qué se está haciendo en las galerías de Gran Bretaña, desde el punto de vista didáctico, sino también aproximarnos a estos espacios y determinar qué rasgos los diferencian de las galerías de nuestro país, perfilando un posible camino para la evolución de las mismas. También, hemos podido establecer una categorización institucional. De este modo, definimos cuatro tipos de galerías: el primero sería el espacio privado que expone y comercia con obra de artistas actuales, el segundo, el espacio privado financiado a través de venta de obras artísticas, pero apoyado por donaciones, el tercer tipo, la galería pública sin ánimo de lucro, normalmente de mayores dimensiones, con tienda y cafetería, y financiada por entidades a través de donaciones, y el cuarto tipo, el espacio expositivo que forma parte de las universidades. Como vemos, cada una de estas tipologías exhibe una modalidad de financiación distinta, pero ello no impide que se busquen otras vías para lograr ingresos, como el alquiler de espacios, la captación de subvenciones, los ingresos a través de ventas en tienda y cafetería, o la organización de eventos, todas ellas prácticas habituales en museos e instituciones culturales.

En España, desde hace unos años, comienzan a coexistir espacios privados que muestran y venden obras de arte actual con otros que además disponen de cafetería y tienda donde venden reproducciones, obra original y artículos relacionados, como revistas especializadas y objetos artísticos (Miscelánea en Barcelona, La

---

<sup>9</sup> Un caso paradigmático sería el de la exposición de Haim Steinbach, en 2014, comisariada por Emma Enderby y en la que el público visitante podía intervenir.

fiabrera en Madrid). A través de ellos, podemos ver cómo algunas galerías están ampliando su campo de acción y generando una oferta complementaria a la visita de exposiciones. Observamos también, en un estudio anterior (Marín, 2010), cómo los propios galeristas ven en este nuevo modelo (exposición + venta + didáctica) un camino adecuado y necesario que poco a poco va extendiéndose. Como ejemplos, podemos citar Arteko en San Sebastián y Aleph en Ciudad Real.

Por lo que se refiere al estudio realizado sobre las galerías británicas, de él emergen algunos rasgos interesantes. Un aspecto llamativo es que las galerías que desarrollan una labor didáctica son instituciones maduras, con varias décadas de trayectoria. Realizando un análisis cronológico, vemos que la fundación de la mayoría de ellas tiene lugar en un periodo que abarca desde comienzos de los setenta hasta mediados de los ochenta, lo que coincide con una época marcada por el paro y la conflictividad social en el Reino Unido. En esos mismos años, en el mundo del arte internacional, se observa un cuestionamiento del concepto de obra como objeto (de consumo) y, en consecuencia, de la galería como lugar en el que exhibir tales objetos (para su venta); pensemos en la estética banal del Povera o en la fría modulación del Minimal, en los sesenta, o en la incommensurabilidad del Land Art y en la culminación procesual del Arte Conceptual de los setenta (Ferrier, 1993). La relación entre el arte y el mercado se vuelve problemática y, en ese contexto, la galería se convierte en “un espacio-gueto, un recinto de supervivencia”, que sirve para “preservar la posibilidad del arte”, pero que, al mismo tiempo, lo hace difícil (O’Doherty, 2011,75). Indudablemente, factores como el clima social y cultural actuaron como agentes modeladores de estas galerías, de modo que muchas de ellas se erigen como instituciones privadas, presididas desde su origen por una actitud activista, experimental o, al menos, de servicio a la comunidad, lo que trasciende su función puramente comercial<sup>10</sup>.

Al intentar resultar organismos relevantes para las comunidades en las que se insertan, las galerías británicas seleccionadas se han centrado en el aprovechamiento de sus principales recursos y de los rasgos diferenciales que poseen frente a otros entornos artísticos, como los museos. En nuestra opinión, estos aspectos diferenciales son la actividad expositiva, tremadamente dinámica y ligada a las últimas tendencias, y la relación, con frecuencia estrecha, con los artistas con los que trabajan. Su oferta didáctica, además, tiende a buscar relaciones horizontales, creando un clima de colaboración entre los visitantes y los creadores a los que representan. Todo ello en un ambiente acogedor y de cercanía, lo que sin duda es más fácil de lograr en una entidad de pequeño tamaño, o tamaño medio, en la que las personas se conocen y mantienen largas y provechosas colaboraciones a lo largo de años, que en el entorno de los museos, generalmente más institucionalizado. La estructura y organización de las actividades es similar, pero más flexible, y se caracteriza por su economía de medios. Algunas de las acciones requieren escasa planificación para el público, presentándose como una invitación a la que el visitante puede sumarse en el momento. Entre las actividades y propuestas que se han registrado, podemos mencionar las charlas, foros, encuentros (temáticos o multidisciplinares), proyecciones, seminarios de arte, cursos sobre arte y técnicas artísticas, talleres, talleres de artista, visitas guiadas y excursiones. La metodología de trabajo se basa en la experiencia, el descubrimiento y la reflexión crítica, generalmente compartida.

<sup>10</sup> En España, el concepto de fundación privada y las “obras sociales” de los bancos y cajas parten de presupuestos similares.

Otro rasgo interesante es que la oferta tiende a desbordar los límites físicos de las galerías, de modo que pueden producir eventos expositivos dentro y fuera de su sede, a veces en forma de exposiciones itinerantes, y actividades didácticas en su propio espacio, pero también fuera de él (bajo demanda). Por último, resulta destacable el hecho de que parte de sus actividades se centren en las visitas a otros espacios, incluidas otras galerías o estudios de artistas, lo que tiende a crear y consolidar redes de trabajo muy flexibles y a generar una oferta completa, dirigida a todo tipo de público. En este sentido, se percibe un afán por mostrar el mundo del arte a todas las personas y desde múltiples lugares. Incluso, se promueve una visión “casi desde dentro” de la galería, lo que, desde nuestro punto de vista, alcanza su máxima expresión en las actividades de comisariado compartido, que intencionadamente buscan la mirada cómplice del espectador.

Para que esta notable capacidad de adaptación sea posible, existen otros factores imprescindibles, como el alto grado de profesionalización y de especialización que poseen las plantillas, y la ampliación, casi orgánica, del espacio útil del que disponen. Esto último constituye una diferencia notable con respecto a las galerías que desempeñan una labor exclusivamente comercial, pues la existencia de una programación paralela implica la necesidad de espacios de socialización, si bien no pensamos que se trate de una relación causa efecto; sino, más bien al contrario, de la materialización de una necesidad primaria, inscrita en la historia de estas entidades desde su primera andadura, necesidad a la que se han ido plegando como organismos casi mutantes, que solapan unas actividades con otras, transformándose y reinventándose continuamente. Para finalizar esta reflexión sobre el espacio, tal vez la expresión última de esta expansividad sea la proliferación de plataformas virtuales interactivas, las cuales contribuyen a diluir aún más los límites. Precisamente por su filosofía abierta, invitadora, la oferta didáctica de las galerías se orienta de manera clara a fomentar la creatividad, desarrollar el pensamiento crítico y explorar nuevas formas de mirar y reflexionar sobre la existencia, con el fin de que el público se sienta invitado a participar de distintos modos. En palabras de Obrist, codirector de Serpentine “queremos acercar el arte a aquellos visitantes que normalmente no vendrían a una galería de arte” (Obrist, 2012). En última instancia, se pretende una fidelización de visitantes y la formación de nuevo público, con lo que ello conlleva de transformación personal y social. De la educación galerística destacamos la mirada múltiple, secuencial, cambiante y rápida, no revestida de grandes aspiraciones, escasamente reflexiva sobre su papel institucional, que no social, exenta de cualquier compromiso discursivo, y materializada en un espacio totalmente híbrido, donde se entrelazan los aspectos culturales y educativos con las aspiraciones comerciales y, por qué no, con el consumismo más sibilino.

## Referencias

- Águila, C. (2005). Del ocio y la posmodernidad. *Apunts. Educación Física y Deportes*, vol. 1, núm. 79, 101-106.
- Antúnez, N. Ávila, N. y Zapatero, D. (Eds.) (2008). *El arte contemporáneo en la educación artística*. Madrid: Eneida.
- Ardenne, P. (2006). *Un arte contextual. Creación artística en medio urbano, en situación, de intervención, de participación*. Murcia: Cendeac.

- Belda, C. y Marín, M. T. (2006). *La museología y la Historia del Arte*. Murcia: Universidad de Murcia.
- Colomer, J. (2011). La gestión de públicos culturales en una sociedad tecnológica. *Periférica Internacional*, 12. Recuperado de <http://revistas.uca.es/index.php/periferica/article/view/1645>
- De la Calle, R. y Huerta, R. (2007). *Espacios estimulantes. Museos y educación artística*. Valencia: Universidad de Valencia.
- De la Calle, R. y Huerta, R. (2008). *Mentes sensibles. Investigar en educación y en museos*. Valencia: Universidad de Valencia.
- De la Villa, R. (2003). *Guía de arte hoy*. Madrid: Tecnos.
- Del Río, V. y Fernández, O. (2007). *Estrategias críticas para una práctica educativa en el arte contemporáneo*. Valladolid: Museo Pario Herreriano.
- Díaz, C. (2017). *La gestión de las galerías de arte*. Madrid: AECID.
- Felshin, N. (2001). ¿Pero esto es arte? El espíritu del arte como activismo. En Blanco, P., *Modos de hacer. Arte crítico, esfera pública y acción directa* (73-94). Salamanca: Universidad de Salamanca.
- Ferrier, J. L. (1993). *El arte del siglo XX, 1970-1979*. Estella: Salvat.
- Fontal, O. (2005). *Proyecto docente para la titularidad de Universidad de Didáctica de la expresión plástica*. Material inédito.
- Gómez, R. (2003). El museo: espacio creativo. *Revista Icono* 14, 2, 1-19.
- González, J. (Coord.) (2001). *La esencia del arte: dialéctica de lo contemporáneo. 12 conferencias. Arte contemporáneo, análisis y reflexión*. Sevilla: Colegio Oficial de Doctores y Licenciados en Bellas Artes de Andalucía.
- Gutiérrez-Párraga, T. (2008). La necesidad pedagógica del arte contemporáneo. En Antunez, N., Ávila, N. & Zapatero, D. (Eds.), *El arte contemporáneo como recurso didáctico para la educación en las artes visuales* (pp. 7- 11). Madrid: Eneida.
- Hernández, H. F. (2003). *El museo como espacio de comunicación*. Gijón: Trea.
- Laboratorio Permanente de Público de Museos (2012). *Conociendo a todos los públicos. ¿Qué imágenes se asocian a los museos?*. Recuperado de <https://sede.educacion.gob.es/publiventa/conociendo-a-todos-los-publicos-que-imagenes-se-asocian-a-los-museos/museos/14315C>
- Lucas, A. y Navarro, M. (2012). *Soledad Lorenzo. Una vida con el arte*. Madrid: Exit.
- Lyotard, J. F. (1989). *La condición postmoderna*. Madrid: Cátedra.
- Marín, L. (2010). Nuevas propuestas educativas: Educación galerística. *Arteterapia: papeles de arteterapia y educación artística para la inclusión social*, 5, 179-187.
- Mínguez, M. I. (2005). *El concepto de público en las relaciones públicas: críticas a la visión tradicional de los públicos y tendencias actuales*. Ponencia presentada en el II Congreso internacional de investigadores en relaciones públicas, Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla. Recuperado de <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/39182>
- Obrist, H. U. (21 de agosto de 2012). Entrevista a Hans-Ulrich Obrist por Marek Claaseen [documento en un blog]. Recuperado de [http://blogs.fad.unam.mx/academicos/patricia\\_vazquez/?p=154](http://blogs.fad.unam.mx/academicos/patricia_vazquez/?p=154)
- O'Doherty, B. (2011). *Dentro del cubo blanco. La ideología del espacio expositivo*. Murcia: CENDEAC.
- Padró, C. (1995). ¿Lecciones o preguntas? La relación entre el visitante y el proceso expositivo en la Museología estadounidense contemporánea. *Revista de Museología*, 6, 19-22.

- Pérez Valencia, P. (2007). *La insurrección expositiva. Cuando el montaje de exposiciones es creativo y divertido. Cuando la exposición se convierte en una herramienta subversiva.* Gijón: Trea.
- Puiggrós, E. (2005). *Los museos para el público, un público para los museos.* Gerona: Universidad de Gerona.
- Rico, J. C. (2002). *¿Por qué no vienen a los museos? Historia de un fracaso.* Madrid: Sílex.
- Rodrigo, J. (2011). Políticas de colaboración y prácticas culturales: redimensionar el trabajo de arte colaborativo y las pedagogías. *Inmersiones 2010.* Proyecto Amarika y Diputación Foral de Álava, Vitoria-Gasteiz, 230-249. Recuperado de: <http://www.inmersiones10.net/presentacion.html>
- Rosa, H. (2011). Aceleración social: consecuencias éticas y políticas de una sociedad de alta velocidad desincronizada. *Persona y sociedad*, vol. 25, núm. 1, 9-49.
- Santacana, J. y Serrat, N. (2005). *Museografía didáctica.* Barcelona: Ariel.
- Smith, T. (2012). *¿Qué es el arte contemporáneo?* Buenos Aires: Siglo Veintiuno.
- Subdirección General de Estadística y Estudios (2015). *Encuesta de hábitos y prácticas culturales en España, 2014-2015. Síntesis de resultados.* Recuperado de <http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/cultura/mc/ehc/2014-2015/presentacion.html>
- Vattimo, G. (1994). *La sociedad transparente.* Barcelona: Paidós.
- Zubiazur, F. J. (2004). *Curso de museología.* Gijón: Trea.