

CREATIVIDAD = CAPITAL
SEGUNDO ENCUENTRO DE ARTE,
TRABAJO Y ECONOMÍA
2012

Esta publicación cuenta con el apoyo de:



Ministerio
de **Cultura y**
Patrimonio

Rafael Correa Delgado
**Presidente Constitucional de la República
del Ecuador**

Francisco Velasco Andrade
Ministro de Cultura y Patrimonio

Jorge Luis Serrano Salgado
**Viceministro de Cultura
y Patrimonio**

Daniela Fuentes Moncada
**Subsecretaria Técnica de
Emprendimientos Culturales**

Carla Endara Aguilar
**Directora de Emprendimientos e Industria
Editorial (e)**

**Fondo
Editorial**
Ministerio de Cultura del Ecuador

Edwin Andino Álvarez, Adriana Grijalva Cobo
Dirección de Emprendimientos e
Industria Editorial
Corrección de textos

Carla Endara, Carolina Corral
**Dirección de Diseño y Artes Aplicadas
Diseño y diagramación**

Impresión: Imprenta Mariscal

© 2013, de la primera edición,
FLACSO – Ministerio de Cultura y Patrimonio
del Ecuador

Quito, Ecuador

El encuentro de arte, trabajo y economía es un
proyecto de:

ARTE ACTUAL – FLACSO ECUADOR

La Pradera E7-174 y Av. Diego de Almagro
Quito – Ecuador
Pbx: +593-2-3238888 ext.2040
arteactual@flacso.org.ec
www.arteactual.ec

Juan Ponce
Director FLACSO

Marcelo Aguirre
Coordinador Espacio Arte Actual

María José Salazar
Asistente Arte Actual

Paulina León
**Coordinadora del Encuentro de Arte,
Trabajo y Economía**

Paola de la Vega
Coordinadora de la Botica de Proyectos

Gabriela Montalvo
Metodología del taller

María del Carmen Carrión
Asesoría de las Mesas Redondas

Francisco Suárez
Fotografía

ÍNDICE

10 MEMORIAS DEL SEGUNDO ENCUENTRO IBEROAMERICANO DE ARTE, TRABAJO Y ECONOMÍA, CREATIVIDAD = CAPITAL / Paulina León

17 MESAS REDONDAS

19 MESA REDONDA 1: CREATIVIDAD = CAPITAL

22 • INTRODUCCIÓN A LA ECUACIÓN “CREATIVIDAD = CAPITAL” / Christoph Baumann

24 • CREATIVIDAD = CAPITAL / Leonardo Wild

36 • EL ANUNCIADO DECLIVE DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y LA CREATIVIDAD INDIVIDUAL
/ Jaron Rowan

48 • ¿PARA QUIÉN CREAMOS? 20 PUNTOS PARA LA REFLEXIÓN / Fernando Vicario

59 MESA REDONDA 2: MODELOS DE GESTIÓN PARA LA PRODUCCIÓN DE PROYECTOS CULTURALES

62 • GIROS Y DEBATES ACTUALES EN TORNO A LA GESTIÓN CULTURAL / María Fernanda Cartagena

71 MESA TALLER 3: DEL MODELO CLÁSICO DEL MECENAZGO A LA INVERSIÓN ACTUAL: NUEVAS FORMAS DE PARTICIPACIÓN Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

72 • SERVICIO SOCIAL DEL COMERCIO: MISIÓN Y ACCIÓN / Mauricio Trindade da Silva

87 TALLER

- 90** • **TALLER DE TRABAJO ENTRE EMPRESARIOS, ARTISTAS Y SECTOR PÚBLICO** / Gabriela Montalvo Armas

97 BOTICA DE PROYECTOS. ESPACIO DE MEDIACIÓN Y GESTIÓN MÚLTIPLE

- 100** • **LA BOTICA DE PROYECTOS: UNA ESTRATEGIA PARA LA MEDIACIÓN Y GESTIÓN MÚLTIPLE**
/ Paola de la Vega

111 LOS PROYECTOS

- 112** • **Interruptor Fanzine**
- 116** • **Residencia y Laboratorio de Producción Artística**
- 120** • **La Ruta Mural**
- 124** • **Teatro de Bolsillo / Sono**
- 128** • **Periscopio**
- 132** • **Jornadas de Reflexión Vinculaciones posibles Arte e Infancia**
- 136** • **Nido de Vidrio (NV)**
- 140** • **Directorio de Artistas y Actores Culturales No Lugar**
- 144** • **Jardines Colgantes de Guapulonia**

149 REFLEXIONES, PAUTAS Y CONCLUSIONES

- 150** • **REFLEXIONES, PAUTAS Y CONCLUSIONES** / Paulina León - Paola de la Vega

157 BIOGRAFÍAS



TALLER





TALLER DE TRABAJO ENTRE EMPRESARIOS, ARTISTAS Y SECTOR PÚBLICO.

Gabriela Montalvo Armas

Las discusiones, los textos, los conceptos y, más aún, los trabajos prácticos y las experiencias vivenciales que relacionan de forma explícita a la economía con el arte y la cultura son nuevos en nuestro país. Desde el año anterior, la FLACSO y específicamente Arte Actual, han hecho una de las primeras incursiones en este sentido.

La temática de este Segundo Encuentro de Arte, Trabajo y Economía, Creatividad=Capital, se propone revisar la posibilidad de que el arte y la creatividad generen, transmitan, produzcan y representen capital; mirar si las actividades y las prácticas artísticas y creativas son productivas en sentido económico.

En sentido marxista, esta “productividad” estaría dada por la capacidad de producir rentas, ganancias, y el elemento que señalaría si el trabajo realizado por los artistas, es o no productivo en sentido económico, consiste en el fin de su obra, así como en el momento en que recibe, o no, un pago por ella. Según esto, los artistas “libres”, es decir, aquellos que mantengan la propiedad sobre su trabajo y también sobre el contenido de su obra, serían improductivos, mientras que aquellos que realizaran sus obras “por encargo”, estarían respondiendo a la lógica del capital.

Las discusiones sobre si el trabajo artístico es productivo o no, y si sus productos, es decir, las obras de arte, son mercancías o no, continúan. Algunas corrientes de pensamiento afirman que es imposible que el arte y sus obras se inserten en el sistema económico capitalista, debido a la esencia misma del arte y la cultura. En el límite, el momento en que las prácticas artísticas y las expresiones culturales entran en el mercado, perderían su naturaleza y su valor, convirtiéndose en “simples” mercancías. Según otras corrientes, la capacidad creativa y sus posibles expresiones han sido tomadas ya por las lógicas productivas económicas, insertándose en el sistema capitalista de producción y reproducción de valor, ganancia y capital.

Pero más allá de estas discusiones teóricas, en este Encuentro se ha planteado la posibilidad de cooperación entre los sectores artístico y empresarial a través del enfoque de Responsabilidad Social Empresarial.

¿Qué parte de esta responsabilidad le corresponde a cada sector? ¿Cómo asumirla desde nuestro campo de acción? ¿Qué tipo de ganancia busca y genera nuestra actividad, como empresarios, como artistas? ¿A qué cosas se asignan valor desde nuestro espacio? ¿Por qué representan capital?

En un primer paso para resolver estas inquietudes, y como parte del trabajo de taller que contempla el Encuentro, hemos desarrollado una serie de ejercicios prácticos que permitan, primero, pensar y ver en qué estado está ahora mismo la relación entre empresas y artistas. Una especie de diagnóstico que señale, qué motive un acercamiento de unos a otros, qué factores hacen que se logre o no un acuerdo de cooperación, cómo se miran y qué percepción tienen unos de otros. En segundo lugar, está prevista la representación de encuentros entre los distintos actores, suponiendo momentos de negociación. Por último, viene un trabajo que permita ubicar los intereses y objetivos de las partes, los parámetros de selección, tanto para solicitar como para dar apoyo, la disposición de aporte y cooperación y otros elementos de propuesta.

De este modo, el taller, y todo el Encuentro, pretenden generar conocimiento entre las partes; entendimiento de la razón de ser del trabajo y la propuesta de cada una.

Metodología

Nota aclaratoria:

Los ejercicios desarrollados y las preguntas contenidas en los instrumentos metodológicos, fueron trabajados por los asistentes al evento, previamente inscritos para ello, provenientes del sector artístico, de las empresas privadas que participaron en el proceso de este Segundo Encuentro de Arte, Trabajo y Economía, así como las personas que en ese momento representaban a instituciones públicas convocadas. Estos ejercicios no equivalen a estudios estadísticos representativos y por ello no se utilizan cifras. Los resultados obtenidos brindan, sin embargo, una mirada general sobre las relaciones de cooperación entre los sectores citados.

Resultados de las matrices de trabajo

Para los ejercicios prácticos de este taller se diseñaron varias matrices que los distintos participantes, artistas, empresas y sector público, debieron llenar con información sobre los motivos de interés para dar/solicitar apoyo económico, niveles y mecanismos de formalización de acuerdos de auspicio o patrocinio, esquemas utilizados para la presentación/aprobación de propuestas, existencia y mecanismos de seguimiento y evaluación de los proyectos y sus resultados para las partes.

Entre los principales resultados de estos ejercicios están los siguientes:

Empresas

- Las empresas presentan interés mayormente en proyectos con una duración de mediano plazo, y prefieren apoyar las etapas de producción y difusión del proyecto.
- Buscan que la propuesta se dirija al target de su empresa y aspiran obtener reconocimiento de sus clientes, retribución de impacto social o imagen de marca y publicidad. En ningún caso, la respuesta ante la pregunta de “¿qué motiva a su empresa a auspiciar/patrocinar un proyecto artístico/cultural?”, se dirigió hacia el interés de obtener una exención fiscal.
- Las empresas privadas evalúan su grado de satisfacción con la propuesta principalmente por el nivel de vinculación de su “*foco de negocio*” con el contenido de la propuesta a patrocinar, así como por el resultado en comunicación.
- Los patrocinios son formalizados principalmente por contratos o convenios, y en todo caso por acuerdos escritos.
- Las empresas están conscientes de que su papel respecto a la “Responsabilidad Social” va más allá de ofrecer fuentes de empleo y están interesadas en apoyar proyectos sociales que, o bien lleguen de forma directa a la población objetivo de su negocio, o que generen impacto en ella, aún si esto sucede de forma indirecta.
- Las empresas consideran que la producción artística y cultural es un campo en el que la “Responsabilidad Social Empresarial” en Ecuador aún no ha atendido y que tiene mucho potencial.

Artistas

- El sector artístico reconoce que, en la mayor parte de los casos, los acercamientos con las empresas privadas se han dado a través de “contactos” y no mediante mecanismos o canales formalmente establecidos. Sin embargo, afirman que en segundo lugar, la motivación para acercarse a una determinada empresa es el tipo de negocio que maneja. En algunos casos, es la trayectoria y el prestigio de la empresa lo que atrae a artistas y gestores culturales.
- Los artistas también indican que la mayor parte de acuerdos de auspicio o patrocinio se formalizan por escrito, aunque no necesariamente a través de un contrato, sino de un “acuerdo”. A pesar de esto, indican que todavía una buena parte de los acuerdos se

establecen solamente de manera verbal.

- En la mayor parte de los casos, los acuerdos se cierran con la entrega de informes escritos, principalmente sobre las actividades realizadas y los resultados alcanzados. En menor medida estos informes incluyen un capítulo financiero.

Sector público

- Al igual que en el sector privado, el sector público demuestra tener un mayor interés en proyectos de mediano plazo, pero no revela preferencia por un sector determinado de la producción artístico/cultural.
- El sector público apoya todas las etapas del proyecto: investigación, creación, producción, exhibición y difusión, con un ligero énfasis en la producción.
- Se espera que los proyectos y sus realizadores cumplan con las políticas culturales vigentes y que su ejecución tenga una retribución social.
- Se evalúan los resultados de un proyecto de acuerdo con los impactos sociales a mediano y largo plazo que genera, la cantidad de público al que llega y, en menor medida, por lo espacios de difusión y promoción que consigue la propuesta.
- Los mecanismos de apoyo mayoritarios son los “Fondos Concursables” y los “Auspicios”. Si bien en algunos casos se establece una relación contractual a través de los mecanismos de contratación pública.

Un segundo momento incluyó un trabajo en grupos, en los que intervenía un representante de cada sector, y en los que se discutió el concepto de “Responsabilidad Social” y cómo se la asume desde cada uno de estos espacios.

Se indicó que la Responsabilidad Social debe ser “compartida” entre todos quienes formamos parte de la sociedad. Para las empresas, su aporte se dirige hacia proyectos e iniciativas que son compatibles con el objetivo y el propósito de la empresa. Las empresas están conscientes de que esa “Responsabilidad” debería ser aplicada a lo largo de todo el proceso de producción y comercialización de un bien o servicio y que, de asumirse, ese compromiso representa un “pacto implícito” con la comunidad. Pacto que retribuye a la empresa con prestigio y “licencia” social para operar.

Para el sector artístico, la Responsabilidad Social es asumida desde la calidad del proyecto u obra. Se mira al Arte como un “dispositivo” de contribución social desde

el cual su contenido mismo es un aporte. Se indica la capacidad de los proyectos culturales, de los artísticos específicamente, en procesos de intervención “para y con la comunidad”, así como para apoyar procesos de negociación y educación. Se afirma que los espacios y prácticas culturales y artísticas “crean procesos, contenidos, generan mediación, sostenibilidad”.

Para el sector público, su papel respecto de la Responsabilidad Social está en la emisión de políticas públicas. Por una parte, políticas que canalicen la “Responsabilidad Social Empresarial” y, por otra, políticas públicas para garantizar el acceso a determinados bienes y servicios, para la formación de públicos y también para la asignación de fondos que fomenten las prácticas artísticas y las expresiones culturales.

Elementos para continuar el diálogo

- Las empresas privadas reconocen la importancia de la Responsabilidad Social Empresarial y están dispuestas a aportar en proyectos e iniciativas en diversas áreas; existe un interés por parte de las empresas privadas para apoyar proyectos e iniciativas artístico/culturales. Para ese sector es importante conocer el impacto de la propuesta sobre el público al que está dirigida pero también sobre otros sectores. También piden contar con datos sobre la sostenibilidad de la propuesta e indicadores que permitan evaluar los resultados. Por ello, es importante que las propuestas sean presentadas en un formato proyecto-resumen que describa la propuesta, sus objetivos, el público al que está dirigida, indicadores de evaluación y, de ser el caso, cómo se sostendría en el tiempo.
- Artistas y empresas señalan que sus acuerdos se formalizan de manera escrita pero se pudo observar que en varios casos, el acuerdo aún se establece de forma verbal. Es preciso trabajar conjuntamente en el diseño de documentos que protejan los derechos de las partes y garanticen la realización de los compromisos adquiridos.
- El sector público ha trabajado en la relación con el sector cultural y artístico pero no ha mirado aún su capacidad para incidir en la relación entre ese sector y la empresa privada. El diseño y aplicación de incentivos, no solamente fiscales, para un mayor y efectivo apoyo privado a las prácticas artísticas y las expresiones culturales está aún pendiente.
- Es preciso que, desde la práctica artística y la gestión cultural, se reconozca y trabaje cada vez más en la dimensión económica de estas tareas. Abordar los aspectos económicos de estos espacios permitirá hacer propuestas concretas que afectan la cotidianidad y el resultado a largo plazo de estas actividades.

- El concepto Responsabilidad Social, está todavía asociado a la empresa. La Responsabilidad Social Empresarial debe ser asumida por ese sector, pero hay una cuota para todos y el campo artístico y cultural son fundamentales por el aporte que representan en sí mismos, pero también porque a través de ellos, a través de sus contenidos y significaciones, transmiten, producen y reproducen actitudes, paradigmas y estructuras sociales.

- Al hablar de empresas y empresarios, se suele pensar en ganancia y rentabilidad. Las empresas saben y reconocen que la rentabilidad es una ganancia, que resulta de una inversión inicial. Pero las empresas saben también que esa rentabilidad no necesariamente es monetaria. Las empresas valoran varios elementos además del dinero. El prestigio, el posicionamiento y la identificación de sus marcas y productos, son factores importantes. La capacidad de descubrir, entrar y permanecer en nuevos segmentos o mercados; la posibilidad de demostrar capacidad de respuesta ante la sociedad, de ser responsables con ella, en muchos casos, son otras formas de rentabilidad para las empresas. Es en este espacio que se propone una entrada para las propuestas artísticas, un punto de encuentro y cooperación entre artistas y empresarios, en el que se generen distintas posibilidades de ganancia y rentabilidad, para todos.

El sector público ha trabajado en la relación con el sector cultural y artístico pero no ha mirado aún su capacidad para incidir en la relación entre ese sector y la empresa privada. El diseño y aplicación de incentivos, no solamente fiscales, para un mayor y efectivo apoyo privado a las prácticas artísticas y las expresiones culturales está aún pendiente.