

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

PRESENTACIÓN

Las Memorias del Segundo Encuentro Iberoamericano de Arte, Trabajo y Economía CREATIVIDAD = CAPITAL, llevado a cabo por Arte Actual FLACSO en octubre 2012, buscan continuar y profundizar la reflexión en torno a las relaciones entre arte y economía en el país.

Las ponencias y análisis aquí presentadas, tanto de expositores nacionales como internacionales, brindan una visión crítica sobre el rol que juega la creatividad, el dinero, la industria cultural, la institución pública y la empresa privada en el desarrollo cultural de una sociedad. En ellas se abordan varios cuestionamientos como: ¿Cuáles son las formas existentes y las posibilidades de sostenimiento económico para la producción creativa en nuestro contexto? ¿Cómo articular la demanda de “responsabilidad social” por parte del gobierno a la empresa privada y cuáles serían sus aplicaciones en el campo cultural? ¿Son las industrias culturales un modelo válido para el desarrollo económico del sector cultural?

También se presentaron, a través de la Botica de Proyectos, varias propuestas artísticas seleccionadas por su aporte en cuanto a innovación social y trabajo con nuevos públicos. A través de la Botica se buscó establecer mecanismos de micro y macro financiamiento, basados en un intercambio justo y satisfactorio tanto para los creadores como para los financistas. De esta manera, la Botica representó una herramienta para evaluar las dinámicas, formas de economía y de gestión actual de proyectos artísticos.

A partir del enunciado CREATIVIDAD=CAPITAL se establecieron también las apuestas por los beneficios intangibles, generadores de un impacto social, en términos artísticos, culturales, ambientales y sociales. Apuestas fundamentales en términos de retribuciones colectivas, y en las que el Estado –desde la idea de lo público y la creación de garantías para el ejercicio de derechos culturales– y la empresa privada –desde la idea de responsabilidad social– juegan un rol determinante.

Para el Ministerio de Cultura y Patrimonio es un gusto apoyar la publicación de estas Memorias, pues los textos aquí presentados, además de ser una herramienta de trabajo sumamente útil para los distintos actores culturales, brindan una base para el desarrollo e implementación de políticas públicas para el sector de la cultura y los patrimonios.

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





ARTEACTUAL
CREATIV
Segundo Encuentro

- FLACSO

VIDA DE CAPITAL

liberación

de Arte, Trabajo y Economía
20, 22, 23 y 24 de octubre 2012

R
C

MEMORIAS DEL SEGUNDO ENCUENTRO IBEROAMERICANO DE ARTE, TRABAJO Y ECONOMÍA CREATIVIDAD = CAPITAL

Paulina León

Con el afán de continuar y profundizar la reflexión en torno a las relaciones entre arte y economía iniciadas por Arte Actual FLACSO, en el Encuentro anterior “De la adversidad ¡vivimos!”, proponemos en el 2012, como tema central, la posibilidad de potenciar la creatividad como un capital no solo simbólico sino también económico.

Como *leitmotiv* de este encuentro tenemos CREATIVIDAD = CAPITAL, enunciado expuesto por el artista alemán Joseph Beuys, como parte de su teoría “escultura social” (Soziale Plastik), en la que amplía las nociones del arte y establece que cada persona puede contribuir de forma creativa para el beneficio de la comunidad y, por lo tanto, influenciar en la sociedad. En este contexto, establece que el *dinero* no es el *capital*, sino la *capacidad creativa* es el verdadero *capital*.

Con el objetivo de que las prácticas artísticas contemporáneas y la economía, entren en un diálogo directo y horizontal, se establecieron durante el Encuentro dos ejes de trabajo interconectados entre sí: las Mesas Redondas y la Botica de Proyectos. De igual manera, estos serán los ejes que guíen esta publicación.

Las Mesas Redondas

Durante los tres días del Encuentro se llevaron a cabo dos Mesas Redondas y una Mesa Taller, consideradas el eje de discusión del Encuentro. En las Mesas, concebidas de manera multidisciplinar, con invitados nacionales e internacionales, se problematizaron varios aspectos de la relación entre creatividad y capital, se analizaron las formas existentes y las posibles de sostenimiento económico para la producción creativa en nuestro contexto, y se discutió la actual demanda de “responsabilidad social” por parte del gobierno a la empresa privada y sus aplicaciones en el campo cultural.

La Mesa Redonda “Creatividad = Capital”, analizó a partir de varias reflexiones y ejemplos actuales, la tensión frente a la producción artística entre la obtención de recursos económicos y la satisfacción simbólica personal y colectiva. Tuvimos como expositores e interlocutores a tres ponentes de alto nivel. Leonardo Wild (USA / Ecuador), investigador y escritor, quien en su ponencia *Creatividad = Capital (?)*, plantea una serie de preguntas claves para reflexionar alrededor de la ecuación de este encuentro: ¿Qué es la creatividad? ¿A qué nos referimos cuando hablamos de “capital”? ¿Capital = Riqueza? ¿Cuál ha sido el rol de la creatividad como una fuerza económica en la historia? Por su parte, Jaron Rowan (España), fundador de Y Producciones y docente MA de Industrias Culturales en Goldsmiths University, en su ponencia *El anunciado declive de las industrias culturales y la creatividad individual*, cuestiona los valores que consideran que la creatividad puede constituir un recurso básico para el crecimiento económico y analiza cómo este supuesto factor de desarrollo económico ha reproducido desigualdades sociales, de clase, raciales, de género y ha precarizado a los actores de la cultura. Frente a esto, plantea la necesidad de nuevos modelos de trabajo basados en la cooperación y la generación del bien común. En la ponencia *¿Para quién creamos? 20 puntos para la reflexión*, del experto cultural Fernando Vicario (España), se plantea una reflexión sobre los cambios de comportamiento actuales en los públicos de la cultura y la inexistente adaptación del mercado (latinoamericano y latino-europeo) a las nuevas formas de exhibición, distribución, comercialización y explotación de los productos culturales, abriendo así el debate sobre nuevas posibles formas y soluciones.

La Mesa estuvo moderada por Christoph Baumann (Alemania), miembro del Comité Curatorial de Arte Actual FLACSO, quien además brindó una introducción y recontextualización del enunciado de Joseph Beuys.

En la Mesa Redonda “Modelos de gestión para la producción”, procuramos un diálogo enfocado en el contexto local, que se reflexionó sobre la producción y su respectiva financiación, desde tres puntos de vista: el de la institución pública, el de la empresa privada y el de la autogestión. Ana Rodríguez (Ecuador), Directora de la Fundación Museos de la Ciudad de Quito, analiza el concepto de creatividad y el concepto de capital y su interrelación, y establece esta dinámica como base para la generación de políticas culturales. Jonathan Koupermann (Ecuador), Coordinador del Área Técnica de la Fundación Municipal Bial de Cuenca, expone la reestructuración de la Bial de Cuenca y la diversidad y amplitud de actividades que pretende abarcar. Maarit Cruz (Finlandia / Ecuador), Gerente de Comunicación y Responsabilidad Social de Lafarge Cementos, presenta la visión y funcionamiento de Lafarge con respecto de conceptos como responsabilidad social y sus focos de negocio, intereses y modos

de trabajo con el sector creativo. Y por último, Sergio Silva (Chile/Ecuador), artista visual y diseñador gráfico, coordinador del proyecto s2 Impulso, muestra su proyecto de auto publicación y auto distribución *Interruptor Fanzine*, uno de los varios modelos independientes enfocados en formas de apoyo colectivo, solidario y de autogestión, con miras a comprender la manera en que el campo de producción artística se ha configurado en los últimos años. El texto sobre las reflexiones expuestas en esta Mesa está escrito por quien fue también su moderadora, la curadora independiente María Fernanda Cartagena (Ecuador), quien realiza un análisis crítico de las presentaciones de los cuatro invitados.

En la Mesa Taller “Del modelo clásico del mecenazgo a la inversión actual: nuevas formas de participación y responsabilidad social”, se destacó la ponencia de Mauricio Trindade da Silva (Brasil), Asistente Técnico de la Gerencia de Estudios y Desarrollo, y del Centro de Investigación y Formación del SESC São Paulo, quien presentó como caso de estudio a la institución brasileña SESC. Posteriormente, se realizó un taller, entendido como un espacio de diálogo entre productores culturales, empresa privada y gobierno, donde se propició la reflexión colectiva con miras a generar un entendimiento de los intereses y necesidades de las distintas partes en relación a la inversión por parte de la empresa privada y de la institución pública hacia el sector cultural y artístico. Sobre la metodología aplicada para este taller y sus primeros resultados, tenemos un texto escrito por Gabriela Montalvo quien fue parte del equipo asesor.

La Botica de Proyectos

Considerando la necesidad de llevar varios de los enunciados teóricos al campo de la aplicación práctica, se realizó la Botica de Proyectos. Entendemos a la botica como un lugar donde se preparan y venden “remedios” y como un espacio de negociación en el que ambas partes realizan un intercambio justo y de mutuo acuerdo. La Botica de Proyectos presentó a la comunidad nueve propuestas enmarcadas en las artes contemporáneas, de gran potencial y de incidencia en el contexto local, sea como activadores de capacidades sociales y creativas, o como dinamizadores económicos (de un entorno específico o del sector artes), a través de la creación de redes colaborativas, de la generación de empleo, del fortalecimiento de la investigación, producción y circulación del arte, y de la construcción de vínculos sostenidos de cooperación y trabajo entre la empresa privada, el Estado, las poblaciones involucradas y otras organizaciones. El objetivo fue visibilizarlas a la comunidad ampliada y establecer alianzas concretas de cooperación, intercambio y apoyo entre los distintos actores de la cultura y la economía del país.

En la Botica de Proyectos se expusieron las propuestas artísticas tanto a la ciudadanía como a representantes de la empresa privada y de la institución pública y se buscó establecer mecanismos de micro y macro financiamiento, a través de un intercambio justo y satisfactorio para ambas partes, en el que la persona o entidad que apoya financieramente uno o varios proyectos, reciba a cambio un producto, servicio o beneficio de marca. Además, se establecieron también las apuestas por los beneficios intangibles, generadores de un impacto social, en términos artísticos, culturales, ambientales, y sociales, a mediano y largo plazo, fundamentales en términos de retribuciones colectivas, y en los que el Estado –desde la idea de lo público y la creación de garantías para el ejercicio de derechos culturales– y la empresa privada –desde la idea de responsabilidad social– juegan un rol determinante.

Desde los parámetros antes mencionados, el equipo de Arte Actual seleccionó las iniciativas, y en un proceso de esfuerzo colaborativo con los colectivos, gestores y artistas proponentes se trabajó en los proyectos a presentarse, garantizando su pertinencia en términos sociales y artísticos, así como su viabilidad y capacidad ejecutora. Arte Actual juega un rol de mediación y articulación para la gestión de un proyecto (mediación entre el artista, el Estado, las empresas privadas, los organismos de cooperación, los ciudadanos, etc.), y de facilitador de iniciativas artísticas. Los proyectos presentados en la Botica fueron: Interruptor Fanzine, Residencia y Laboratorio de Producción Artística, La Ruta Mural, Teatro de Bolsillo/Sono, Periscopio, Jornadas de Reflexión. Vinculaciones posibles Arte e Infancia, Nido de Vidrio (NV), Directorio de Artistas y Actores Culturales No Lugar y Jardines Colgantes de Guapulonia.

En este campo, La Botica de Proyectos, fue además, una herramienta para evaluar las dinámicas, formas de economía y de gestión actual de proyectos artísticos. Este proceso concluyó con una Rueda de Negociación entre los actores culturales y los representantes de empresas privadas e instituciones públicas, en la que se establecieron acuerdos y apoyos específicos para la ejecución de los proyectos en el 2013.

La descripción de cada uno de los proyectos así como los resultados de la Rueda de Negociación los tenemos en las siguientes páginas.

En la parte final de esta publicación se encuentra un texto dedicado a las reflexiones y conclusiones de este II Encuentro, que nos brindan un panorama amplio de la compleja y difícil triangulación entre creadores, institución pública y empresa privada en nuestro país, y además, se establecen pautas como base para trabajar en posibles mejoras de estas relaciones.

Creemos que la publicación de estas memorias es la segunda parte de una contribución importante para el entendimiento de la situación actual del sector de las artes en el país. Tenemos el agrado de contarles que las memorias del I Encuentro con bibliografía base para los Diagnósticos Situacionales de las Artes que está realizando el Ministerio de Cultura del Ecuador, se ha difundido con éxito tanto a nivel nacional como internacional, generando una serie de intercambios y debates. Además, han incentivado y proporcionado material base para la creación de una Asociación de Artistas Plásticos y Visuales, iniciativa que esperamos se concrete en los próximos meses.

En este sentido, esperamos que los textos, reflexiones y análisis aquí expuestos nos permitan estudiar, analizar y evaluar de manera compartida la situación actual del sector de las artes en Ecuador, y que nos brinden pautas para mejorar la incipiente relación entre creadores, empresa privada e institución pública, en pos de crear relaciones saludables y de beneficio para las distintas partes, basadas en las buenas prácticas profesionales. Igualmente, esperamos sea una contribución importante al actual desarrollo de políticas públicas tanto nacionales como distritales.

ARTEACTUAL - FLACSO
CREATIVIDAD = CAPITAL
Segundo Encuentro Iberoamericano de Arte, Trabajo y Economía
20, 21, 23 y 24 de octubre 2011



MESAS REDONDAS

MESA REDONDA 1:
CREATIVIDAD = CAPITAL





INTRODUCCIÓN A LA ECUACIÓN “CREATIVIDAD = CAPITAL”

Christoph Baumann

Como moderador de esta mesa redonda “Creatividad = Capital”, deseo introducirla evocando por unos momentos al espíritu de la utopía social de Josef Beuys para que nos acompañe en nuestra discusión.

Primeramente, quiero contextualizar la ecuación que hace Beuys en su trabajo desde 1973, sobre “creatividad = capital”, enunciando que el verdadero capital NO es el dinero sino la creatividad o el arte. Esta frase no sería comprensible sin incursionar en lo que el artista llamó la “noción ampliada del término arte”, en la que considera al arte como una “escultura social”, como la posibilidad de todos los seres humanos de obrar dentro del cuerpo social y de tener una participación activa en las transformaciones necesarias de la organización social y política de una sociedad. Desde esta visión, Beuys apela a la liberación del creador innato en cada hombre y postula: “Cada hombre es un artista”.

Desde esta perspectiva, el artista no hace una distinción entre trabajo y creatividad, sino que cada labor y cada puesto de trabajo es un reto para la participación creativa del trabajador dentro del contexto de una economía que busca el bien común. Beuys cuestiona el papel del dinero como mercancía en la sociedad capitalista que afecta, a través de la especulación, de una forma destructiva e indigna al ser humano. Y postula que sin libertad, igualdad y fraternidad dentro de la organización del trabajo en las empresas y en los otros ámbitos productivos sería imposible que el dinero NO cobre su poder fatal a través del “lucro insaciable” sobre nuestras vidas. Plantea, entonces, que el dinero debería ser solo un documento legal que registre las interacciones de las personas, sus contribuciones al bien común en la organización social, sin dotarle de ningún otro valor. Así el capital se concebiría como el conjunto de capacidades de los sujetos sociales y en ese sentido sería posible la ecuación creatividad=capital.

Consecuentemente el artista ya no trabaja solo para el circuito del arte (galerías, museos, el mercado del arte), sino que es un insistente activista que busca distintas formas para generar noción de los cambios urgentes en la transformación social.

Nombraré algunos ejemplos de la práctica artística de Beuys que ponen en relieve estos conceptos:

Beuys funda el Partido de los Estudiantes y después de su fracaso organiza el Partido de los NO-Votantes. Posteriormente crea, en el marco de la Documenta 5 en 1972, la Oficina para la Democracia Directa, incentivando la votación popular permanente. Es co-fundador del Partido de los Verdes; crea, fuera de la regulación estatal, La Libre Universidad Internacional (FIU) como ente investigador sobre los cambios sociales necesarios; paralelamente realiza su obra plástica La bomba de miel, en la Documenta 6 de 1977, y en 1982 su obra emblemática los 7000 robles, durante la Documenta 7.

Ahora, ¿qué nos puede inspirar este preámbulo para nuestra discusión?

Un aporte podría ser pensar en que, los espacios participativos en la creación de políticas culturales de beneficio para los artistas y para el conjunto de seres creadores, no se darán sin organización y sin lucha por ámbitos de negociación con el poder de turno. Es necesario, que la participación no se vea solamente en el contexto del poder político, sino de forma más amplia en la negociación de proyectos en conjunto con la empresa privada, dentro del marco de políticas de responsabilidad social empresarial.

Se plantea también el papel del Estado como promotor de infraestructuras que permiten trabajar e interactuar, y así sostener el trabajo cultural. Necesitamos modelos sólidos de legislación para la protección del trabajador de la cultura. ¿Cómo podría ser posible en este contexto que se promueva la riqueza colectiva, en vez de la individualización de la riqueza?

Por otro lado, se debe incentivar el diálogo entre todos los ciudadanos e invitar a que se apoderen del espacio público como principal capital social, partiendo de que la cultura debe fortalecernos para huir del miedo de juntarnos y vivir lo público.

Es un deber del productor y gestor cultural, el de investigar a sus públicos y las nuevas necesidades con los que los públicos acceden y consumen cultura. Como productores culturales es nuestro principal papel la gestión de los diálogos sociales y buscar mediar entre las necesidades sociales y la intención partidista de quien está en el poder. ¿Qué términos e imágenes con poder evocativo podemos crear para contagiar a cada vez más personas y hacerles partícipes de las transformaciones necesarias en nuestro sector?

Seguramente nuestra propia imaginación tiene que ampliar su perímetro de consciencia. En este sentido, CREATIVIDAD=CAPITAL no es una fórmula contemplativa sino de lucha.

CREATIVIDAD = CAPITAL

Leonardo Wild

¿Qué es la creatividad?

Gerd Binnig, premio Nobel de Física en 1986, propuso que la creatividad se da cuando dos “unidades de acción” se unen para formar una “unidad de acción” que antes no existía. Es decir, aunque aparentemente todo existe ya, la “creatividad” es la producción de algo nuevo (anteriormente inexistente), algo que aplica a todas las áreas, no solo en el ámbito del arte y la cultura o restringido a las actividades del ser humano, sino a la naturaleza misma.

El plato, como una unidad de acción existente, más un palo, otra unidad de acción (con su propia funcionalidad), al unirse llegan a crear “la rueda”. Las ruedas, con diferentes formas y unidas a otras “unidades de acción”, producen a su vez una infinidad de posibilidades que derivan en tecnologías de creciente complejidad y diversidad.

Así, la fotografía nació cuando a la “cámara oscura” -una caja con un hueco por el cual penetra la luz, proyectando una imagen invertida en la pared del fondo de la caja- se le agregó el “papel de plata”. Y las cámaras fotográficas del presente son la suma de una infinidad de “unidades de acción” que han derivado en la “fotografía digital”.

De este modo, la tecnología y la ciencia, el arte y la cultura, son una acumulación de “unidades de acción” en constante regeneración, re-inención, e innovación.

Las nuevas técnicas en la pintura y en la escultura, en las artes audiovisuales, etc., si las analizamos con cuidado, comparten este fenómeno expuesto por Gerd Binnig en su libro *Aus Dem Nichts (De la nada)*¹.

¿A qué nos referimos cuando hablamos de “capital”?

Nos enfrentamos a definiciones y más definiciones, no todas aplicables directamente a la ecuación Creatividad = Capital. Wikipedia explica que “en Economía, el capital

1 Binnig, Gerd, *Aus Dem Nichts, Über Die Kreativität von Natur und Mensch*, r. Piper GmbH & Co. KG, München, 1989.

suele definirse de distintas formas. Bajo el enfoque ortodoxo, es un factor de producción constituido por inmuebles, maquinaria o instalaciones propias de cualquier género que, en colaboración con otros factores, principalmente el trabajo y bienes intermedios, se destina a la producción de bienes de consumo -concepción neoclásica (ver Nicholson, 1997-, de servicios, y de conocimiento (sector cuaternario). Es la cantidad de recursos, bienes y valores disponibles para satisfacer una necesidad o llevar a cabo una actividad definida y generar un beneficio económico o ganancia particular. A menudo se considera a la fuerza de trabajo parte del capital. También el crédito, dado que implica un beneficio económico en la forma de interés, es considerado una forma de capital (capital financiero). Sin embargo, esta definición tiene deficiencias en cuanto a que se agrupa en un mismo concepto a objetos cualitativamente muy diferentes, lo que crea la dificultad de definir las unidades en que se mide el capital (Robinson, 1954). Por esta razón también existe una definición de capital que lo considera como una relación social de producción en la cual los trabajadores (que no poseen medios de producción) venden su fuerza de trabajo a los capitalistas (dueños de los medios de producción) con el fin de obtener por medio del capital un plusvalor. Así, el capital es aquel valor que se valoriza por medio de la explotación de la fuerza de trabajo (Marx, 1867), considerando a muy breves rasgos que el valor económico es una forma de poder social, por lo que el capital es un “poder social monopolizable” (Marx, 1848).²

Vemos como la palabra “capital” apunta a variables, las cuales, dependiendo del contexto, y de los elementos que tomamos en consideración, definen el tipo de capital del cuál estamos hablando. Así, tenemos: capital financiero, capital de trabajo, capital social, capital humano, capital material, capital físico, capital fijo, capital flotante, capital circulante, capital variable, capital líquido, capital público, capital privado, capital societario, capital inmaterial, etc. Se considera que los tipos de capital pueden dividirse en tres planos distintos:

1. **Plano Material:** Recursos Naturales y los Capitales Económicos.
2. **Plano Conductual:** Capital Social Individual y el Capital Social Colectivo.
3. **Plano Abstracto:** Capital Humano y el Capital Cultural.

¿Capital = Riqueza?

Cuando hablamos de capital, muchas veces a lo que nos referimos es a la riqueza. “Mientras mayor el capital, mayor la riqueza”. Pero la riqueza real es no-monetaria.

2 (FUENTE: [http://es.wikipedia.org/wiki/Capital_\(econom%C3%ADa\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Capital_(econom%C3%ADa)))

La verdadera riqueza apunta a un “todo” que no puede circunscribirse, o limitarse siquiera, al planeta en que vivimos ya que la Tierra no puede existir sin su relación de interdependencia con el sistema solar, y el sistema solar es a su vez parte integral del resto del universo.

Por lo tanto, podemos decir que “la naturaleza de la riqueza” es integral y compleja. El problema con nuestra “persecución de la riqueza” -tan en boga-, es que debido a nuestra medida de valor llamada “dinero”, estamos tratando de “monetizar” la riqueza como si ésta fuese un subsistema de la economía y no al revés. ¿Qué es, en realidad, la riqueza?

En el sentido más general y absolutista, la riqueza es la existencia de elementos que permiten la evolución -y continuidad- de sistemas, estructuras y organismos. Sin embargo, nuestro paradigma actual considera que la riqueza es “negociable”. Pero la riqueza verdadera no tiene “precio”, siendo precio un “valor monetario”. Además, la riqueza no es la acumulación de algo que consideramos tener valor, sino que sus cualidades inherentes ubican a la riqueza en tres tipos:

- 1. La indivisibilidad de la riqueza – medible pero no negociable.** La riqueza medible no es divisible porque dejará de existir si la fraccionamos. Una vaca, por ejemplo, podrá ser vendida entera y seguirá siendo vaca. Pero si la dividimos, será “carne de vaca” o “huesos de vaca”, etc. La selva sufre un destino parecido si la queremos dividir, o si resaltamos tan solo algunos de sus aspectos. La selva es selva por la interacción de todos sus elementos. Una obra de arte puede ser otro ejemplo de riqueza: la *Mona Lisa* de Leonardo da Vinci, al ser cortada en dos, deja de ser la obra original y, por lo tanto, perderá su valor indivisible.
- 2. Riqueza por rango — medida de rendimiento.** Este tipo de riqueza no trata de analizar las propiedades intrínsecas de algo, como en el caso de la riqueza medible “como un todo”. En el caso de la “riqueza por rango”, esta depende del lugar de algo dentro de un sistema (que depende del rendimiento). En el deporte, un primer puesto tiene mayor valor que un segundo puesto, y así sucesivamente. Un “primer puesto” en un concurso de arte genera una riqueza para el ganador, por lo menos dentro del círculo social donde ese primer puesto tiene su valor. En el transporte, un vehículo que rinde más, o sea, que consume “menos galones por kilómetro”, puede considerarse estar en una *mejor posición* que un auto que consume más, si la vara con la cual se mide esta cualidad permite colocar al modelo de vehículo en un rango. Similar fenómeno encontramos en el comercio, donde la capacidad productiva (o de ventas) coloca a una empresa -por ejemplo, a Ap-

ple- por sobre otras empresas. La riqueza por rango se mide, en otras palabras, con números ordinales (primero, segundo, tercero, etc.).

3. **Riqueza de relación nominal.** La riqueza de “relación nominal” identifica, por nombre, una relación de algo o alguien con el resto de objetos o individuos dentro de un sistema. La relación implica un mayor “grado de riqueza”: Licenciatura vs. doctorado; gerente vs. gerente general vs. presidente vs. administrador vs. empleado; maestro vs. aprendiz, y así sucesivamente.

Riqueza ≠ Acumulación

Arthur Brock y Eric Harris-Braun³ han analizado el tema de las nuevas economías y de las nuevas riquezas y han llegado a la conclusión de que los modelos económicos con los que hemos estado funcionando, especialmente desde la creación del dinero hace cerca de 10.000 años, funcionan bajo tres premisas:

1. Se enfocan en la escasez de recursos;
2. Se enfocan en el dinero como medio de intercambio;
3. Presentan a la riqueza como si fuera lo mismo que la acumulación.

Pero uno de nuestros mayores errores es creer que la riqueza es lo mismo que la acumulación, y pensar que toda divisa debe, necesariamente, ser “monetaria”. Si somos creativos, podremos crear “divisas no monetarias” que resalten las características de la riqueza sin necesidad de que acabemos poniéndole un precio (en dinero).

Si bien la acumulación nos permite obtener una cierta seguridad para nuestra continuidad como individuos, como grupo social, y tal vez como civilización, esto ocurrirá siempre y cuando lo acumulado no suceda en detrimento de la mayor riqueza de todas: la capacidad del planeta de sostenernos, o de basarse en la extracción del valor de terceros.

Este ha sido uno de los graves errores de nuestra civilización, una civilización movida por una economía monetaria que *divide* a la riqueza, monetizándola. Cuando usamos dinero para medir el valor de algo (el dinero como modelo de riqueza), lo que hacemos es dividir, fraccionar, separar nuestra cultura de las realidades físicas y biológicas de nuestro planeta a imagen y semejanza del dinero, en especial de su necesidad de ser escaso para tener valor, y su divisibilidad.

3 Brock y Braun y su proyecto de divisas: <http://newcurrencyfrontiers.com/>

Hemos mencionado algunas veces la palabra “valor”, por eso tal vez amerita analizar este concepto un poco más de cerca.

La triangulación del valor

Valor es una de esas palabras que más disconformidades provoca en nuestra sociedad. Como tantas otras, lo que queremos decir cuando utilizamos la palabra “valor” depende del contexto en el cual la utilizamos. Nos enfrentamos a valores éticos, morales, culturales, que son relativos, pues dependen de contextos socio-culturales, religiosos, políticos, etc.

Sin duda, el intento de valorar o de medir el valor de algo tangible o intangible, físico o espiritual, ha sido parte de la paradoja de la economía. Es un tema amplísimo, que nos confronta a una ensalada de teorías. Pero si queremos circunscribirnos a algo un poco más comprensible, tenemos que, como los navegantes, encontrar nuestra ubicación por medio de la triangulación.

La triangulación del valor depende de tres elementos claves sin los cuales no podremos hallar nuestra ubicación en el “mapa del valor”. En primer lugar, la noción de valor es una toma de conciencia de que algo “vale” (o nos “es útil”) -directa o indirectamente-. Es decir que el valor como concepto es una creación humana, y está basada en tres aspectos:

1. En nuestra **necesidad** de algo;
2. En la **circunstancia** en la que nos halleemos;
3. En la **cantidad** (cuantitativa y cualitativa) para que ese algo que valoramos sea funcional.

Por ejemplo, si nos encontramos en un desierto, muertos de sed (nuestra **circunstancia**), el agua adquiere un valor para nosotros (nuestra **necesidad**) tan solo si existe en suficiente **cantidad** (medida en volumen) y con suficiente calidad (medida en pureza) para que nos sea útil (su *funcionalidad*). Si nos ofrecen una cucharita de agua pura y fresca, no nos servirá por falta de cantidad volumétrica, e igualmente tampoco podremos satisfacer nuestra necesidad si el agua del oasis es abundante pero se halla contaminada.

Los tres tipos de valor

Cuando hablamos de valor, deberíamos ser capaces de reconocer a qué tipo de valor nos referimos:

A) Valor objetivo o absoluto. De la existencia de lo necesitado, depende nuestra vida:

1. Lo que se considera de valor, debe existir (material o inmaterialmente hablando); y,
2. Lo que se considera de valor, debe satisfacer una necesidad absoluta.

En otras palabras, si no accedemos al agua que requerimos para sobrevivir, como en el ejemplo del desierto, moriremos. O si no tenemos aire, también moriremos. Es decir que cuando hablamos de “valor absoluto”, no existen términos medios.

B) Valor cultural o etnocéntrico. Este es un valor muy curioso, puesto que depende de la relativa escasez de algo, para que lo consideremos “de valor”. En primer lugar:

1. Lo que se considera de valor, debe existir (es necesario recalcar lo obvio);
2. Lo necesitamos; y;
3. Para que se considere de valor, debe ser escaso (en cantidad numérica). Así, pocas papas valen más que un exceso de papas; poco dinero vale más que una sobre-emisión de dinero (porque si imprimimos dinero para “hacerlo abundante”, perderá su valor cultural.

C) Valor subjetivo o egocéntrico. Este tipo de valor es diametralmente opuesto al valor cultural o etnocéntrico:

1. Para que algo tenga valor subjetivo, debe existir una necesidad (o la percepción de la misma);
2. Para que demos valor a algo (subjetivamente), debemos sentir una satisfacción al acceder a ello;
3. Para que sintamos satisfacción, antepondremos lo abundante a lo escaso. Por ejemplo, queremos tener mucho dinero a poseer poco dinero; un jardín con abundante hierba a un jardín ralo, etc.. O una empresa petrolera preferirá un “campo millonario”, a un campo con pocos barriles de petróleo.

El problema -y la confusión- en nuestra sociedad es que hemos llegado a medir el valor y la riqueza con algo que conocemos como “dinero”, sin saber de dónde provino esta “herramienta de intercambio económico”, ni cómo funciona. Cuando esperamos “apoyos económicos” para dedicarnos a la creatividad -sea en el ámbito cultural, científico o tecnológico- por lo general lo que esperamos es “dinero”. Esto ocurre porque el dinero se ha convertido, a pesar de su origen como un “valor cultural”, en un “valor absoluto”, porque sin dinero no podremos sobrevivir.

Cuando buscamos opciones de apoyo a nuestra creatividad, una estrategia podría buscar apoyos no monetarios. En el momento en que nos enfocamos en el dinero como el método de apoyo de preferencia, dependeremos de sus reglas de juego, y si no las conocemos, acabamos jugando al póquer sin saber cuáles son sus reglas de juego.

De hecho, y como vemos, el tema del dinero es amplio y para algunos demasiado enredado para dedicarse a comprenderlo. Con el agravante de que el artista (o el *homo creativus*) por lo general aborrece pensar en los “capitales del plano material”, y no se da cuenta de que tanto los gobiernos, como las empresas privadas, también están embarcados en un juego de póquer cuyas reglas -e historia- desconocen.

El misterio del dinero

La falta de comprensión de lo que es el dinero y cómo éste afecta nuestras emociones y pensamientos aqueja a la mayoría de quienes actualmente nos vemos en la obligación de usarlo para adquirir lo que nosotros mismos no podemos conseguir. Vivimos en la ignorancia casi absoluta no solo de qué es dinero, sino de *quién* es esta herramienta, de cómo se produce y cómo funciona. Lo peor de todo es que por alguna razón paradójica, nos encontramos reacios -como individuos y como sociedad- a profundizar en el tema. John Kenneth Galbraith, en su libro *El Dinero*, escribe⁴:

Una discusión sobre dinero entraña una gruesa capa de encantamiento sagrado. Esto es, en parte, deliberado. Los que hablan de dinero y enseñan sobre él y se ganan la vida con él, adquieren prestigio, estima y ganancias pecuniarias de una manera parecida a como los adquieren un médico o un hechicero al cultivar la creencia de que están en relación privilegiada con lo oculto, de que tienen visiones de las cosas que no están al alcance de las personas corrientes. Aunque profesionalmente remunerador y personalmente provechoso, esto es también una forma conocida de fraude.

La evolución del dinero

El origen religioso del dinero. La ley más antigua es la “ley divina”. El primer paso evolutivo que tuvo el dinero fue servir como una ofrenda para los dioses. En vez de los sacrificios humanos, se comenzaron a entregar mercancías que se presumía los dioses aceptarían como muestra de nuestra devoción. En la mitología romana, Moneta (en latín, *Monēta*) era el título que se le daba a dos diosas distintas: la diosa griega

4 Galbraith, John Kenneth, *El dinero: De dónde vino / Adónde fue*, Trad. J. Ferrer Aleu, Ediciones Orbis, S.A, 1983: 13.

Mnemosyne, y Juno Moneta. Juno, con el epíteto de “moneta”, fue la protectora de los fondos. En este sentido, en la antigua Roma los denarios (de ahí, “dinero”) se acuñaban junto a su templo.

Las reglas para los pagos religiosos fueron luego ampliadas para los pagos privados. Hoy en día nuestro comportamiento en los “templos monetarios” (bancos) se asemeja mucho al que presentamos en los templos religiosos.

El origen social (antropológico) del dinero. Antes de que fuera una herramienta para el intercambio mercantil, el dinero fue considerado un “reemplazo de una responsabilidad”. Es decir, para evitar el “ojo por ojo, diente por diente”, se incurrió en “pagos sociales” para “aplacar” (pagar) la ira, o conseguir la gracia, de quienes se quería compensar ya sea por fallas cometidas (el perdón), o para adjudicarse beneficios (una participación en el reino, la mano de una doncella, etc.). Un ejemplo actual heredado de aquellos tiempos son los pagos por contravenciones.

El origen mercantil del dinero. La necesidad de crear la “herramienta de intercambio”, que hoy se conoce como dinero, surgió porque las mercancías intercambiadas no siempre tenían el mismo valor, y porque los mercaderes que ofrecían estas mercancías no siempre querían aceptarlas como forma de pago. Esto llevó a un acuerdo social tácito donde una mercancía era deseada por sus cualidades inherentes desembocando en una aceptación general llegando a fungir como un “medio de intercambio” de otras mercancías; una mercancía capaz de ser empleada múltiples veces para una función más allá de su utilidad inherente.

Este fue el nacimiento del “**dinero mercancía**”, un medio de intercambio que, en un principio, tuvo cualidades de productividad y reproductividad (las vacas y los granos), para luego pasar a ser simplemente productiva y utilitaria (hachas, colchas, cuchillos, brazaletes, collares), para finalmente acabar como un “símbolo de reemplazo” de un valor existente considerado como tangible.

Cuando el dinero se convirtió en “pagaré”, se lo conoció como “**dinero simbólico**”, o sea, dejó de tener un valor propio e intrínseco, para convertirse en una representación de un valor real. Al depositarse oro, por ejemplo, o granos, en una bodega, se recibía una “nota de cambio” que personificaba el valor depositado. Esta nota de pago podía ser utilizada como una forma de pago que reemplazaba un “valor en reserva”.

Pero luego, cuando el dinero dejó de emitirse en función de algo “existente en bodega”, se convirtió en una emisión en función de una deuda, o sea en un “**dinero de**

crédito". En el modelo actual, para conseguir un crédito se debe monetizar (entregar en garantía) un valor tangible: un terreno, un vehículo, o la firma de un garante que certifica (con su propiedad o capacidad de pago), el valor entregado en préstamo. De hecho, llegar a comprender cómo esto funciona y cómo se ha convertido en uno de los mayores fraudes de la humanidad, es algo que pocos han intentado. La mayoría preferimos seguir viviendo en la ilusión de que el dinero proviene de nuestro esfuerzo, y que por nuestro esfuerzo merecemos nuestro acceso al dinero, sin preguntarnos si este escenario es, realmente, el mejor camino para mantener la riqueza que nos rodea, que incluye nuestra supervivencia y evolución como individuos y como sociedad.

Éste fenómeno, el de la "monetización del valor real", es el que ha llevado a un proceso que se podría denominar de "alquimia monetaria", puesto que un valor tangible o intangible acaba siendo registrado y entra a formar parte de los activos de un banco para que éste pueda crear más dinero de crédito.

Hernando de Soto dijo, en cierta ocasión que "cinco sextos de la población mundial no se han beneficiado del capitalismo, principalmente porque no tienen los derechos de ser dueños de su propiedad. Estos 'activos ocultos' llegan a sumar \$10 billones en los países pobres".⁵

¿Cuáles podrían ser los "activos ocultos" presentes en los potenciales creativos de la población mundial, cuyo valor no se puede medir en horas de trabajo o en energía invertida, sino en "capacidad creadora"? Si se monetiza la creatividad para convertirla en un "capital monetario": ¿se reduce su riqueza inherente al mínimo común múltiplo, el dinero?

La creatividad como una fuerza económica en la historia

Richard Florida, en su libro sobre el *Surgimiento de la Clase Creativa*⁶, dijo que aunque el impulso creativo es universal, es obvio que de tiempo en tiempo han surgido sistemas—o maneras generalizadas para organizar y llevar a cabo el trabajo de una sociedad—que han significado mejoras en el aprovechamiento de la creatividad humana, tales como la convocación a nuevas ideas, de ponerlas en práctica, y remunerarlas. (Otra vez el tema del dinero.)

5 En una entrevista luego de su conferencia el 23 de abril del 2002, en la conferencia del Milken Institute, 2002 Global Conference, Abril 22-24, 2002, Beverly Hilton Hotel, Los Ángeles, California: <http://www.milkeninstitute.org/events/events.taf?function=show&ID=145&cat=allconf&EventID=GC02&level1=program&level2=entire>

6 Florida, Richard, *The Rise of The Creative Class, and How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*, Basic Books, New York, 2002.

Si miramos hacia atrás en la historia, podemos descubrir varias fuentes transformadoras de este tipo. Surgen cuando el orden existente ha llegado a ciertos límites, y al emerger estas transformaciones, necesariamente producen periodos de grandes avances combinados con grandes turbulencias. Ejemplos de estos cambios radicales son el nacimiento de la agricultura, del comercio y la especialización, la aparición del capitalismo industrial y la Era de la Organización.

Actualmente, Richard Florida dice que nos hallamos en la Era de la Creatividad como una fuerza económica movida por la “clase creativa”, donde impera el capital intelectual, el capital de la innovación, y el capital humano medido en capacidad creadora (y ya no en horarios de trabajado).

Sin embargo, como la mayoría del tiempo aún medimos estos valores utilizando al dinero, esta es la herramienta con la cual medimos el valor de un oficio y lo monetizamos. “El dinero es una nueva forma de esclavitud, y distinguible de la vieja tan solo por el hecho de que es impersonal; no existe relación humana entre patrón y esclavo”, escribió Leo Tolstoy (1828-1910), el escritor ruso que, como tantos otros pensadores de su tiempo, intuyeron que el poder totalitario estaría en manos de quienes controlarán esta herramienta.

“Permítanme emitir y controlar el dinero de una nación, y no me importará quién escriba las leyes”, profesó Mayer Amschel Rothschild (1744-1812), fundador de La Casa Rothschild, y aunque sus palabras profetizaron tremendas consecuencias para nuestra libertad y sobrevivencia, no han encontrado resistencia, peor aún preocupación, en nuestra sociedad. Continuamos siendo creativos pero ciegos ante este evento que, quizás, haya afectado a nuestra forma de vida y de ver el mundo más que cualquier otro invento humano. Se podría decir que no existe mayor creatividad que convertir lo intangible en tangible.

Richard Florida dice que nos hallamos en la Era de la Creatividad como una fuerza económica movida por la “clase creativa”, donde impera el capital intelectual, el capital de la innovación, y el capital humano medido en capacidad creadora.

Sin embargo, continuamos pidiendo limosnas para financiar nuestras cruzadas creativas recibiendo apenas migajas monetarias sin siquiera considerar que tal vez nuestro problema de desfinanciamiento no es un problema, sino mas bien un síntoma de algo mucho más profundo y maquiavélico: el estar forzados a vivir en escasez cuando nos rodea la abundancia, todo por ser esclavos de nuestra propia ignorancia o, peor, de nuestra resistencia a dejar la ignorancia sobre el dinero de lado para encontrar nuestra libertad.

Si el *Arte y la Creatividad* son un “proceso de innovación inmensurable”, y el *Oficio* es un “proceso de creación medible”, nos daremos cuenta que en el paradigma actual, al “medir nuestra creatividad” acabaremos como esclavos del dinero, porque el dinero es actualmente la herramienta que mide el valor de un oficio y lo monetiza para extraer de él el valor de su aliento. Y como el dinero es escaso (otra vez, por la necesidad de mantener su valor cultural), nuestra capacidad de expresar la riqueza de nuestra creatividad acaba limitada por nuestra insolvencia monetaria.

Pero, ¿podríamos tal vez ser creativos, unirnos, e introducir una “divisa no monetaria” que nos permita aprovechar los valores indivisibles de la creatividad de modo que resalte su verdadera riqueza, de modo que el dinero no nos divida y reine?

Si el Arte y la Creatividad son un “proceso de innovación inmensurable”, y el Oficio es un “proceso de creación medible”, nos daremos cuenta que en el paradigma actual, al “medir nuestra creatividad” acabaremos como esclavos del dinero, porque el dinero es actualmente la herramienta que mide el valor de un oficio y lo monetiza para extraer de él el valor de su aliento. Y como el dinero es escaso (otra vez, por la necesidad de mantener su valor cultural), nuestra capacidad de expresar la riqueza de nuestra creatividad acaba limitada por nuestra insolvencia monetaria.

EL ANUNCIADO DECLIVE DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y LA CREATIVIDAD INDIVIDUAL⁷

Jaron Rowan

“El no apostar por la creatividad y la cultura como elementos centrales en las estrategias de desarrollo, es como hacer una sopa con la gallina de los huevos de oro”.

Lala Deheinzelin

Desde finales de la década de los setenta, hemos sido testigos del creciente interés por fomentar el papel económico de la cultura como elemento clave de crecimiento y desarrollo de las ciudades occidentales por parte de diferentes administraciones y gobiernos. Esta tendencia se concretó en la década de los ochenta con la promoción de las denominadas industrias culturales, es decir, con el fomento de grandes conglomerados de producción de la cultura como pueden ser sellos discográficos, editoriales, estudios de cine, emisoras de radio, etc. Las medidas que se pusieron en marcha para promocionar a este sector, introdujeron la idea de que la cultura puede ser un elemento de crecimiento económico capaz de reemplazar a la “decadente industria pesada” que no pudo hacer frente a las continuas demandas de productividad, abaratamiento y agilidad que le imponían los discursos neoliberales que empezaron a tomar el poder en países como Chile, Reino Unido y los EE.UU.

En esos momentos eran muchas las voces que consideraban que las industrias culturales suponían un paradigma económico muy diferente al de las industrias tradicionales. Su actividad de base creativa e intangible, podía generar numerosos beneficios como elemento de transformación urbana, como modelo de crecimiento económico y como un elemento de solución de conflictos sociales para ciudades que se encontraban en pleno proceso de degradación postindustrial. Es en este sentido que podemos aseverar que las industrias culturales han sido avivadoras de los procesos de terciarización de muchas de las ciudades occidentales y han funcionado como arietes de un cambio de modelo económico que se produjo gracias a los contenidos y valores añadidos que estas nuevas industrias generaron.

7 Este texto hereda y dialoga con ideas expresadas en la investigación ‘Nuevas economías de la cultura’ que realice junto a YProductions.

Los valores que se le han atribuido a las industrias creativas son numerosos y variados; se considera que la creatividad puede constituir un recurso básico para el crecimiento económico que, además, es barato, renovable y sostenible (Landry 2000). Supuestamente constituye una industria más igualitaria (Gill 2002) y puede eliminar formas de exclusión social (Fonseca-Reis 2008). A parte de esto, tendrían el potencial de crear riqueza económica. En 1998, el entonces Ministro de Cultura Británico, Chris Smith estimó que las industrias culturales podrían dar empleo a más de un millón de personas y generar beneficios de más de 50 billones de libras anuales tan solo en el Reino Unido (Smith, 1998:15). Expectativas importantes que tristemente nunca se han llegado a cumplir.

Bajo estas premisas se empezaron a diseñar políticas específicas para promover que artistas, diseñadores, músicos, etc., empezaran a “profesionalizar” su actividad, creando pequeñas empresas o convirtiéndose en emprendedores/as culturales⁸. Estas medidas presuntamente pretendían desvincular la cultura de la tutela de ciertas instituciones públicas para así generar un mercado aún incipiente de bienes culturales. Todo esto sucedió con el beneplácito de representantes políticos, tanto de la derecha como de la izquierda parlamentaria que veían en las industrias culturales un modelo económico más democrático. Autoras como Ángela Mc Robbie, en su trabajo “Zoot Suits and Second-hand Dress”, en 1989, identificaron los mercados informales que sustentan a las subculturas y la función de mercadillos y pequeñas tiendas para generar formas de sustento a jóvenes creativos de clase trabajadora que de esta manera lograban escapar de su clase o por lo menos evitar el destino que les venía marcado. Estas ideas escapan y contradicen a la inevitabilidad de clase que estaba presente en los trabajos de sus predecesores en Birmingham y rompía una lanza a favor de la cultura como impulsor de movilidad social. De esta manera, proponía la creatividad como un activo que los jóvenes de clase trabajadora podían movilizar para, tanto desafiar a las convenciones de clase y romper con ciertas tradiciones familiares como para generar valor económico que les podía llevar a ascender socialmente.

A su vez, Sarah Thornton, socióloga de la cultura, se dedicó a estudiar los festivales y fiestas ilegales conocidas como “raves” que acontecieron en el Reino Unido durante los primeros años de la década de los noventa. En su libro *Club Culture: Music, Media, and Subcultural Capital*, de 1996, acuñó el concepto de “capital subcultural”, que tomando prestada la noción de capital simbólico de Pierre Bourdieu, le servía para demostrar que las subculturas pueden ser un lugar importante para cimentar la carrera de muchas personas que posteriormente serían grandes músicos, Djs o actores. Para esta autora, las subculturas pueden ofrecer un valor añadido y credibi-

8 Para un estudio más detallado de este proceso ver Rowan 2010.

lidad a algunos de sus agentes que después lo pueden explotar en circuitos culturales comerciales. Según esta autora las subculturas podrían servir como mecanismo para desmontar las distinciones de clase que de forma tan precisa describe Bourdieu.

Este tipo de visiones complementan el marco neoliberal en el que originalmente se crearon los discursos en torno a las industrias culturales en los que se criticaba el papel propagandístico que adquiriría la cultura cuando era subvencionada por el Estado. Con el crecimiento del neoliberalismo, comprobamos como paulatinamente los Estados-nación tuvieron que disputarse parte de sus competencias con el mercado, cuyas leyes no escritas y su mano invisible se presentarán como el más eficiente –y democrático– sistema de organización sociopolítica. En el edificio del Estado, el pensamiento neoliberal no dejará piedra sin remover, departamento por cuestionar ni funcionario sin criticar; de esta manera las políticas financieras serán demolidas y el estado del bienestar defenestrado. Las políticas culturales no se salvarán de esta quema, puesto que todo lo que remotamente pueda sonar a keynesiano se verá cuestionado. Jim McGuigan explica que en el Reino Unido “el thatcherismo hizo lo posible por terminar con la democracia social británica con la intención de crear una cultura y una sociedad esencialmente americanizadas, impulsadas por los imperativos del libre mercado, creando la realidad objetiva y subjetiva de lo que podemos denominar como cultura de lo empresarial” (2004:10).

Para comprender la facilidad con la que caló el discurso neoliberal es necesario tener en cuenta una serie de factores previos. Debido a elementos como la creciente diversificación étnica que experimentó el Reino Unido, la consolidación de discursos y crítica feminista o la proliferación de movimientos subculturales, los viejos enunciados y conceptos sobre los que se sustentaba la política cultural tradicional se pusieron en entredicho y nociones básicas como “excelencia” o “accesibilidad” fueron duramente criticadas. Esto debilitó los discursos tradicionales con los que se defendía el papel del Estado como garante del acceso y ente financiador de la cultura. A su vez, esto propició que se impusiera una visión neoliberal del papel del mercado como elemento legitimador y regulador de la cultura. No existía una oposición discursiva fuerte a estas ideas. De forma paulatina los marcos de propiedad intelectual se fueron volviendo cada vez más estrictos y ocuparon un lugar central en la regulación de la economía de la cultura. Con todo esto, y tal como ha expresado de forma clara George Yúdice (2002), pudimos ser testigos de una transición que llevaba a entender la cultura como un derecho básico de la ciudadanía, a ser considerado un recurso económico que debía ser fomentado por las administraciones públicas.

La promoción exterior de este modelo: el desarrollo

Este modelo económico de la cultura empezó a ser promovido y exportado por grandes organismos internacionales como la UNCTAD, UNESCO o WIPO, por citar unos pocos, como fórmula de desarrollo para países con economías emergentes. Desde la declaración de Sao Paulo⁹, se puso sobre la mesa la importancia de la cultura como factor de desarrollo económico y las industrias culturales como mecanismo ideal para alcanzar este objetivo.

A pesar de las numerosas críticas que ha recibido la noción de desarrollo, los diferentes lobbies y grupos de presión lograron imponer este concepto de cultura/desarrollo, con la consiguiente creencia de que las políticas sociales pueden cubrirse a través de políticas económicas, pese a carecer de base empírica para sustentar tales ideas. La investigadora Kate Oakley ha puesto en crisis la noción de que las industrias creativas, debido a su naturaleza cultural, podían llegar a ser un motor de inclusión social. Y es que según explica, al principio existía “la percepción de que la clase creativa era meritocrática, abierta al talento y poco proclive a los prejuicios de raza, género o sexualidad, lo que condujo a la esperanza de que estos sectores abrieran caminos para la participación de los grupos tradicionalmente excluidos” (2006:262). Pero esta asunción no tardó en ponerse en entredicho. Las cifras pronto mostraron una realidad un tanto más cruda: “el 4,6% de la fuerza de trabajo en las industrias creativo-culturales del Reino Unido proviene de un origen étnico, comparado con el 7% del total del país. Esto es aún más problemático cuando uno considera que el trabajo en las industrias creativas se concentra en Londres, donde una cuarta parte de la fuerza del trabajo tiene un perfil étnico” (2006:263). El acceso a los trabajos en la industria creativo-cultural, normalmente se realiza mediante contactos internos o redes de amistades, lo que puede suponer un verdadero obstáculo a gente muy bien preparada pero que carece de contactos que normalmente se generan en ambientes universitarios o clubes a los que no todas las capas sociales tienen acceso.

Kate Oakley recomienda que “las políticas de inclusión social o que promuevan la igualdad necesitan desarrollarse por su propio derecho, no como una consecuencia del crecimiento económico. No existe evidencia alguna que nos sugiera que una sociedad económicamente competitiva no pueda tener grandes magnitudes de desigualdad o injusticias” (2006:271). Las industrias culturales no crean justicia social sino que se limitan a reproducir y en ocasiones a magnificar desigualdades ya existentes.

9 http://portal.unesco.org/es/files/23037/110076962511DECLARACI%D3N_DE_SAO_PAULO_SOBRE_LA_CULTURA_EN_EL_DESARROLLO_Y_LA_INTEGRACI%D3N_DE_AM%C9RICA_LATINA.pdf/DECLARACI%D3N%2BDE%2BSAO%2BPAULO%2BSOBRE%2BLA%2BCULTURA%2BEN%2BEL%2BDESARROLLO%2BY%2BLA%2BINTEGRACI%D3N%2BDE%2BAM%C9RICA%2BLATINA.pdf

Sobre la discriminación laboral por razones étnicas, el gurú y máximo defensor de las clases creativas, Richard Florida, hace también evidente, de forma involuntaria, una realidad bastante desafortunada. Uno de los tres índices que utiliza para evaluar el potencial creativo de una región, es la tolerancia y nos muestra un panorama poco alentador. Según este controvertido autor, “los resultados muestran que las nociones de diversidad y creatividad funcionan de forma conjunta para promover la innovación y el crecimiento económico” (2002:262); por ello busca los grados de diversidad –personas de diversas procedencias geográficas, étnicas, etc.– de los diferentes contextos que analiza. Si un contexto muestra elevados grados de diversidad, es mucho más susceptible de ser creativo y por ende productivo. El propio Florida se ve obligado a aceptar un problema con esta escala de valoración, y es que refleja una realidad algo incómoda, puesto que estas gráficas “no incluyen individuos afroamericanos o no-blancos” (2002:262). Esto parece reflejar algo que ya ha denunciado Kate Oakley, y es que, como se ve obligado a admitir Florida, “parece que la economía creativa hace muy poco para mejorar la división tradicional entre los segmentos blancos y no-blancos de la población; en ciertos casos puede que incluso la empeore” (2002:263). Vemos así que este índice funciona muy bien en ciudades universitarias que atraen a estudiantes de diversos lugares geográficos, en muchos casos provenientes de familias adineradas dispuestos a “tolerarse” mutuamente y a trabajar de forma gratuita. Pero sus indicadores muestran la otra cara de esta realidad: las ciudades con desigualdades y el prejuicio racial no cambian al introducir industrias culturales, y en algunos casos este tipo de problemas empeora en este sector.

Desigualdades de género en las industrias culturales

Otra forma de discriminación en este sector y que ha sido denunciada en diferentes ocasiones, y para cuya erradicación se ha trabajado en otros sectores, es la que se produce por razones de género. A continuación vamos a analizar las aportaciones que hacen diferentes académicos británicos como Rosalind Gill, Katie Milestone y Mark Banks, que han investigado en torno a las nuevas formas de discriminación de género que se han anclado en el contexto de las industrias creativo-culturales. Milestone y Banks nos advierten de que “tras el discurso de la ‘flexibilidad’ y la ‘libertad creativa’ se esconden una serie de desigualdades fundamentales y prácticas discriminatorias en el trabajo cultural. Argumentamos que las formas de organización ostensiblemente ‘destraditionalizadas’ y ‘reflexivas’ de las industrias culturales pueden propiciar la posibilidad de que reemerjan formas tradicionales de discriminación y desigualdad de género” (Banks y Milestone, 2011). Según los autores, esto sucede porque la “disolución de formas de poder social ya sedimentadas puede dar pie a lo que

paradójicamente podemos denominar un efecto de ‘retradición’” (Banks y Milestone, 2011). La falta de formas de organización estables, la extrema flexibilidad de las prácticas laborales del sector, la ausencia de marcos de control, la escasa o nula representación sindical y la desaparición de ciertas jerarquías que se reemplazan por sistemas de trabajo en red, han precipitado la pérdida de conquistas sindicales y la aparición de formas de injusticia que en muchos otros sectores se tienen controladas. Esto afecta principalmente a las mujeres, que siempre han sido más vulnerables a este tipo de formas de discriminación. Como sugieren estos autores “en los trabajos culturales se tiende a situar a las mujeres en puestos de administrativa, cuidadora u otras actividades de apoyo, en lugar de ocupar trabajos creativos o en puestos de alta visibilidad” (2009). Esto contrasta mucho con la visión generalizada que se tiene del trabajo creativo que, como explica con acierto Rosalind Gill, tiende a percibirse como un sector “cool, creativo e igualitario por académicos, políticos, los media y los propios trabajadores del sector” (2002: 70). Gill, tras realizar un trabajo de carácter etnográfico con trabajadoras y trabajadores de new media situados en Inglaterra, Holanda, Francia y España, pudo comprobar la importancia de la discriminación por motivos de género en este sector. Con su trabajo se hizo patente que “las mujeres conseguían menos contratos laborales, y las que los conseguían solían vincularse al sector público o al tercer sector y no tanto con entidades privadas –que de forma desproporcionada contrataban a hombres–. Las mujeres ganan menos dinero por su trabajo que los hombres –pese a que esto pueda ser debido a que consiguen menos proyectos y no porque su trabajo esté devaluado” (2002:82). Como ya hemos visto con Oakley, este sector en el que prima la informalidad, puede dar pie a que ciertos protocolos desaparezcan –la entrevista de trabajo, por ejemplo– y se naturalicen conductas poco deseables. Según Gill, “la informalidad será la causa de problemas de muy diversa índole para las mujeres, que han de trabajar con hombres en ambientes masculinizados y padecen formas de relación sexualizadas, preceptos sexistas o culturas machistas” (2002:82). Si, en muchos otros ámbitos laborales las políticas que prohíben este tipo de comportamientos existen, pese a que se podría argumentar que han tenido resultados desiguales, en el sector del trabajo creativo se carece completamente de este tipo de marcos normativos, cosa que ayuda a naturalizar los comportamientos mencionados. Gill concluye advirtiéndonos que “si observamos esta situación utilizando indicadores tradicionales como el número de contratos o los beneficios obtenidos, las mujeres aparecerán como claras perdedoras en este contexto” (2002:86); asunto preocupante que no deja de ser una realidad del sector.

Por último, un factor muy importante a tener en cuenta es la manifiesta incapacidad que han tenido las industrias culturales de mantener su promesa de creación de empleo. En este sentido es interesante leer con detenimiento un informe que publicó a

finales del año 2010 la Work Foundation¹⁰ y que bajo el título “A Creative Block? The Future of the UK Creative Industries¹¹”, analiza el estado presente y el futuro de las industrias creativas en el Reino Unido. El trabajo, que se ha puesto a disposición recientemente, presenta algunas conclusiones que son anómalas en el contexto de este tipo de documentos puesto que lejos de caer en los tópicos habituales en torno a la fortaleza del sector, su capacidad de sobrevivir a las crisis, las tasas crecientes de empleo que presenta o su viabilidad económica, destapa algunas realidades más crudas y preocupantes; puede que esto sea así puesto que es uno de los primeros documentos de este tipo en analizar el sector desde que empezó la actual crisis económica. Uno de los principales problemas que se introduce en el documento es el de la incapacidad que tienen las empresas culturales para crecer en escala; este factor constituye uno de los principales indicadores de la fragilidad del sector, ya que las empresas que lo componen son difícilmente escalables. Igualmente, en el informe se indica que “una mirada general sobre el sector nos muestra una variación de tamaños considerable, por ejemplo, las 8 mayores firmas dominan la televisión, la radio y el sector editorial acumulando un 70% de la facturación de estos sectores, mientras que el 63% de la facturación en el sector musical o en las artes escénicas corre a cargo de pequeñas empresas” (2010:16).

Este trabajo explora el mito de que las industrias creativas son inmunes a las crisis económicas o que están mejor preparadas para afrontarlas. Se indica que “las industrias creativas son especialmente vulnerables a las crisis económicas, en parte porque el número desproporcionado de microempresas que conforman este sector implica que sea mucho más difícil absorber golpes económicos exógenos (...) la recesión post-2008 ha tenido importantes consecuencias que se pueden ver tanto en las tasas de fracaso económico como en las variaciones de empleo. Esta crisis ha tenido un especial impacto negativo en este sector en comparación con las dos recesiones previas, ya que se ha notado una caída importante en la demanda de empresas o trabajadores autónomos. A finales de 2008, un cuarto de las tiendas de música independientes habían quebrado” (2010:20). En la misma línea, las cifras de desempleo no dejan lugar a dudas: “el desempleo directo en las industrias creativas se ha doblado, pasando de 43.445 personas desempleadas en abril de 2008 a 83.660 en abril de 2009”(2010:21), (estos datos no se contrastan con el nivel de desempleo general del Reino Unido, cuya tasa de crecimiento ha sido inferior al mostrado en las industrias creativas). Esto desmiente las teorías que sostienen que las industrias creativas tienen más capacidad de adaptarse a los vaivenes del mercado que otros sectores o que su modelo basado en clusters de negocios es refractario a las crisis.

10 <http://www.theworkfoundation.com/>

11 http://www.theworkfoundation.com/assets/docs/publications/277_A%20creative%20block.pdf

No podemos olvidarnos de que una de las principales características que define el trabajo creativo es la precariedad. Por lo general, el tipo de empleo que se genera en las industrias culturales, como ha sido ampliamente documentado, es de tipo flexible, intermitente, irregular y mal remunerado. Todo esto nos debería incitar a reflexionar sobre la idoneidad de este modelo, teniendo en cuenta las consecuencias negativas que comporta.

Se derivan dos importantes reflexiones de este informe, la primera es que por mucho que los modelos desarrollados previamente a la crisis demostraran lo contrario, las industrias creativas son vulnerables a las recesiones y su capacidad de creación de empleo se ve seriamente amenazada en momentos en los que no hay crecimiento en otros sectores. Es decir, más que constituir un motor económico, las industrias creativas actúan más como un carro que se deja arrastrar por el crecimiento económico de sectores adyacentes.

No podemos olvidarnos de que una de las principales características que define el trabajo creativo es la precariedad. Por lo general, el tipo de empleo que se genera en las industrias culturales, como ha sido ampliamente documentado, es de tipo flexible, intermitente, irregular y mal remunerado. Todo esto nos debería incitar a reflexionar sobre la idoneidad de este modelo, teniendo en cuenta las consecuencias negativas que comporta.

Sujetos creativos, emprendedores y otras grandes debacles

Ya para concluir, se me hace necesario introducir una pequeña reflexión en torno al modelo de subjetividad liberal que sustenta a las industrias culturales. En todo momento, este nuevo paradigma se apoya y promueve una noción de creatividad individual que es completamente ajeno a las formas en las que se genera cultura. No existe manifestación cultural que no esté insertada y atravesada por el entorno social en la que se ha creado. Sería imposible analizar cualquier objeto cultural sin toparnos con numerosas genealogías, conceptos e ideas que ya estaban en circulación cuando fue creado. En ese sentido, apoyar (discursiva y

jurídicamente a través de la propiedad intelectual) la creatividad individual parece un acto encaminado a promover un tipo muy específico de modelo económico que poco tiene que ver con las formas en las que se produce y organiza la cultura.

Por otra parte, algunas de las nociones y modelos que ya hemos discutido previamente como pueden ser los de la clase creativa, se basan en un modelo social bastante cuestionable. Emprendedores individuales que compiten por hacerse con nichos de mercado siguiendo narrativas heroicas y trayectorias vitales marcadas por la competitividad y la búsqueda del éxito personal. Esta lucha por maximizar el beneficio individual dejará a muchas personas en la cuneta, las jerarquías de la popularidad y el éxito mediático están pobladas por muy pocas personas, pese a que el número de aspirantes a ascender por esa pirámide es muy elevado. El modelo tradicional de industrias culturales se basa efectivamente en mantener esta base densamente poblada de artistas, músicos, directores de cine, actores, etc. que aspiran a lograr un éxito normalmente efímero y fatuo.

Esto nos lleva a la necesidad de plantear nuevos modelos y supuestos de trabajo que inviertan este proceso. Modelos en los que la riqueza colectiva supera el lucro individual. Modelos en los que la cooperación, que siempre ha abundado en la producción cultural, no esté entorpecida por la competición y búsqueda de beneficios individuales. Es el momento de buscar formas de hacer en las que se acepte la naturaleza común del conocimiento y de la cultura, dando pie a formas de explotación que integren diferentes esferas de valor. Es necesario formular modelos de trabajo/vida en los que la producción de riqueza individual no esté por encima de la generación del bien común, de la creación de riqueza colectiva.

Tras la actual crisis económica ya nadie puede creer que las industrias culturales nos vayan a salvar o sacar de este agujero. La cultura no supone ninguna forma de salvación ni es la gallina de los huevos de oro que muchos quisieron ver. Es más, en algunos lugares ha llegado a constituir un gran problema. Procesos de gentrificación urbana han desposeído a las comunidades de su acceso a ciertas formas de la ciudad con plena connivencia de las clases creativas que impulsaron estos procesos en primer lugar. Igualmente hemos visto el crecimiento y declive de ciertas “ciudades marca” en los que diseñadores gráficos, arquitectos o artistas han trabajado de forma cercana con planificadores para transformar a las urbes en parques temáticos listos para ser disfrutados por turistas atraídos por la cultura y vida nocturna de estos enclaves. En ningún caso, la cultura ha traído justicia social, sino que ha marcado y fomentado ciertas desigualdades cómo ya hemos podido demostrar.

Frente a una crisis sistémica sin parangón es el momento de alejarse y deshacerse de los modelos económicos que nos empujaron al borde del abismo. Es el momento de poner en crisis formas de hacer que sigan incidiendo en la creatividad individual, la competición y la privatización de los saberes y conocimientos que hemos generado en común. Las indus-

trias culturales nos llevan a un modelo arcaico que nunca llegó a funcionar. Convivieron y propiciaron la burbuja inmobiliaria que ha dejado a tantas personas sin acceso a un lugar donde vivir. Favorecieron la emergencia de las ciudades marca que paulatinamente se distanciaron de la ciudadanía en su búsqueda por monetizar todos los aspectos de la vida cotidiana. Permitieron la extensión de la propiedad intelectual hasta límites que no por parecemos ridículos dejan de ser realidad. Legislaciones que nos alienan de nuestros saberes tradicionales, colores, sonidos o historias colectivas. Dejemos que los emprendedores sigan concurrendo entre ellos por ver quien firma la nueva idea, tendencia o melodía, mientras que nosotras trabajamos en pensar nuevas formas de ser, vivir y producir cultura que refuercen el procomún y la riqueza colectiva.

Es por todo esto que hemos de trabajar para que la cultura deje de ser un problema, pero a su vez tenemos que aceptar que nunca será una solución. La gallina de los huevos de oro, si existe, sin duda vive en otro corral.

Esto nos lleva a la necesidad de plantear nuevos modelos y supuestos de trabajo que inviertan este proceso. Modelos en los que la riqueza colectiva supera el lucro individual. Modelos en los que la cooperación, que siempre ha abundado en la producción cultural, no esté entorpecida por la competición y búsqueda de beneficios individuales. Es el momento de buscar formas de hacer en las que se acepte la naturaleza común del conocimiento y de la cultura, dando pie a formas de explotación que integren diferentes esferas de valor. Es necesario formular modelos de trabajo/vida en los que la producción de riqueza individual no esté por encima de la generación del bien común, de la creación de riqueza colectiva.

Bibliografía

Banks, M. and Milestone, K. (2011) 'Individualization, Gender and Cultural Work', *Gender, Work and Organization* 18, 1, 73-89.

Deheinzelin, L (2010) Crea futuros: movimientos para crear (y criar) futuros deseables y su relación con la economía creativa. http://laladeheinzelin.com.br/wp-content/uploads/2010/07/Texto-Lala-Deheinzelin-Campus-Euro-Americano-de-Cultura-Buenos-Aires-27_08_09.pdf

Florida, R (2002) *The Rise of the Creative Class*. Basic Books, Nueva York.

Fonseca Reis, A (2008) *Economía Creativa Como Estrategia de Desarrollo: una visión de los países en desarrollo*. Itaú Cultural, Sao Paulo.

Gill, R (2007) *Technobohemians or the new Cybertariat? New media work in Amsterdam a decade after the web*. Network Notebooks 01, Institute of Network Cultures, Amsterdam

Gill, R (2002) 'Cool, Creative and Egalitarian? Exploring gender in project-based new media work in Europe' *Information, Communication & Society* 5:1 2002 70-89

Hesmondhalgh, D. (2007) *The Cultural Industries*, SAGE Publications, London.

Ivey, B (2008) *Arts, Inc.* University of California Press, California.

Landry, C (2000) *The Creative City*. Earthscan, London

McGuigan, J (2004) *Rethinking Cultural Policy*. Open University Press

McRobbie, A (1989) *Zoot Suits and Secondhand Dresses: Anthology of Fashion and Music*. Palgrave Macmillan, London

McRobbie, A (2003) 'Everyone is Creative. Artists as Pioneers of the New Economy?' http://www.k3000.ch/becreative/texts/text_5.html

McRobbie, A (2007) 'La 'losangelización' de Londres: tres breves olas de microeconomía juvenil de la cultura y la creatividad en Gran Bretaña' en <http://transform.eipcp.net/transversal/0207/mcrobbe/es>

Oakley, K. (2004) 'Not so cool Britannia: the role of the creative industries' en *economic development. International Journal of Cultural Studies* 7, 67-77

Oakley, K (2006) 'Include Us Out' Economic Development and Social Policy in the Creative Industries' Cultural Trends Vol.15, No.4, December 2006, pp.255–273.

Rowan, J (2010) Emprendizajes en cultura. Traficantes de Sueños, Madrid

Smith, C., 1998. Creative Britain, Faber and Faber.

Thornton, S (1996) Club Culture: Music, Media, and Subcultural Capital. Polity Press, London

Yproductions (2010) 'Nuevas economías de la cultura'

Yúdice, G (2002) El Recurso de la Cultura. Gedisa, Barcelona.

¿PARA QUIÉN CREAMOS? 20 PUNTOS PARA LA REFLEXIÓN.

Fernando Vicario

Una pequeña reflexión sobre los cambios de comportamiento actuales en los públicos de la cultura y la inexistente adaptación del mercado latinoamericano ni el latino europeo, con España y Portugal como ejemplos claros, a las nuevas formas de exhibición, distribución, comercialización y explotación de los productos que con tanto ahínco defendemos. Es a todas luces imprescindible abrir un debate en profundidad en el que se busquen las causas y se trate de entender que las soluciones son posibles, pero solo hay que saber de qué forma priorizarlas y cómo estudiarlas, analizarlas y avaluarlas de manera compartida.

Los públicos, esos indescifrables protagonistas del siglo XXI

El modelo de público del siglo XXI ha cambiado y eso es absolutamente indiscutible. En la civilización minoica comienza eso que podríamos observar como principio de la realización y evolución de los espectáculos públicos. El mismo consistiría en el desarrollo de los llamados “juegos del toro” que se celebraban sobre todo en el palacio de Cnosos. Más adelante dichos “juegos del toro” se llegaron a realizar conjuntamente con otros concursos atléticos como carreras, saltos, luchas y pugilato. A estos se le fueron añadiendo las manifestaciones atléticas las cuales irán muy estrechamente relacionadas a diferentes acontecimientos determinados. Dichos acontecimientos serían bodas, funerales o agasajos destinados a huéspedes importantes. Estos acontecimientos tendrán una gran importancia. Por lo que respecta a los funerales, “tras complicados ritos funerarios, que duraban en función del rango del difunto y del dolor de sus deudos y amigos, se organizaban importantes juegos y competiciones en su honor”. Como en los juegos deportivos, la música también tendría su origen en el ámbito religioso con las primeras composiciones regulares, los himnos, los cuales iban acompañados de danzas. “Los himnos y cantos sagrados llevaban el nombre de nomos (leyes); cada uno de los grandes dioses tenían su canto propio. Para cada dios había un canto; para cada canto se empleaba también el instrumento que le era más agradable: la lira y la cítara estaban consagradas a Apolo; la flauta a Baco”.

¹²Estos juegos constituían un elemento básico en la vida del pueblo romano. Podían durar treinta, cuarenta e incluso hasta cien días. Para hacernos a la idea de lo importante que eran para los romanos sus espectáculos públicos, hay que indicar que en más de una ocasión habitantes de las ciudades situadas en las provincias llegaron a abandonar la defensa de sus muros en pleno asedio por ir a ver dichos espectáculos¹³. Desde ese momento hasta la llegada de la revolución francesa los espectáculos fueron cambiando sustantivamente y fue en 1789 que se comienza a modificar el espacio cultural, haciéndolo un espacio más cercano a la generación de pensamiento y al respeto por las creaciones del pasado. Se comienza a crear un sentimiento colectivo de que las actividades culturales sirven para enriquecer el intelecto de la gente y a través de ellas se va mostrando el concepto de creatividad que se había ido fraguando durante muchos siglos.

¿Cómo consume hoy día creatividad la gente?

En la actualidad las formas de relacionarse con el arte y la creatividad van cambiando a una velocidad vertiginosa. Veamos las visitas al Louvre bajaron en 2011 a un poco más de 6 millones de personas, casi un 20% con respecto al año mágico que fue el 2008 con 8,5 millones de visitantes, pero las visitas virtuales crecieron en casi un 100%, llegando a más de 45 millones de usuarios de la página oficial.

El Museo del Prado tiene casi 3 millones de visitas presenciales en el 2011 y más de cinco millones de personas en el mundo que han entrado en su página web, solo en el último semestre. Los cambios nos inducen a diversas reflexiones de las que cabe mencionar las realizadas por Jordi Sellas :

La situación actual nos remite a una sociedad absolutamente atomizada con respecto a los gustos de consumo cultural. La respuesta como profesionales de la gestión cultural debe ser la hipersegmentación de nuestros contenidos y de los mensajes a través de los cuales llegan al público. El nuevo entorno mediático en el que nos encontramos obliga a las empresas de comunicación tradicional a experimentar en nuevos modelos de negocio y esta puede ser una buena oportunidad para conseguir aplicar las estrategias de hipersegmentación en la comunicación.

12 <http://www.elinconformistadigital.com/modules.php?op=modload&name=News&file=article&sid=1977>

13 Id.

Los productos culturales tienen incluidos, en su esencia, los conceptos de socialización y prestigio, dos elementos que cada vez son más necesarios para el ser humano moderno, hiperconectado tecnológicamente, pero necesitado, como ser social que es, de experiencias de socialización y de posicionamiento dentro del entorno.

Aprovechando las oportunidades que nos ofrece el nuevo entorno comunicativo, las propuestas culturales con los más variados objetivos (desde las más minoritarias, locales o alternativas hasta las dirigidas a públicos masivos) pueden lograr sus objetivos de captación de nuevos públicos y mantener la fidelización de los viejos públicos de forma económica, sencilla y profesionalizada¹⁴, Jordi Sellas.

Gran parte de las soluciones pueden ir apuntando a muchas de las que menciona este texto de Jordi Sellas. Pero, si no metemos mano al famoso tema de la formación de públicos, esta igualdad de creatividad=capital va a modificar sus premisas cambiándola por un entramado en el que la fórmula haga coincidir a empresas de suministros de contenidos=capital. Dará igual la calidad del contenido, solo importará llenar y llenar esos inmensos caudales de suministro de creatividad, sin medir nada más que la cantidad.

Los públicos ahora están deslumbrados, el exceso de información deslumbra, pero en cuanto pase el fogonazo, que seguro pasará, volveremos a seleccionar y casi con más rigor del que lo hacíamos antaño, lo que vamos a consumir culturalmente y para eso hemos de formar públicos capaces de saber qué y cómo seleccionar lo que necesitan, lo que les gusta, lo que quieren.

Grandes transformaciones en el consumo cultural.

El público actual ya no es solo consumidor sino que poco a poco se va transformando en productor cultural; la facilidad para poner a circular los productos resultado de la creación nos genera una nueva catalogación que algunos teóricos han dado en llamar *prosumidores*, en clara simbiosis entre productores y consumidores. Las reglas del juego cambian y por tanto cambian los modos de análisis y los modelos para realizar las investigaciones sobre consumos culturales. Ahora hemos de contemplar a los que se acercan a esas otras formas de la creatividad que van generando industrias cada día más boyantes, como son la moda o la gastronomía, pero tampoco nos podemos olvidar de quienes introducen la cultura en las grandes líneas maestras del urbanismo y el diseño de los modos de convivencia urbana.

14 <http://www.ub.edu/cultural/Eventos/DocsCrecerExperimentando/JordiSellasCrecerESP.pdf>

Hay un exceso de preocupación por la producción, la coproducción, la financiación, la cofinanciación, pero nadie habla con tanto entusiasmo de la codistribución, de la comercialización, de la exhibición y de la venta. Es imprescindible que los proyectos vayan incorporando los mecanismos para darse a conocer. Un acto de creación celebrado en solitario no pasa de ser eso: un acto creativo y posiblemente muy satisfactorio para su o sus creadores, pero para que pase a ser un hecho cultural necesita pensar en como se va a comunicar.

El público de las nuevas tecnologías es mucho más disperso y contiene en su modo de aproximación la idea de “obsolescencia” casi incorporada de forma inconsciente a sus gustos. Ya no hay fidelidades, no hay permanencias, las cosas que cambian son las más valoradas; aquellas que permanecen inalterables son a veces tachadas de cansonas y aburridas. El rango de valor ha cambiado en lo que hoy llamamos producto cultural.

Es prioritario hoy día comenzar a pensar que la cultura es un acto de creación y al mismo tiempo es un proceso de comunicación y que para que el mismo se produzca es imprescindible establecer mecanismos que ayuden a conectar, a generar espacios simbólicos que sean incorporados por los públicos a los que queremos llegar. Para ello, nos atrevemos a proponer una serie de puntos para pensar con el fin de ir mejorando estos trayectos y hacerlos, al menos, más cooperativos y participativos.

Puntos para comenzar una reflexión sobre las nuevas relaciones con los públicos de la cultura.

1º.- Hay un exceso de preocupación por la producción, la coproducción, la financiación, la cofinanciación, pero nadie habla con tanto entusiasmo de la codistribución, de la comercialización, de la exhibición y de la venta. Es imprescindible que los proyectos vayan incorporando los mecanismos para darse a conocer. Un acto de creación celebrado en solitario no pasa de ser eso: un acto creativo y posiblemente muy satisfactorio para su o sus creadores, pero para que pase a ser un hecho cultural necesita pensar en como se va a comunicar. Los “hacedores” de cultura sajona no dejan de poner el foco en este proceso y quizá a los latinos nos ha llegado el tiempo de comenzar a hacerlo.

2°.- De dónde toma la creatividad una de sus principales fuentes de formación, de la transmisión y la herencia de productos creativos... Pues, esto ahora va a cambiar. Las nuevas leyes de Amazon y de Google books y de otras editoriales masivas en sistema digital cambian las reglas del juego... Resulta que ahora no vamos a poder legar nuestras "propiedades" culturales; los libros se comprarán para un uso determinado en un aparato o varios, pero muy concretos, no podrán estar en una librería; las películas ya no se verán en el grupo que armábamos antes para ir al cine, o sí, pero de otra manera, y desde luego la tendencia es que desaparezca el dvd o el cd y la bajemos para un visionado directo de la red, cómo afecta a la sensación de colectivo que va al cine y se regala películas. La música tendrá el mismo sistema de propiedad que los libros y esto nos dejará sin la posibilidad de regalar discos. Seguramente la industria generará mecanismos para que esto no suceda y poder cobrar el doble por el mismo libro, uno el que se regala y otro el que tenemos nosotros, así desaparece el problema de la gente que no los devuelve. Pero ¿cómo vamos a heredar la creatividad?

3°.- La música, los libros, los cuadros, las películas, las fotos, los afiches de publicidad, se virtualizan en su difusión y se individualizan en su consumo; si la creatividad era un acto individual que ganaba peso en su contacto con la colectividad, ¿qué medio de crecimiento compartido pone ahora en juego su desarrollo para que la cultura siga siendo un hecho colectivo? Es decir, ¿cómo se socializa hoy día la creatividad? Ya no son los cauces habituales, mi generación iba al cine de arte y ensayo y compartía la crítica en la calle, en un bar, hoy se ve en casa y se comparte en torno a un televisor, pero no en la calle, porque no hay salas y cada vez habrá menos. El espacio público que era el gran generador de cultura compartida está pasando a ser el gran espacio del miedo. Nos encerramos cada vez más y por tanto, cada vez menos compartimos lo social.

4°.- Lo analógico y lo digital han de comenzar a hablar para no ser excluyentes. Hoy todavía parecen niños peleados por entrar primeros en la escuelita, pero es evidente que tendrán que aprender a convivir, o la brecha será mayor que cuando la oralidad y la literacidad no supieron hacerlo. Hay maneras de hacerlo, pero lo que no hay son recetas universales. Las políticas culturales deben buscar modos y maneras particulares de llevar este diálogo a la práctica en los diferentes espacios en que debe realizarse. No es lo mismo generar este encuentro en un espacio urbano que en uno rural. Hemos de construir sistemas de conversación particulares para que la gente no sea esclava de los sistemas de imposición globales.

5°.- Las redes y el nuevo consumo compartido. Hasta ahora las redes son solo para la producción; sería necesaria la concepción de redes para el consumo. Pero ¿cómo se hace eso? Es un proceso que está siendo cooptado por las grandes redes sociales, que

a su vez conducen a los grandes negocios de distribución que repiten los esquemas análogos. No somos capaces en este lado del mundo de generar redes de consumo. Hoy una película o una canción triunfan porque se recomiendan en Facebook o en Tuenti o Twitter, quienes a su vez encuentran al creador, le dan sus quince minutos de gloria y se llenan de dinero con ese suceso, por breve que haya sido. En el mundo latino todavía no sucede con nada. No hay empresarios, o no hay voluntad política de ayudarlos.

6º.- Las dimensiones de la cultura desde la perspectiva del siglo XXI. Estas dimensiones han sido planteadas en el documento que habla sobre el espacio cultural iberoamericano y el autor es el doctor Jesús Prieto de Pedro, Catedrático de Derecho administrativo de la UNED en España, quien nos dice que los acápites a considerar serían:

La dimensión económica exige un ámbito de armonización de los intereses y valores económicos y culturales, articulados en una economía de la cultura competitiva y de valor añadido que promueva las medidas para la libre circulación, sin trabas ni barreras, de los bienes y servicios culturales entre los países y que responda a los valores culturales de impulso de la creatividad, el acceso a la cultura y el reconocimiento y valorización de la diversidad cultural.

La dimensión jurídica ha de aproximar los enfoques legislativos en las materias culturales desde postulados y visiones compartidas con el fin que sean la base un derecho de la cultura, para el que es de especial importancia la elaboración de bases de datos jurídicos al servicio de dichos objetivos.

La dimensión comunicativa debe favorecer un espacio que haga posible la circulación de contenidos y expresiones culturales a través de redes, que descansen en el castellano, el portugués y las demás lenguas de la región, en las instituciones culturales y en los medios de comunicación y digitales; todo ello de conformidad con los principios de pluralismo, acceso universal y neutralidad de la red.

La dimensión ciudadana que debe generar una conciencia de ciudadanía cultural compartida, que descansa en el reconocimiento recíproco del conjunto de expresiones culturales y de las identidades complejas e imbricadas que las articulan, en la participación social (con especial atención a la juventud) y en el reconocimiento de los derechos culturales.

La dimensión social ha de promover el impulso de unas garantías básicas laborales y de protección social, comunes para los trabajadores y profesionales de la cultura y la libre circulación de los artistas y creadores culturales.

La dimensión patrimonial debe generar formas y procedimientos de significación del legado de creaciones, bienes culturales y conocimientos tradicionales generados por la multiplicidad de grupos y comunidades existentes en la región y que significan de forma más relevante la identidad cultural iberoamericana.

La dimensión institucional del espacio ha de afianzar las instituciones culturales ya existentes, así como impulsar la creación de otras nuevas que permitan gestionar y representar el Espacio hacia dentro y hacia fuera de la región iberoamericana.¹⁵

7º.- No hemos sido capaces de generar un modelo económico sostenible, ni en lo referente a los aspectos sociotecnológicos, ni tampoco en lo referente a las estructuras capaces de construir marcos de desarrollo permanentes. La misma idea de sustentabilidad precisa ser ampliada para incluir no solo la idea ambiental, sino también lo social y lo cultural. La sustentabilidad cultural necesita crear su propio lenguaje, ya que no podemos continuar repitiendo el esquema de las ciencias ambientales; hemos de intentar por todos los medios definir que significa en cultura la sustentabilidad, que no es preservación, pero sí es incremento de la participación sostenida en el tiempo, manteniendo las claves de equidad y diversidad que defiende la esencia de todo sistema que quiera ser inclusivo.

8º.- Las representaciones de la gobernabilidad se han diversificado en la actualidad; los entes oficiales dividen su trabajo en espacios nacionales, regionales y locales que deben convivir con las nuevas formas de organización de la sociedad civil, que se instituyen en torno a redes que han eclosionado de una forma espectacular en estos últimos años. Modos de organización de la sociedad, como por ejemplo el movimiento 15M, yo soy 132, el movimiento Fora do Eixo, la red Chasquí, etc. Son movimientos que no planifican el futuro abriendo la posibilidad de hacer, sino que hacen y accionan construyendo en el presente un futuro mejor. Todos ellos afirman de una manera incuestionable los derechos culturales como una de sus principales banderas.

9º.- Los años recientes son de una rápida transformación y convergencia tecnológica alcanzando niveles nunca vistos. Esto dificulta mucho la fluidez de las relaciones entre economía y cultura. Incide en la precariedad social y al mismo tiempo es la consecuencia de ella en el sector del trabajo cultural. Esta situación no ha comenzado a ser abordada con seriedad desde los planteamientos culturales, pensando políticas activas generadoras de transformaciones estables. Sigue existiendo una gran ausencia de políticas que faciliten niveles de producción y de acceso equitativos a la cultura,

15 Texto basado en los escritos de Jesús Prieto de Pedro, para la elaboración de un Espacio Cultural Iberoamericano.

al Internet y a otras tecnologías de la actualidad. Esta dificultad, es como si hoy se le pusieran trabas a los niños para ir a la escuela. La gravedad es similar. No defender un acceso equitativo y gratuito es tan grave como no defender una sanidad pública o una educación de calidad y para todos. Claro que esa parece ser la moda del siglo XXI.

10°.- Tenemos una diversidad cultural y de contenidos inagotable, pero no hemos conseguido transformarla en una economía que apoye la fuerza de nuestros creadores, pero tampoco que genere empresas, ni instituciones de distribución de nuestros productos, que es el gran caballo de batalla de la actualidad. Todo ello redunda en la pérdida progresiva de públicos y por ende, en el empobrecimiento de sus aptitudes y capacidades críticas. La música del continente del lado europeo latino se escucha con fervor en todo el mundo; de la cumbia al flamenco pasando los grandes interpretes de clásica y los no menos maravillosos bailarines que han dado estas tierras. ¿Cuál es la causa entonces de que no pinte ni la mitad de lo que pinta el rock, un invento sajón, el blues, una reencauchada norteamericana de ritmos afros, o la nueva música hiphopera o rapera, inventada entre otros lugares, en algunos penales norteamericanos y nacida de la mezcla entre presos latinos y negros, pero comercializada con habilidad y astucia por multinacionales, esas sí racialmente definibles como “mercado blanco”?

11°.- Existe una grandísima desigualdad que dificulta la creación de un espacio compartido y si no luchamos por corregir esta situación, los rezagos terminarán por lastrar a todo el mundo. Entendemos por espacio compartido aquel en que se potencia el mercado, en que se construyen públicos que sepan distinguir y seleccionar, en que se vuelve a apoyar políticamente la creación, como fue en el mejor momento de la cultura latina, y que por desgracia coincidió con uno de sus peores momentos políticos. Los dictadores para esconder sus atrocidades se escudaban en una cultura que exportaban con una gran cantidad de presupuestos, ¿Será que solo el dolor nos impulsa a darnos a conocer? Soy consciente de que esta pregunta es absurda, pero también soy consciente de que al parecer, nada ayuda a nuestros gobernantes a entender que darse a conocer de forma conjunta es mucho más provechoso, útil y generador de riqueza que dejar de hacerlo; así de sencillo.

12°.- Se constata un retroceso de lo público en la cultura; se ve en la ausencia de auténticas reuniones de ministros, capaces de generar acuerdos que se lleven a cabo; en los finales del siglo pasado se han firmado acuerdos que se han concretado, como fueron las investigaciones de economía de la cultura, las nuevas visiones del patrimonio, la defensa de un espacio que buscaba la nueva circulación. Desde el año 2008, se viene diciendo que se va a crear un observatorio cultural compartido y en el 2012 se ha vuelto a incluir en el acta, pero no ha sido posible, ni siquiera darle comienzo. No se logra transformar las políticas de manera profunda y sostenible. Las acciones em-

prendidas no son de Estado, sino solamente acciones de gobierno con la temporalidad y poca permanencia que esto trae consigo. Esto facilita un ascenso de la precariedad e informalidad, que crece de manera imparable y sin actuación política que ayude a coordinar y hacer crecer el beneficio colectivo frente al beneficio privado.

13º.- Todavía no somos capaces de construir un esquema geopolítico capaz de fortalecer el Internet como un mecanismo de circulación social y de libre conocimiento; capaz de ayudar a potenciar las prioridades de transformación colectiva. Esquema geopolítico significa, para quien esto escribe, una estructura dinamizada y mantenida por la voluntad política de una serie de países dispuestos a enfrentarse a la maquiación de los suministradores de software, de los distribuidores de banda larga o ancha, y de los maquiavélicos argumentos que esgrimen para justificar sus ganancias incalculables.

14º.- No hemos revisado los conceptos que usamos, a veces, sin el análisis debido y la pertinente reflexión a la luz de los nuevos escenarios. Continuamos sin dar cabida a las nuevas visiones de desarrollo, como por ejemplo la del colombiano Arturo Escobar, quien ha dado una vuelta completa a este concepto; se deben incorporar modificaciones con respecto a lo que se buscaba en las décadas anteriores.

15º.- Los programas actuales no han sido capaces de conseguir una distribución global, es decir, de introducir en la política una concepción unitaria y amplia del sector cultura. La causa de esto, es que cada uno de los sectores sigue peleando por sus beneficios individuales, de forma aislada. No se puede avanzar si no es en conjunto y eso es absolutamente prioritario para el sector.

16º.- Uno de los mayores rezagos que presenta la región es su incapacidad de generar mecanismos de distribución global, resultado de la incapacidad de unir fuerzas y seguir respondiendo a intereses excesivamente particulares y pequeños. Los estudios que ha formulado CEPAL, en el trabajo que presentó la OEI en la última reunión de ministros de Cultura de la región, apuntan que nuestra economía iberoamericana es fuerte en términos numéricos, pero a menudo su riqueza no genera beneficios a los creadores, empresas y ciudadanos de iberoamericana.

17º.- Las políticas fiscales no han encontrado un punto de convergencia, que ayude a su dinamismo y a una presencia motivadora y estimuladora del proceso de la economía de la cultura. No hay una articulación real de la política económica con la política cultural. Por más recomendaciones que se hacen en diferentes foros, queda por construir un espacio de diálogo permanente y continuado, que sea capaz de generar espacios de elaboración de medidas sostenibles y eficaces.

18°.- La distribución de los nuevos avances tecnológicos en Iberoamérica no es neutral. No hay una neutralidad de Internet que facilite de verdad el acceso a la banda ancha de todos los ciudadanos. No hay una actuación positiva de los gobiernos en este sentido, lo que hace que la brecha digital crezca.

19°.- Se necesita un mecanismo que facilite la armonización de las informaciones existentes, ya que cada una es hija de diferentes fuentes de recopilación y de distintas maneras de exponer sus datos, lo que dificulta enormemente su unicidad para conseguir políticas regionales. La región precisa crear sistemas de reconocimiento propios que permitan una efectiva compaginación de los resultados de las políticas culturales existentes.

20°.- Es un error estratégico reducir las políticas culturales a aquellas que tienen su campo de acción limitado a las artes y el patrimonio. Han de aprender a mirar el mundo como un proceso conjunto en que su papel está definitivamente unido a los modos de expansión y proyección internacional y a un mecanismo equitativo de respeto de las diversidades y a un espacio de pensamiento global que proyecta lo local.

Este texto no quiere acabar con conclusiones porque realmente no las hay. Son muchas las puertas abiertas a la reflexión y al debate que debe ser colectivo, de todos los implicados en este problema que significa ser eternos consumidores de la cultura de otros, e incapaces permanentes de difundir la nuestra por no saber qué demandan nuestros públicos, cómo consumen estos productos en la actualidad y qué proyección existe de sus nuevas modalidades de acercarse a lo que genera sentidos, de pertenencia, de autoestima, de cohesión, de estímulo a la participación y de equidad social. En definitiva, medidas que sin duda contribuyen a que la gente sea más feliz, que en el fondo y en la superficie es lo único que de verdad importa.

Las políticas fiscales no han encontrado un punto de convergencia, que ayude a su dinamismo y a una presencia motivadora y estimuladora del proceso de la economía de la cultura. No hay una articulación real de la política económica con la política cultural.

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





GIROS Y DEBATES ACTUALES EN TORNO A LA GESTIÓN CULTURAL

María Fernanda Cartagena

Este texto responde a la invitación que recibí por parte de Arte Actual para moderar el coloquio “Modelos de gestión para la producción de proyectos culturales”, con el propósito de, posteriormente, generar un resumen analítico sobre los contenidos vertidos en el evento. Al coloquio fueron invitados a presentar su trabajo sobre la gestión para la realización de proyectos culturales, cuatro actores del medio ecuatoriano provenientes del sector privado, público e independiente. Los organizadores se plantearon visibilizar las políticas públicas, privadas e independientes que guían el financiamiento de proyectos artísticos. **Maarit Cruz**, Gerente de Comunicación & Responsabilidad Social por el Grupo Lafarge, representó a esta empresa privada, líder mundial en materiales de construcción, que opera en el país desde el 2005 con la adquisición de Cemento Selva Alegre. **Jonathan Koupermann**, socializó el trabajo del sector cultural público en la ciudad de Cuenca, como coordinador del área técnica de la Fundación Municipal Bial de Cuenca. **Ana Rodríguez**, representó al sector público de la cultura como directora de la Fundación Museos de la Ciudad de Quito. La cuarta presentación estuvo a cargo de **Sergio Silva**, artista visual y diseñador gráfico-coordinador de “Interruptor Fanzine”, publicación de arte y literatura emergente.

El coloquio “Modelos de gestión para la producción de proyectos culturales”, contiene varias categorías que valen la pena revisar de manera general. Por un lado, “modelos de gestión” se refiere a un campo relativamente reciente encaminado a definir estrategias de acción e intervención cultural para ejecutar políticas culturales y recursos privados, públicos o mixtos en un territorio específico. El especialista en gestión cultural, Alfons Martinell Sempere sostiene que los modelos burocráticos tradicionales enfrentan limitaciones dentro del escenario cultural actual, donde el campo de actuación de las políticas públicas y privadas se ha ampliado considerablemente; existe una gran demanda de servicios culturales, emerge el mercado cultural, y las organizaciones culturales hoy son consideradas como “estructuras intensivas en complejidad”. Estos son algunos factores que han incidido en el establecimiento de nuevos modos de conceptualizar la dirección y administración de recursos. “El concepto de gestión se incorpora a nuevos sectores de la vida social, como expresión

de una necesidad de dar respuesta cualificada a unos nuevos retos de la sociedad”¹⁶. Por otro lado, los denominados “proyectos culturales” comprenden una serie de acciones para alcanzar determinados objetivos a corto plazo: el señalamiento de la importancia del proyecto en sí, sus objetivos, la población beneficiaria, la metodología a emplearse, las diferentes actividades que tomarán parte en la fase preparatoria (donde se incluye la investigación), la fase de ejecución (que busca cumplir los objetivos del proyecto), y la fase de evaluación (donde se analiza el logro de los objetivos). Asimismo, los “proyectos culturales” deberán contemplar el marco institucional dentro del cual se desarrollarán los recursos (humanos, materiales, etc.) y los requerimientos financieros o materiales que se deberán garantizar. Este breve recordatorio de lo que involucra un “proyecto cultural”, resulta necesario el momento en que pensamos sobre la tercera variable en el título del coloquio que se refiere a la “producción”. Por consiguiente, la “producción de proyectos culturales” debería considerar, en la medida de lo posible, estos componentes de manera integral y no únicamente la idea generalizada de que lo primordial en un proyecto es conseguir dinero para materializar una idea. Si bien Arte Actual no lo explicitó entre sus objetivos, el coloquio estaría planteando la necesidad de conocer y reflexionar sobre los nuevos modos en que se estarían desarrollando políticas y ejecutando recursos considerando las diferentes fases y requisitos para los proyectos artístico-culturales.

Las presentaciones de los ponentes brindaron la oportunidad para conocer cómo se entiende y se practica en la actualidad la denominada gestión cultural desde diferentes plataformas y perspectivas, a partir del tema propuesto por el equipo organizador. A continuación trazaremos ciertas características, temas y desafíos recurrentes que se enunciaron en el evento, así como también algunas preguntas que merecieron respuestas.

Todas las ponencias evidenciaron que estamos en un momento de transición con respecto a las formas tradicionales de concebir y promover la cultura. Esta necesidad de cambio se traduce de varias maneras. Por un lado, se va dejando la noción de que el arte y la cultura son de competencia exclusiva de un grupo reducido de especialistas y también se va desmontando el binario culto/popular. Ahora la cultura pasa a ser considerada como un recurso y motor para la transformación social. Esto hace que la cultura vaya tomando centralidad en las políticas públicas y privadas, y por lo tanto, se requieren de mecanismos para institucionalizar o profesionalizar el trabajo en este

16 Martinell Sempere, Alfons. “La gestión cultural: singularidad y perspectivas de futuro”. *La (indi) gestión cultural. Una cartografía de los procesos culturales contemporáneos*. Compiladores Lacarrieu Mónica y Álvarez Marcelo. Argentina: Ciccus-La Crujía, 2002, p. 229.

Si antes la empresa privada relacionaba la promoción de la cultura con la adquisición de obras de arte para incrementar su patrimonio y decorar sus paredes, hoy en día, invertir en cultura permite visibilidad e injerencia en el tejido social.

sector. Se va desplazando la idea de la gestión cultural como una actividad dedicada primordialmente al levantamiento de fondos, y va ganando terreno una idea más compleja y procesual de incidencia en lo social. Si años atrás, la discrecionalidad era frecuente con respecto a la selección de proyectos por parte de instituciones públicas y privadas, hoy en día va ganando terreno la transparencia de procesos y decisiones. Si antes la empresa privada relacionaba la promoción de la cultura con la adquisición de obras de arte para incrementar su patrimonio y decorar sus paredes, hoy en día, invertir en cultura permite visibilidad e injerencia en el tejido social. Cabe señalar que esta nueva visión de la cultura y del quehacer cultural coexiste con enfoques más tradicionales y románticos. Las ponencias dieron cuenta de estas contradicciones y desafíos el momento de emprender nuevos modelos de gestión cultural y su roce con paradigmas tradicionales.

A continuación señalaremos cómo algunos de estos giros y retos se manifestaron en las intervenciones de los ponentes.

Hace algunos años habría resultado difícil contar con la participación de la empresa privada en un coloquio de esta naturaleza, sin embargo, el principio de Responsabilidad Social fomentado en la Carta Política vigente y por varias instancias locales e internacionales, colocan al desarrollo sostenible o al equilibrio entre economía y medio ambiente como un factor clave para el avance social. Es por esto que para alcanzar sociedades más justas y sostenibles, la cultura pasa a ocupar un lugar protagónico. Si bien en nuestro país el principio de responsabilidad social empresarial es de baja y reciente aplicación, podemos advertir que está permitiendo tender nuevos puentes entre el sector privado y el sector cultural, si consideramos el divorcio previo de estas esferas. Las fortalezas y debilidades de este renovado diálogo están por analizarse. Maarit Cruz enfatizó que los temas prioritarios del programa de Responsabilidad Social para Lafarge vienen estructurados desde Francia, donde se emiten las políticas para la empresa. Estos temas son: Salud y Seguridad, Desarrollo Sostenible en el cantón Otavalo y Arquitectura y Construcción Sostenible. Los proyectos son seleccionados según el impacto y visibilidad que tengan de acuerdo a los objetivos estratégicos de la empresa y según criterios de costo/beneficio. En la línea de Pat-

rimonio Arquitectónico, la empresa ha apoyado la restauración del Museo de Arte Precolombino *Casa del Alabado*, el documental artístico *La Labranza Oculta* que registra dicho proceso, y el taller de albañilería de la *Escuela Taller Quito*. En Construcción Sostenible el apoyo ha ido a la Bienal Internacional de Arquitectura y a la Alianza Francesa de Cuenca. En cuanto a Espacios Educativos, se ha recurrido al trabajo de Quito Chiquito y Arteducarte para fortalecer la relación con la comunidad local. Con este objetivo también ha apoyado las tradiciones populares de la provincia de Imbabura, a través de las *Fiestas del Yamor*, el cortometraje infantil *Sara la Espantapájaros*, la Asociación de Jóvenes Kichwas de Imbabura y el grupo de danza de la comunidad de Perugachi. La empresa también incorpora el trabajo con proveedores con valor agregado social, cultural o creativo como factor de diferenciación para apoyar Material de Comunicación & Promocional.

Cruz sostiene que los fondos existen pero que muchas veces resulta difícil canalizarlos hacia proyectos culturales; “no es fácil vender la idea” en sus palabras. La dificultad está en cambiar la mentalidad del comité ejecutivo para apostar por cosas diferentes o nuevas. Sacar a relucir el valor agregado de este tipo de inversión se convierte en un trabajo necesario y permanente para sortear la resistencia a la innovación. La empresa siempre va a buscar un beneficio muy claro con sus apoyos. Una de las ventajas actuales para Cruz, es contar con la visión del gerente actual quien es muy abierto y entusiasta a temas culturales; a esto atribuye, su experiencia francesa. En otro orden, considera que la forma en que se reciben las propuestas es bastante informal y depende básicamente de coincidencias. El comité de responsabilidad social está presidido por el gerente de la empresa, y lo conforman el gerente de planta, el gerente de comunicación, el gerente de relaciones comunitarias y otros miembros.

Por su parte, **Jonathan Koupermann** indicó que el trabajo de la Fundación Bienal de Cuenca se enmarca dentro de lineamientos estatales y municipales. La Fundación al momento está atravesando un proceso de institucionalización con vista a fortalecer procesos como la investigación, documentación y educación artística. En esta línea, se difundirá un concurso nacional para investigadores de planta que buscará mejorar los procesos de curaduría.

Para revertir el estigma de la Bienal como espacio elitista, segregacionista y poco incluyente, donde participa una limitada cantidad de artistas, en la actualidad la Fundación actúa para la colectividad con acciones y programas que van más allá de este evento internacional, apoyando proyectos individuales o colectivos y buscando involucrarse en todo tipo de iniciativa válida para la colectividad. No se limita al trabajo plástico y también apoyan proyectos de teatro, literatura y música. Un equipo técnico está a cargo de la evaluación y selección de los proyectos a la luz de los lineamientos institucionales. La

Fundación produce exposiciones, asume total o parcialmente los gastos museográficos, preparación de la obra, difusión, comunicación y empezará a reconocer a los artistas una suma de coproducción por su exposición. Koupermann considera que es justo y necesario reconocer el trabajo del artista, siendo actualmente esta una política compartida entre la Bienal y otras instituciones públicas y privadas.

Consideramos que habría sido oportuno conocer cuáles son las políticas que enmarcan los nuevos rumbos que está tomando la Fundación. Esto significa socializar ejes programáticos y políticas precisas, en diálogo con las normativas estatales o municipales, pero articuladas a la labor de la Fundación. También la presentación de Koupermann dejó la duda de si la Bienal Internacional seguirá siendo el objetivo central de la Fundación. Cómo lo manifestamos en el coloquio, no queda claro el sentido de ampliar las actividades hacia otros lugares, si la Bienal no ha podido hasta ahora garantizar relevancia y calidad. Frente a las múltiples necesidades del medio artístico de Cuenca y del país, ¿qué rol cumplirían las otras instituciones culturales? Por qué no enfocar en las posibilidades que brinda la Bienal de Arte Contemporáneo (no como premio, sino como plataforma dinámica, permanente y nodo en red) para fortalecer vínculos con la comunidad, promover experiencias de enseñanza-aprendizaje, activar procesos de investigación, acción y participación, etc., o sea, aprovechar las múltiples opciones que brindan las prácticas artísticas contemporáneas, como medios para promover la reflexión crítica, participación y transformación social. ¿No sería esta una buena vía para erradicar los estigmas que en gran medida la Bienal ha contribuido a construir alrededor del arte contemporáneo?

Ana Rodríguez de la Fundación Museos del Ciudad, enfocó su ponencia en cuatro aspectos. Primero, llamó la atención frente a la necesidad de problematizar el concepto de “creatividad” y su relación con el capital que ha manejado el II Encuentro de Arte, Trabajo y Economía. El manejo del concepto de “creatividad” por parte de organismos internacionales como la UNESCO, debería cuestionarse, revisando su vínculo con las industrias culturales, y tomando en cuenta que desplaza otros conceptos como los de “arte”, “prácticas artísticas” o “prácticas culturales”. También consideró oportuno referirse a dos aspectos que están siendo abordados por la Fundación: por un lado, la valoración del trabajo de educación artística no formal y por otro, la desprecariación del trabajo de educadores y mediadores, considerando que la inequidad salarial que enfrentan estos actores es una realidad a nivel global. En segundo lugar, comentó sobre el fomento a la producción que se ha establecido con la reformulación del premio municipal *Mariano Aguilera*. Indicó que el nuevo Mariano Aguilera requirió de una negociación interna y respondió a una clara voluntad política de cambio. Rodríguez considera que el fomento a la producción artística a través de becas que incentiven la multidimensional-

dad del proceso artístico es uno de los mayores logros, donde se reconoce la necesidad y la contingencia de la investigación artística. A su vez, esto se relaciona con el rol que tiene la institución sobre la calidad de los procesos de investigación y su acompañamiento, pilar del nuevo modelo. Por último, Rodríguez socializó algunas ideas que el equipo curatorial del Centro de Arte Contemporáneo viene contemplando para fomentar la circulación del arte como son las residencias e intercambios que se basarían en acuerdos internacionales. También el apoyo económico a los artistas para su participación en bienales, el pago de piso en ferias de arte y el apoyo al coleccionismo, concebido como una mediación informada y directa con los artistas para incentivar la inversión en arte.

La presentación de **Sergio Silva** nos recordó lo necesarias que son las formas de operar por fuera de las nociones establecidas de gestión cultural y sus técnicas. Su experiencia se inserta en modos de trabajo colectivo, solidario y autogestionado. El proyecto *Interruptor Fanzine*, publicación de fanático, comenzó hace tres años cuando participó de la convocatoria que hizo el grupo Dogma Central (Ambato) para la creación del primer registro de fanzines ecuatorianos. La convocatoria para la elaboración del primer *Interruptor* se realizó sin ningún tipo de planificación o gestión, solo motivados por la necesidad de crear. Sorpresivamente, recibió buenos y numerosos trabajos, lo que le impulsó a mejorar la calidad de la publicación. La estrategia consistió en crear un fanzine prototipo con espacio para incluir auspiciantes y repartirlo entre empresas amigas. Esto dio resultados y se logró financiar el 80% del costo de la publicación. El lanzamiento es también parte de esta estrategia y da cuenta de la importancia del esfuerzo colectivo y de gestión en el que participan músicos, artistas visuales, amigos y familia. Para el 2012, accede a *Kick Starter*, una plataforma y red virtual para proyectos independientes a nivel global que busca el apoyo económico de cualquier persona interesada a cambio de productos, objetos o cualquier acuerdo que se da entre las partes. Si bien *Interruptor* no logró alcanzar la meta de apoyos establecida por la plataforma, la experiencia permitió visibilizar el proyecto y contar con el aporte de donantes por fuera de *Kick Starter* para publicar y difundir la revista. Se crearon nuevas alianzas y con esto se logró diversificar las posibilidades de autogestión. La publicación también ha encontrado una fuente de financiamiento en la venta de productos de diseño como camisetas, postales, pequeñas publicaciones.

Para concluir, a pesar de los diferentes niveles de claridad o articulación, está presente el empeño de enmarcar el trabajo cultural dentro de políticas o marcos normativos estatales o municipales (Lafarge, Fundación Bienal de Cuenca, Fundación Museos de la Ciudad). Con respecto a las categorías o políticas culturales, en el conversatorio surgió la preocupación por parte de la Fundación Museos de la Ciudad de mantener una distancia crítica con los lineamientos emitidos por los organismos internacion-

ales como la UNESCO, que en el medio se suelen asumir obedientemente y que definen discursos, agendas y plazos. Se puso como ejemplo el concepto de “patrimonio” monumentalista con gran impacto en la ciudad de Quito y que ha dificultado un trabajo más comprometido y dinámico con el tejido social. Estos meta conceptos pueden encubrir estereotipos multiculturales o incentivos a las industrias culturales. Creemos que esta mirada crítica es necesaria tanto para las políticas internacionales como para las locales, como la única vía para evitar naturalizar cualquier concepto y mantener viva la necesaria sospecha frente a los discursos dominantes. En otro orden, en todas las participaciones salió a relucir el interés por establecer vínculos más cercanos con la escena artística y con las comunidades inmediatas. Consideramos que para que el trabajo las comunidades o colectividades no devenga en retórica institucional, hacen falta espacios para analizar sus alcances y límites. En esta línea, entre los vacíos más evidentes alrededor de la gestión institucional está la necesidad de establecer mecanismos y metodologías para la evaluación de los proyectos ejecutados, así como la autoevaluación de procesos internos. Como indicamos al inicio, la ampliación de la intervención de las políticas públicas y privadas en la cultura y el cambio en las estructuras organizacionales de las instituciones culturales, demandan la articulación de modelos de gestión que sean pertinentes y flexibles. La gestión debería convertirse en un eje central del trabajo institucional apuntando a todas las fases y procesos necesarios para el desarrollo de los proyectos. El desafío estará en sortear los incómodos y desalentadores requerimientos del aparataje burocrático y tecnocrático para acompañar de manera eficiente, genuina y profesional el terreno siempre cambiante de las diferentes prácticas contemporáneas. Como contraparte a las formas de gestión más institucionalizadas, surge el uso político de las nuevas tecnologías para proyectos independientes, como una poderosa opción para visibilizar e impulsar iniciativas a partir de procesos más dinámicos, vinculantes y democráticos.

MESA TALLER 3:
DEL MODELO CLÁSICO DEL
MECENAZGO A LA INVERSIÓN
ACTUAL: NUEVAS FORMAS DE
PARTICIPACIÓN Y RESPON-
SABILIDAD SOCIAL

SERVICIO SOCIAL DEL COMERCIO: MISIÓN Y ACCIÓN

Mauricio Trinidad da Silva

I

Pensar y actuar en el campo de la cultura - y considerar sus formas, hechos y efectos- es un acto de reconocimiento del poder creador y (trans) formador que la propia cultura engendra, un poder que nos incorpora y que incorporamos.

Empiezo, así, poniendo en el primer plano la importancia del trabajo ejercido por cada individuo que piensa, actúa y se involucra en ese campo, entre producción/creación, circulación/difusión y consumo//fruición. Una importancia que fue anticipada, originalmente, en 1946, por los proponentes del Servicio Social del Comercio (Sesc), institución brasileña única en sus moldes. Ellos invirtieron en un principio de trabajo social avalado por el eje del desarrollo cultural y educativo en bases amplias, que ya indicaba la superación del mero asistencialismo social.

La intención de este texto es presentar el modelo de funcionamiento del Sesc y su misión, ejemplificada aquí por la acción del Sesc São Paulo. Adicionalmente, y en función del propósito de este Segundo Encuentro Iberoamericano de Arte, Trabajo y Economía, se pretende contribuir también para el intercambio de ideas y al diálogo, dos factores primordiales para el constante mejoramiento de nuestras acciones y reflexiones. Para tanto, empezamos destacando una visión sobre cultura, educación y desarrollo que permite resaltar los valores primordiales presentes en la acción del Sesc.

Pensar y actuar en el campo de la cultura - y considerar sus formas, hechos y efectos- es un acto de reconocimiento del poder creador y (trans) formador que la propia cultura engendra, un poder que nos incorpora y que incorporamos.



II

En sus innumerables acepciones, que van de lo etimológico a lo antropológico¹⁷, la cultura puede ser entendida como una de las instancias fundamentales para las posibilidades de institucionalizar la realidad, figurando proyecciones de nuevas formas de ser y vivir en el horizonte de la historia. Y, en ambos casos, se trata de posibilidades que no prescinden de la tradición, del reflejo del pasado que nos atraviesa veloz en el presente, como indicó el filósofo Walter Benjamin, y en cuyo diálogo fundamental - más allá de una “conversación con los muertos” - se evidencian las bases para el porvenir.

Cabe señalar de salida, que la idea de cultura es polisémica, relacional y determinada históricamente. Por eso, ella se expresa como pluralidad y diversidad, de modo que no existe una cultura, pero sí culturas¹⁸. En vez de buscar su sentido “principal”, “contemporáneo”, mejor sería tratar de encontrar el sentido positivado que la circunscribe, que en ella actúa y que de ella emana.

Un indicio de ese sentido está en el hecho de que la Idea de cultura no nació como un término descriptivo; antes, nació para dar nombre a una declaración de intenciones¹⁹. Significa, por un lado, que es posible “darle dirección”, del mismo modo que, a su vez, ella nos “da dirección”, dialécticamente. Significa, por otro lado, que se debe evitar un sentido reificado o alienado de cultura, como si ella se resumiera únicamente a la posesión de objetos y productos como consumo o incremento personal para visibilidad pública, o como si estuviera apartada de la vida cotidiana. O mejor, como si ella fuera un fetiche – y en esos casos, la cultura más aprisiona que liberta,

17 La etimología de la palabra cultura indica proyecto, aventura (devir) y, después de la helenización de Roma, la palabra se unió al sentido del término Paideia, significando también herencia, transmisión, aprendizaje, humanización. Cf. BOSI, Alfredo. 'Entrevista'. In: Revista de Cultura e Extensão nº 0 jul-dez. Pró-Reitoria de Cultura e Extensão Universitária. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2005. Disponible en <http://www.usp.br/prc/revista/entrevista.html> e consultado em 30/06/2011. Y en la antropología, se mencione la definición de cultura propuesta por Burnett Tylor presente en la obra *Primitive Culture*, de 1871: “El complejo de conocimientos, creencias, artes, leyes, moral, hábitos, costumbres y capacidades adquiridas por los hombres como miembros de una sociedad”

18 Como recuerda Raymond Williams, existen “culturas específicas y variables de diferentes naciones y períodos, pero también culturas específicas y variables de los grupos sociales y económicos en el interior de una nación”. Cf. el verbete cultura en WILLIAMS, Raymond. *Palavras-Chave [um vocabulário de cultura e sociedade]*. São Paulo: Boitempo, 2007, p.117-118.

19 Cf. BAUMAN, Zygmunt. “Cultura: rebelde e ingovernável” In: _____. *Vida líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007, p.71-72.

más distingue que agrega²⁰. La cultura es producción que está para la dinámica instituyente/instituida de la vida pensada y de la vida práctica; puede ser singularmente mercadería, pero es por encima de todo idea de trabajo a ser emprendido, es proceso, es acto-en el-tiempo²¹.

En ese registro de sentido, la cultura designa al proceso intencional de trabajo por el cual nos volvemos humanos (dado que, por definición, el ser humano es inacabado y no deje de hacerse humano²²), que ocurre mediante un cuadro de intenciones, también siempre inacabado. De este sentido se puede derivar un axioma: en el campo de la cultura se infunden caminos para que el trabajo creativo/imaginativo trace utopías que constituyan la existencia y la experiencia humana en direccionamiento positivo a la constante afirmación y prevalencia de justicia y dignidad en la sociedad, de manera general, y en las condiciones de vida de cada individuo, de manera particular.

Esta reflexión introductoria se firma, por lo tanto, en el valor basilar de la cultura para la vida, en toda su expresión y magnitud, pues ella es como un puente entre lo que heredamos y lo que proyectamos como devenir. Tal es el caso que un primer elemento a percibirse es que, si hay herencia (por lo tanto, transmisión), y proyecto (por lo tanto, aventura), hay un componente educativo, aquí. Es necesario considerar la vinculación, de manera siempre ampliada, entre educación y cultura, y no separarlas. La cultura es educativa no solamente porque permite la transmisión de conocimientos y saberes. Ella educa porque amplía las formas de comprensión de sí y del mundo en el tiempo presente, realizando el puente entre pasado y futuro.

A la par de esa relación, no se puede olvidar que cultura y educación forman parte de la vida cotidiana, y esta es la referencia de vida de todo ser humano. Es el sitio donde cada individuo construye su futuro y es actuante y fruidor, activo y receptivo, creador y criatura, configurando modos de existir que ponen en circulación valores, sentidos, capacidades, inteligencias, emociones, ideas, éticas y pasiones²³. El desarrollo de cada individuo se da en la razón directa de las condiciones objetivas y subjetivas de vida, involucrando los aspectos materiales y simbólicos. Y puede ser mejorado en función del perfeccionamiento de sus condiciones de existencia, de su medio y contexto, de su expresividad y de sus posibilidades de libertad.

20 Cf. PINTO, Álvaro Vieira. "Teoria da cultura" In: _____. *Ciência e existência*. 1ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1969, p.123 e ss.

21 BOSI, Alfredo. "Cultura como tradição" In: V.V.A.A. *Cultura brasileira – Tradição Contradição*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar / Funarte, 2ª ed., 1997, p.38.

22 Cf. FREIRE, Paulo. *Pedagogia da autonomia*. 37ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 1998, p.50 e ss.

23 HELLER, Agnes. *O cotidiano e a história*. 8ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 2008, p.30 e ss.

Pensar y actuar con la cultura es un trabajo del orden del afecto - aquí, en el sentido del acto dedicado -, que impacta el cotidiano de las comunidades, el seno de las familias, las instituciones que frecuentamos, los contactos interpersonales que realizamos e, incluso, el uso que hacemos del tiempo libre. Así, es necesario poner siempre atención a la manera por la cual se concibe la cultura, en sí misma y como recurso junto a otras esferas de acción²⁴, verificándola en cada momento histórico y entendiéndola como movimiento democrático para hacer valer sus valores y potencialidades.

III

Actualmente, la economía creativa y su vertiente expresada en el sintagma “ciudades creativas” están en la pauta de los debates, porque constituyen aspectos del campo de la cultura que son de extrema importancia para el vigor social de los países. Por eso, considero pertinente dialogar con la contribución del pensamiento de Celso Furtado, intelectual y economista brasileño, fallecido en 2004 y Ministro de Cultura entre 1986 y 1988, en un momento en que el Brasil retornaba a la democracia²⁵.

Celso Furtado acentuaba que la reflexión sobre la cultura sería el punto de partida sobre las opciones de desarrollo, cualquiera que fuera el énfasis dado a ese concepto. El hecho es la idea de desarrollo y solamente tiene sentido cuando se visualizan los fines sustantivos que deseamos alcanzar, sin rendirse a la lógica de los medios, lógica esta que muchas veces nos aprisiona.

Los sentidos de la cultura, entonces, se refieren a los fines sustantivos y a la dimensión cualitativa de todo lo que el ser humano crea. Y lo que tiene sentido profundo para el ser humano es siempre cualitativo y sustantivo. En otras palabras: lo esencial de la cultura reside en el hecho de que ella es la respuesta a los problemas permanentes del ser humano²⁶, pues si el desarrollo depende de un componente de creatividad política para la acción, el depende aún más de la voluntad colectiva y del genio creativo presente en las formas culturales plurales de cualquier sociedad. El punto de inflexión es la necesidad de contribuir, siempre, para el “hacer cultural”, actuando en el amplio espectro de su campo, de la producción a la fruición, de la dimensión del acceso a la dimensión de la práctica, a fin de liberar el genio creativo de cada individuo para la realización de sus potencialidades.

24 Cf. YUDICE, George. A conveniência da cultura. Belo Horizonte: UFMG, 2009

25 Para o que segue, ver: FURTADO, Celso. “Que somos?”. In: _____. Ensaios sobre cultura e o Ministério da Cultura. Arquivos Celso Furtado 5. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012, p. 30 e ss.

26 Idem, “Discurso de posse”, p. 51 e 53.

El desarrollo tiene por presupuesto el aumento de esa dimensión cultural y cualitativa, cuyo resultado aparece en forma de refuerzo a la creatividad. La creatividad, a su vez, es el resultado de los valores basilares y permanentes de la cultura, y no una entidad externa a ser conquistada. Pero ella puede y debe ser impulsada por la voluntad colectiva, por medio de la participación ciudadana directa, para abrir espacio cada vez mayor a la realización de las potencialidades de cada individuo y para contribuir a la reducción de las desigualdades sociales.

IV

Esas ideas nos auxilian a pensar la cultura en la actualidad. Estamos en un momento en que las comunidades y colectividades históricas que integran la sociedad brasileña se potenciaron y vienen siendo incluidas, en la perspectiva de los derechos y en la perspectiva de la ciudadanía. La cultura brasileña es cada vez más visualizada en su pluralidad, mediante las matrices de los pueblos que representan nuestros modos de ser y vivir, contribuyendo, así, para superar racismos y prejuicios. El resultado que se descortina, por medio de la acción política en el área de la cultura, viene surgiendo en forma de ampliación de la ciudadanía. Y es ella la que nos mueve en búsqueda de la superación de las desigualdades sociales y en dirección a una sociedad efectivamente mejor, más justa y digna.

La ciudadanía nace del compartir, de la convivencia con el otro y de la necesidad de vivir con calidad. El educador Paulo Freire decía que “la ciudadanía es una invención colectiva; la ciudadanía es una forma de visión del mundo”.²⁷ Como visión del mundo, la ciudadanía está para la pluralidad así como la democracia está para la libertad. La ampliación de la pluralidad, que puede ocurrir por medio de las potencialidades de la acción cultural, genera ampliación de la libertad. Y la libertad es la capacidad de los seres humanos de instituir la realidad, de inventar lo nuevo y de inventar a sí mismo. Se trata de un círculo virtuoso y positivo, que se retroalimenta.

Lo mismo sucede por el lado de la democracia, mediante la cual la libertad puede existir. Pero la libertad, también es reforzada principalmente por la acción cultural, y esta, a su vez, impulsa la democracia en la medida en que se vuelve el espacio de creación de lo posible. Y cuanto más grandes sean estos espacios de pluralidad, ciudadanía e invención, mayor será el refuerzo para la sedimentación de la democracia y para el impulso de la transformación social.

27 FREIRE, Paulo. *Pedagogia do oprimido*. São Paulo: Paz e Terra, 2007.

Los sentidos ahora destacados sobre cultura, desarrollo y democracia guardan relación con las directrices de la misión del Sesc, una institución de administración privada y de responsabilidad pública creada por el empresariado de los sectores de comercio de bienes, servicios y turismo, y que completó, el día 13 de septiembre de 2012, 66 años de existencia.

Los recursos que garantizan su funcionamiento provienen de la recaudación obligatoria de los empleadores, mediante el cobro de 1,5% sobre el rol de pagos de las empresas de estos sectores. La recaudación la hace la “Receita Federal” (*), que retiene por ese servicio un porcentaje del valor total. Ese organismo, entonces, envía la recaudación para el Departamento Nacional del Sesc, que separa 20% para crear un fondo nacional y distribuye el 80% restante entre los departamentos regionales en los estados de la Federación. Esa distribución es proporcional a la participación financiera recaudada en cada estado, que es muy desigual. Por eso, buena parte de los departamentos regionales no pueden mantener sus instalaciones y servicios con el presupuesto recibido y, así, el Departamento Nacional – utilizando el mencionado fondo – auxilia en la acción de estos departamentos regionales. Ese mecanismo, pluralista y contributivo, garantiza la existencia del Sesc en cada estado brasileño.

Vinculado a la Confederación Nacional del Comercio a nivel nacional, el Sesc está compuesto por un Consejo Nacional (organismo deliberativo), un Departamento Nacional (organismo ejecutivo) y un Consejo Fiscal (organismo de fiscalización financiera). En cada uno de los Estados de Federación brasileña, el Sesc posee una Administración Regional, también formada por un organismo deliberativo (Consejo Regional) y un organismo ejecutivo (el Departamento Regional).

En lo que se refiere a su misión, el Sesc surge en un cuadro marcado por el inicio de la guerra fría y resulta de un pacto social propuesto por el empresariado, con la anuencia del gobierno federal. El Sesc surge directamente de un cuadro de intenciones prescrito en un documento llamado “Carta de la Paz Social”, firmado en 1945, durante la Conferencia de Teresópolis, en el estado de Río de Janeiro. Ese encuentro reunió a representantes de las clases productivas. Entre otras afirmaciones, constan de la referida Carta las siguientes propuestas:

“Los empleadores y empleados que se dedican, en el Brasil, a las varias ramas de la actividad económica reconocen que una sólida paz social, fundada en el orden económico, ha de resultar fundamentalmente de una obra educativa, a través de la cual se logre fraternizar a los hombres, fortaleciendo en ellos los

sentimientos de solidaridad y confianza. [...] El mantenimiento de la democracia política y económica y el perfeccionamiento de sus instituciones son considerados esenciales a los objetivos de la felicidad social y a la dignidad humana. El orden económico deberá fundarse en el principio de la libertad y en el primado de la iniciativa privada. [...] El capital no debe ser considerado solamente instrumento productor de lucro, sino, principalmente, medio de expansión económica y bienestar colectivo”.

Esas propuestas definen el marco ideológico y valorativo de la iniciativa vinculado a las inquietudes que, en la época, afectaban al empresariado y al gobierno. Se trató de pacto que preservaba el orden económico fundado en la iniciativa privada, teniendo como contrapartida, por parte del capital, la tarea de mantener el compromiso con el bienestar colectivo. Ese es el origen del Sesc, que tiende a mejorar el bienestar, el desarrollo cultural y la calidad de vida de los trabajadores del comercio de bienes, servicios y turismo, de sus familiares y de la comunidad, teniendo como rumbo el continuado aumento de justicia social e igualdad, en la afirmación de la democracia y de la participación ciudadana.

Cabe resaltar que ese pacto anticipa, en prácticamente cuatro décadas, las nociones de tercer sector y de responsabilidad social empresarial, que, a grosso modo, emergen con vitalidad después del final de la guerra fría en razón de retroceso de las políticas de bienestar social, por un lado, y de la llegada en escena del neoliberalismo, por otro.

VI

Antes de detallar los valores y la acción del Sesc en el estado de São Paulo, es interesante presentar algunos datos.

São Paulo es el más grande estado brasileño, desde el punto de vista económico y demográfico, posee una población de 42.103.374 (aproximadamente 21,6% de la población nacional)²⁸ y un territorio de 248.196,960 km², lo que resulta en una densidad demográfica de 170 habitantes por kilómetro cuadrado. En 2001, este índice era de 127 hab/km². La urbanización es casi total, con tasa de 95,9%. La franja etaria más populosa está comprendida entre los 15 y 29 años, tanto en São Paulo (26,01% de la población) como en el resto del país (27,16%).

28 Estimada el 06 de agosto de 2012. Los datos que siguen son de la Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados (Seade), vinculada al Gobierno del Estado de São Paulo, y se encuentran en esta dirección:

http://www.seade.gov.br/index.php?option=com_content&view=frontpage&Itemid=1

Por otro lado, más de la mitad de los residentes en el estado (52,52%) está formada por individuos con más de 30 años de edad, un indicador de que, en comparación con los demás estados brasileños, en São Paulo hay un aumento progresivo de la población con mayor franja etaria. Otro dato es la relación clara entre renta y educación: la tasa de analfabetismo para personas con más de 15 años en São Paulo, donde la desigualdad de renta es menos marcada, es de 4,3% contra el 11,1% en el promedio de los demás estados. En la franja de la tercera edad, la tasa de analfabetismo comprende 14% de los residentes en el estado y más de 30% en el resto del país.

Del total de la población arriba mencionada, en la ciudad de São Paulo viven 11.253.503 personas en un área de 1.523 km², lo que resulta una tasa de 7.383 hab/km². Llevándose en consideración la región metropolitana de São Paulo (compuesta, en ese caso, por la unión de 38 municipios circunvecinos), el número de habitantes llega a la cifra de 19.672.582, distribuidos en un área de 7.946 km² y teniendo como tasa poblacional 2.476 hab/km². São Paulo tiene 645 municipios; mitad de la población está en la región metropolitana y un cuarto en la ciudad de São Paulo.

Con las informaciones ofrecidas, ya se puede percibir que el estado de São Paulo no es nada homogéneo, mucho menos la región metropolitana y la ciudad de São Paulo. En esta última, normalmente, las políticas públicas necesitan sanar problemas más comunes a una megalópolis, relativos a la violencia, a la salud y al alcantarillado, a la educación, a las vías congestionadas por exceso de carros, a la contaminación ambiental, a la mala calidad de los transportes públicos, para citar solamente algunos ejemplos. Por el lado de la cultura, existen indicadores sobre el estado y la ciudad de São Paulo²⁹ que evidencian problemas en la distribución de bibliotecas y cines (habiendo municipios en los que no existen), poco hábito de lectura, mala distribu-

29 Para profundizar las referencias que siguen, consultar las siguientes publicaciones:

1) "Cultura em números", do Ministério da Cultura brasileiro, disponible en:

http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2009/10/cultura_em_numeros_2009_fi-nal.pdf

(acceso en 18/10/2012); 2) "Quadro da desigualdade em São Paulo", de la Rede Nossa São Paulo:

http://www.nossasaopaulo.org.br/portal/arquivos/Apresentacao_Quadro_da_Desigualdade_em_SP.pdf

(acceso en 18/10/2012); 3) "O uso do tempo livre e as práticas culturais na região metropolitana de São Paulo", investigación conducida por Isaura Botelho y Mauricio Fiore:

http://www.centrodametropole.org.br/index.php?section=content&subsection_id=2&content_id=112

(acceso en 18/10/2012). 4) "O hábito de lazer cultural do brasileiro", investigación realizada por Federação do Comércio do estado do Rio de Janeiro:

<http://www.fecomercio-rj.org.br/publique/media/Pesquisa%20Cultura.pdf> (acceso em 18/10/2012).

ción de equipos culturales y deportivos (con eso, dificultad de acceso e índices nada alentadores de frecuencia) y bajo promedio de consumo cultural en general (se va poco a cines, teatros, espectáculos de danza, exposiciones de arte, etc). Estos datos no son animadores desde el punto de vista del consumo, aunque desde el punto de vista de las prácticas culturales, se pueda afirmar que el brasileño, en general, y el paulista, en particular, mantiene hábitos culturales variados (actividades de consumo cultural doméstico - Internet, películas en DVD o en la TV -, salidas para bailar o cantar, prácticas deportivas, cursos de pintura, gastronomía, etc).

En este marco, definido por los problemas derivados de un país muy grande y de una metrópolis urbana desigual, que oscila entre gran grupo de jóvenes y envejecimiento social rápido, con baja tasa de consumo cultural y necesidad de aumento de espacios y oportunidades para las prácticas culturales, es que se sitúa el Sesc São Paulo.

Y, en la referencia de un trabajo social, cultural y educativo, ¿cuál es la declaración de intenciones llevada a cabo?

El trabajo realizado por la institución sigue la Carta de la Paz Social, actualizándola al contribuir para la democratización y la ciudadanía culturales, dentro de un ideal de formación humanista permanente, que acentúa los valores de la construcción de saberes y conocimientos, y de la igualdad, libertad, solidaridad y diversidad. Se espera contribuir para que la cultura y la democracia asuman su significado y efectividad como derechos esenciales, y como medios y fines para el constante perfeccionamiento del conjunto de la población, de manera a impulsar el trabajo de la inteligencia, de la sensibilidad y de la experiencia, transformando la sociedad en sus ámbitos éticos, económicos y políticos, esenciales en nuestras vidas.

En la acción cultural del Sesc se busca conciliar dos perspectivas complementarias: por un lado, la importancia del compartir las culturas y las artes como patrimonio fundamental de la humanidad; y por otro, la necesidad de su disseminación crítica.

Eso significa que el Sesc promueve el aumento del acceso a la cultura, algo imprescindible para la efectiva formación del público; pero se trata de un objetivo complementado por el incentivo a la interacción cultural, a la experimentación, a la práctica. Un estímulo a la creatividad para ampliar los espacios de diálogos, de intercambios y construcción del conocimiento.

El sentido de la formación humanista que cada individuo puede obtener está vinculado a un proceso de experimentación y desconocimiento, de conformación del gusto en medio a un escenario libre para apreciar o no determinado producto u objeto

cultural. Difusión, acceso y práctica forman, así, medios para un fin, y no un fin en sí mismo. Son distintos de un concepto descendiente y paternalista de transmisión cultural, que imaginaba que el simple “contacto” con el producto u objeto operaría un milagro de conversión del sujeto en fruidor de cultura.

La experiencia muestra que el gusto y la fruición no se realizan rápidamente y, por eso, formas de aproximación e incentivo se vuelven necesarias, por medio de la escuela y de la familia, y acciones de mediación cultural, para que en ese contacto se creen sentidos, rupturas, discusiones, entendimientos, extrañamientos y, en fin, la formación del gusto personal³⁰. Si el patrimonio, los productos y objetos culturales guardan su existencia en la relación con el público, eso significa que el público no es, también, mero receptor de cultura, sino público activo, y heterogéneo, que reinterpreta e integra lo que ve, oye y siente con su propia cotidianidad, con su medio y contexto, con su historia de vida. Las acciones culturales necesitan de incentivos más amplios e inclusivos, que aproximen a los no iniciados y que incentiven la información y la formación, para más allá de la oferta y difusión de una cultura socialmente legitimada. Después de la oferta, es necesario mirar también hacia la demanda, observando a los públicos de la cultura, para el incentivo a la interacción, al consumo o fruición, los cuales, al mismo tiempo, son las vías de conducción para el aumento del repertorio y para la formación cultural.

Ese aumento cualitativo altera la forma de relacionarse con la cultura. Y si estuviera aún aliado a la diversión -ese aspecto del tiempo de ocio cuya etimología indica “ser diferente”, “divergir”-, si puede encaminar un proceso de desarrollo personal que lleve a la adquisición de nuevos valores y saberes.

Tratar de cultura, desarrollo y democracia ya es tratar de la dimensión social y de la transformación diaria en que se habita y vive; es reconocer la doble vía que existe entre decisión y participación en los aspectos culturales y educativos que generan aumento de la autonomía personal; es contribuir, primordialmente, para la ampliación de la mirada crítica de manera que cada individuo pueda expresar, más y mejor, sus anhelos, valores y necesidades.

¿Y cómo, en la práctica, el Sesc lleva adelante estos principios?

La forma encontrada es por medio de la red Sesc, que hoy está compuesta por 32 centros culturales y educativos en actividad en la capital y en la gran São Paulo, en

30 Cf. BOTELHO, Isaura. “Políticas culturais: discutindo pressupostos”. In: NUSSBAUMER, Gisele M. Teorias & práticas da cultura – visões multidisciplinares. Salvador: EDUFBA, 2007

el litoral y en interior del estado, donde el público encuentra acciones de educación, cultura, diversión, salud y asistencia. Con esa infraestructura, fueron realizados³¹, en 2011, 7.700 espectáculos de teatro; 1.000 presentaciones de danza; 810 exposiciones; 5.000 espectáculos musicales; 3.700 sesiones de cine; 10,8 millones de atenciones y orientaciones de salud; 390.000 atenciones en Turismo Social; 7.500 talleres, seminarios o palestras; 75.200 matriculados en cursos de deporte y gimnasia; 15.000 almuerzos diarios servidos en 8 restaurantes.

En estos centros, contabilizamos 80 piscinas; 77 canchas polideportivas; 34 teatros y auditorios con un total de 9.312 asientos; 79 aulas de gimnasia; 107 consultorios dentales; 64 “comedores”³² y cafeterías, y 45 espacios para exposiciones. Además de poseer una estancia de vacaciones en el litoral de São Paulo; un canal de televisión por cable vehiculado por todo el país; una editora de libros; un sello de grabaciones musicales y un Centro de Investigación y Formación. Con ese Centro, la intención es ofrecer cursos en el campo de la cultura y de las artes con énfasis en gestión y mediación cultural; realizar investigaciones junto a los centros culturales del Sesc y a las comunidades; y publicar trabajos nacionales e internacionales que generen subsidios a la formación de estudiantes e investigadores. Saber más sobre las acciones culturales locales significa poder realizar mejor la misión institucional con mayor participación pública.

El Sesc cuenta con 1 millón 700 mil matriculados que, porque trabajan en el área de comercio de bienes, servicio y turismo, pueden asociarse gratuitamente. Hay también la presencia de público no matriculado, que participa de las actividades abiertas. En el cómputo general, 17,5 millones de personas frecuentaron, durante el año pasado, alguna actividad o programa del Sesc.

Vale destacar que la institución mantiene una política de bajo costo de entradas y diversas actividades gratuitas. En ese sentido, fue una de las primeras en realizar un programa de Internet libre, que, además de la gratuidad, promociona la ampliación de conocimientos por medio de oficinas y cursos en esa área. La programación va del hip hop a la música clásica, del considerado popular al considerado erudito, pasando por el teatro experimental, danza contemporánea y variadas exposiciones de arte. Se realiza actividades sobre la culinaria de alguna parte del mundo, cursos sobre como evitar el desperdicio de alimentos y de educación ambiental. También se practica actividades físicas y deportivas en las más diversas modalidades; trabajos de grupo

31 Datos presentes en la publicación Realizações Sesc 2011, mimeo

32 Concepto desarrollado por la institución para designar espacios de alimentación, restaurantes y cafeterías, que se refieren a los hábitos alimenticios nutritivos y balanceados, con énfasis en menú de características regional, nacional e internacionalmente

con la tercera edad -acción institucional que fue pionera en el país- y con grupos infantiles y juveniles. Además, mantiene un Centro de Investigación Teatral (CPT), cuyo director, Antunes Filho, es una referencia en el área.

Para finalizar, el conjunto de lo hasta aquí presentado procuró revelar la manera en que se realiza la inversión en el mantenimiento, ampliación y diversidad de lo que se ofrece al público. El Sesc trabaja en el registro de un entendimiento ampliado de la cultura unida a educación, y fuera de una perspectiva utilitarista o consumista del bien cultural. La preocupación está dirigida a garantizar la libertad personal, la libre elección y gusto, y el ejercicio de la ciudadanía.

Como mensaje, el Sesc pretende estar abierto a todos y ampliar la invitación para el acceso, para el involucramiento y la práctica cultural. Una invitación para participar más activa y plenamente de la creación de lo posible, instigando utopías, que son hechas de imaginación y sueños. Es un poco a la manera como el poeta, traductor y periodista brasileño Mario Quintana escribió:

“Las personas sin imaginación pueden haber tenido las más imprevistas aventuras, pueden haber visitado las tierras más raras. Nada les quedó. Nada les sobró. Una vida no basta solamente ser vivida: también necesita ser soñada.”³³

33 QUINTANA, Mario. 'Lili inventa o mundo'. In: _____. Poesia completa. Rio de Janeiro: Nova Aguilar, 2005, p.937

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.

**BOTICA DE PROYECTOS
ESPACIO DE MEDIACIÓN
Y GESTIÓN MÚLTIPLE**



BOTICA DE PROYECTOS

ESPACIO DE MERCADÓN Y GESTIÓN MÚLTIPLE





LA BOTICA DE PROYECTOS: UNA ESTRATEGIA PARA LA MEDIACIÓN Y GESTIÓN MÚLTIPLE

Paola de la Vega

En los últimos años, la gestión cultural ha devenido un campo de estudio especializado en Ecuador; sin embargo, sobre él se han esbozado apenas los debates en torno a las prácticas posibles y definiciones de la gestión de la cultura, a partir de un análisis profundo que responda a los entrecruzamientos teóricos, disciplinarios y experienciales que la configuran. Uno de estos debates fundamentales y pendientes, es las políticas de financiamiento cultural, asunto vinculado directamente a la gestión de recursos, valga la pena recordar, no solamente monetarios sino también aquellos que son producto del intercambio de saberes, el trabajo en red, la transferencia de conocimientos, las formas de colaboración con participación y aportes de actores culturales, etc., y que responden a lógicas vinculadas al procomún, las economías creativas, la cogestión y la autogestión.

Pensar en financiamiento en cultura, supera largamente la idea sesgada de la “cacería de fondos” o “la búsqueda de auspicios”; se trata más bien de un ejercicio complejo en el que entran en tensión permanente infinidad de discursos provenientes de las políticas públicas, los intereses del sector privado, las nociones de lo artístico, lo autoral, la obra, las demandas sociales, los intersticios del campo artístico con otros campos, la deslocalización de las prácticas, en fin, las transformaciones constantes tanto en las agencias de los actores del campo artístico, como en las relaciones que ocurren entre ellos en las dinámicas de creación de capital social, económico y cultural, y de producción, circulación y consumo de las prácticas artísticas.

A partir de estas reflexiones, Arte Actual Flaco, en el marco del II Encuentro Iberoamericano de Arte, Trabajo y Economía (Creatividad=Capital), propuso La Botica de Proyectos, por un lado, como un espacio de negociación que evidenciara los conflictos y problemáticas en el ejercicio práctico de la gestión de recursos para proyectos artísticos en Ecuador, y por otro, como un escenario que propiciara elementos para la investigación y discusión de prácticas de financiamiento cultural y el consecuente debate ético y político que éstas conllevan.

La Botica de Proyectos se configuró a partir de las reglas propias del intercambio económico -insistimos, no necesariamente monetario- trasladadas al campo artístico,

con la intervención de cuatro actores fundamentales: gestores/artistas visuales, instituciones públicas, empresas privadas y ciudadanías. Arte Actual asumiría el rol de mediador entre estos actores durante los procesos de negociación, y posteriormente, sería el garante del cumplimiento de acuerdos entre las partes. Los datos obtenidos en la etapa de ejecución y de evaluación de la Botica constituirían información sobre el estado actual de las estrategias y dificultades para el financiamiento de las prácticas artísticas. Los insumos de este documento podrían ser de utilidad tanto en la construcción de políticas culturales como en la activación de otras propuestas que dieran continuidad a este análisis. A todo lo anterior, se suma la intención de La Botica de Proyectos de descentralizar el debate y proponer un acercamiento comparativo a los contextos de tres ciudades del país: Quito, Guayaquil y Cuenca.

La conceptualización de la Botica de Proyectos partió de algunos elementos previos que permitieron determinar las condiciones en las que llevaríamos a cabo esta intervención: en Arte Actual conocíamos que un número considerable de iniciativas artísticas emergentes o de mediana trayectoria, al menos en las tres ciudades mencionadas, tienen una marcada dependencia de financiamiento público en sus modelos de gestión económica: fondos concursables, premios y auspicios son casi exclusivamente la única estrategia posible para viabilizar proyectos. Principios como el de corresponsabilidad o cogestión de los recursos públicos, han iniciado recientemente un proceso de aplicación práctica en iniciativas concretas, sin embargo, queda aún un camino por recorrer en este sentido que permitiría plantear una inversión pública alejada de la idea de mecenazgo. Así también, teníamos la certeza de que los acercamientos entre artistas/colectivos y empresas privadas ocurrían de manera aislada debido a diversos factores, entre ellos los más importantes: la desconfianza en la efectividad de la consecución de recursos del sector privado, dada la inexistencia de un instrumento jurídico de exención tributaria que permita a las empresas invertir en propuestas artísticas; el desconocimiento de artistas y gestores de estrategias en el diseño de proyectos que den respuesta a los intereses de la empresa privada; y en relación a lo anterior, la resistencia al control y uso que pudieran ejercer las empresas sobre las prácticas artísticas. Finalmente, habíamos percibido que las experiencias de *crowdfunding* de microfinanciamiento a través de plataformas virtuales son contadas en Ecuador, debido a un desconocimiento generalizado de su forma de operación, a la desconfianza que aún representan los sistemas virtuales que involucran transacciones económicas, y a la posible inadecuación de esta estrategia al contexto ecuatoriano.

Con base en los antecedentes expuestos, y en su condición de eje práctico del II Encuentro de Arte, Trabajo y Economía, La Botica de Proyectos se planteó los siguientes objetivos:

- 1) Crear un espacio de diálogo, articulación y mediación entre artistas, colectivos, gestores/ y empresa privada, Estado y ciudadanía, para la gestión de recursos.
- 2) Construir colectivamente con los artistas y gestores participantes de La Botica, propuestas viables que integran componentes de autogestión o trabajo en red, que dialogaran con el contexto social en el que se insertarían, que evidenciaran coherencia en su planteamiento metodológico, y que ofrecieran a cambio de los aportes recibidos, retribuciones creativas u otras que implicaran, por ejemplo, la reproducción y uso social y creativo de la práctica artística en las comunidades de intervención, superando de esta manera sentidos de retribución que provienen exclusivamente del marketing cultural (impacto mediático, promoción de marca, resultados evidenciados en indicadores numéricos, etc.).
- 3) Investigar sobre estrategias y modelos posibles de financiamiento de prácticas artísticas contemporáneas en el país, con la participación de empresas privadas, microfinanciamiento y el sector público.
- 5) Establecer un componente de participación de las ciudadanías en los modelos de gestión de las prácticas, a través de una estrategia de microfinanciamiento.
- 4) Identificar las problemáticas surgidas durante las etapas de La Botica: laboratorio de diseño de proyectos con artistas y gestores; procesos de negociación entre Arte Actual y empresas privadas e instituciones públicas; la implementación de un espacio para el microfinanciamiento; la posterior negociación y post-negociación directa entre artistas/colectivos, las instituciones y las ciudadanías; y finalmente, la evaluación del proceso.

Una vez trazados estos objetivos, se definió una metodología de trabajo procesual a mediano plazo, que inició en mayo de 2012 y continuará durante todo 2013 en un periodo de seguimiento y evaluación. El punto de partida fue una convocatoria de tres tipos: a los colectivos, artistas y gestores que habían participado en las dos ediciones de Lablatino Quito³⁴, considerando que ya tenían conocimientos sobre herramientas de diseño de proyectos, metodologías de gestión y de trabajo en red. Los actores con-

34 Lablatino es un espacio de trabajo en red cogestionado desde 2010 por Arte Actual FLACSO y la Asociación Pensart, con sede en Madrid. Los ejes de esta propuesta, en aquello que tiene que ver con gestión, buscan generar un intercambio horizontal mediante la puesta en común de experiencias y metodologías de actores culturales de los nodos activos que van construyendo paulatinamente la red (Ecuador, España, Bolivia y Guatemala a 2013). A través del Lablatino, Arte Actual estableció vínculos con varios artistas, colectivos artísticos y gestores a nivel nacional. Los laboratorios implementados permitieron, en algunos casos, producir encuentros y colaboraciones por primera vez, o en otros, profundizar reconocimientos entre los participantes, quienes identificaron coyunturas que les permitirían plantear estrategias de intervención en proyectos en común. En todo caso, Lablatino fortaleció el trabajo en red ya existente, o propició nuevas posibilidades de cooperación con la puesta en común de recursos, capitales y discursos.

vocados debían contar con un proyecto en construcción, con avances significativos, tener garantías de ejecución de sus propuestas (infraestructura, equipos, investigación desarrollada, vínculos con las comunidades), contar con experiencia en autogestión, y proponer un proyecto vinculado a las prácticas artísticas contemporáneas, con pertinencia artística y social, y con objetivos claros y viables. Las propuestas debían ser pensadas para su ejecución en 2013, dado que las instituciones fijan sus presupuestos en los últimos meses del año anterior. Bajo estos mismos lineamientos se realizó paralelamente una convocatoria abierta a proyectos a nivel nacional, a través de las plataformas virtuales de Arte Actual Flacso, y una invitación directa a actores que habían desarrollado propuestas para Arte Actual y que requerían fortalecimiento de nuevas estrategias para su viabilidad.

Tras un proceso de revisión y evaluación, se seleccionaron diez proyectos de entre todos los recibidos: *Ruta Mural* (Provincia del Guayas); *Teatro de Bolsillo-Sono y Periscopio* (Cuenca); *Jornadas de Reflexión “Vinculaciones posibles Arte e Infancia (Quito Chiquito)”*; *Nido de Vidrio*; *Directorio de Artistas y Actores Culturales No Lugar*; *Jardines Colgantes de Guapulonia/ Residencias Verdes en El Panal*; *Interruptor Fanzine*; *Residencia y Laboratorio de Producción Artística (Casa SI-90)*; y *Acertando brechas* -este último no culminó el proceso-.

Con el fin de poner en común metodologías, definir estrategias de financiamiento (pública, privada, colaborativa con otros artistas, colectivos o las comunidades de los territorios de intervención), identificar posibles colaboradores, establecer retribuciones, y determinar políticas y principios éticos de los actores en relación a la gestión de recursos, se realizaron varias sesiones de trabajo colectivas con los diez representantes de los proyectos participantes de La Botica. Estos encuentros, complementados con asesorías individuales, buscaban además, diseñar los proyectos bajo los mismos principios metodológicos y trabajar en su coherencia integral. Así también, en estos espacios se estableció como estrategia de microfinanciamiento una feria abierta al público en general, con el fin de exponer las diez propuestas participantes a la ciudadanía y producir intercambios; los monetarios irían desde los cinco dólares.

La etapa de negociación

De antemano, quienes fuimos responsables de las negociaciones con instituciones públicas y empresas privadas, sabíamos que el sector público (ministerios, dependencias municipales, gobiernos locales, etc.) tendría interés sobre todo en los proyectos de La Botica que tienen una dimensión colectiva, sentido público; implican

participación de las comunidades; responden a principios establecidos en el *Plan Nacional para el buen vivir* y a ejes relacionados a los derechos culturales. Por otra parte, las respuestas que obtendríamos de las empresas privadas son inciertas, pues habíamos puesto en juego dos factores: conocíamos apenas algunos proyectos artísticos o culturales que contaban con financiamiento privado, y habíamos identificado desde nuestras experiencias particulares algunas empresas que podían tener interés en ciertas propuestas. Sin embargo, los lineamientos del sector privado al momento de entregar recursos al sector artístico no estaban claros; de ahí nuestro interés en realizar una suerte de “trabajo de campo” y aprovechar estos espacios de negociación para identificar problemáticas, parámetros y posibilidades de articulación entre las prácticas artísticas y este sector.

Para las negociaciones con lo público y lo privado, habíamos fijado algunos indicadores intangibles de los proyectos participantes, en términos de impacto social, cultural, ambiental, retribuciones colectivas, activación de capacidades en las poblaciones, reproducción de conocimientos, entre otros, pero no contábamos con indicadores económicos y, además, sabíamos que la inexistencia de un instrumento legal de exención tributaria para el sector privado significaba aventurarnos en un contexto adverso.

Resulta innecesario describir lo engorroso y difícil que fue golpear puertas, una y otra vez, de las instituciones públicas y privadas -esto a pesar de que los proyectos contaban con la legitimación de Arte Actual Flacso- todos quienes hemos trabajado en prácticas de financiamiento, conocemos muy bien la paciencia y constancia que se requieren para llevar a cabo estos procesos. A pesar de los esfuerzos realizados en la etapa de negociación durante tres meses, los resultados no fueron los esperados para todos los proyectos, debido a múltiples factores; detallamos a continuación los más importantes:

- La primera barrera para iniciar el diálogo con la empresa privada y algunas instituciones públicas fue la falta de conocimiento sobre la noción “prácticas artísticas contemporáneas”. El arte se comprende casi exclusivamente en su función estética, y está muy vinculado a nociones decimonónicas de práctica autoral, obra y los dispositivos de circulación que soportan estas nociones. Las prácticas artísticas que intervienen en procesos colectivos, sociales y transversales no están consideradas en la política de inversión social de las empresas privadas. En este sentido, nuestros interlocutores en las empresas mostraban sorpresa o extrañamiento cuando les explicábamos estas otras dimensiones posibles del arte, y en el mejor de los casos buscaban articular las experiencias de La Botica con su política de responsabilidad social (cuando la tenían). Otras instituciones privadas remitieron los proyectos a las áreas de comunicación (medios y eventos) o de marketing, departamentos mayoritariamente ajenos al campo artístico.

- En las políticas de algunas instituciones públicas, y menos aún en las políticas de las empresas privadas, no se diferencian acertadamente las etapas de cada valor de la producción artística (investigación, producción, circulación, evaluación); sobre todo la primera y la última son las menos atendidas, dado que la inversión en propuestas que corresponden a estas etapas no representa resultados “visibles” o espacios de promoción más inmediatos.
- Las instituciones privadas demandan indicadores económicos y otros que puedan ser medibles y que les permitan valorar en una perspectiva futura los posibles impactos sociales y económicos de las propuestas que financian. Cuando aún está en debate si este tipo de indicadores son aplicables o no para las prácticas artísticas contemporáneas, esta demanda resulta problemática. Además, hay que decir que la construcción de indicadores culturales es un gran vacío de la investigación en gestión cultural en Ecuador y un gran pendiente de las políticas públicas en cultura.
- A un porcentaje considerable de las empresas privadas les interesa financiar proyectos con estrategias claras de reproducción del capital económico invertido, ya sea en términos económicos o sociales. Este condicionamiento desvincularía el patrocinio privado de la idea de subsidio, dependencia económica o beneficencia. Las empresas privadas no lograron identificar este componente en los proyectos de La Botica, así como tampoco fueron evidentes los réditos sociales que las iniciativas lograrían para las empresas, sobre todo a mediano y largo plazo.
- A las empresas que cuentan con marcas posicionadas, les interesa en menor grado retribuciones relacionadas con imagen de marca o el *free press*. En cambio, las empresas con un área de responsabilidad social, buscan cobertura mediática relacionada a sus focos de inversión.
- Las empresas que intentaron vincular los proyectos de La Botica con su política de responsabilidad social y su foco de negocio, centraron sus decisiones de inversión en el retorno que generarían a través de las propuestas: negociaciones con el Estado, uso de materiales relacionados con las líneas de producto de la empresa en los proyectos artísticos, o incidencia en el territorio donde la empresa concentra sus inversiones o producción.
- Detectamos que algunas empresas incluyen exclusivamente en sus políticas de patrocinio a actividades culturales y artísticas, y a eventos masivos como espacios de promoción de marca.

- Representantes de instituciones bancarias o comerciales afirmaron que la medida de prohibición de cobro por emisión y mantenimiento de tarjetas, representó una baja considerable en su presupuesto y en las utilidades de sus accionistas. Esta reducción se ve reflejada en el recorte de patrocinios a proyectos sociales y culturales.
- Las estrategias de canje son quizás las más viables al momento de negociar con empresas que ofrecen servicios o insumos que pueden ser utilizados en el desarrollo de los proyectos artísticos (materiales, impresiones, equipos). A cambio, las empresas buscan espacios de promoción de marca. En este caso están las empresas: Ediecuatorial, Oye 2000 y Paco que apoyaron a tres iniciativas de La Botica.
- Las embajadas son un aliado importante al momento de producir intercambios y colaboraciones entre artistas locales y procedentes de otros países, sobre todo a través de apoyos para la movilidad.
- Desde hace más de una década, los fondos provenientes de la cooperación española, entregados a través de convocatorias o auspicios de la Embajada de España en Ecuador, AECID, OEI, entre otras, han significado un importante aporte para el desarrollo de proyectos culturales en el país. Los recortes sufridos en estas ayudas desde 2011 representan una reducción considerable de financiamiento para la ejecución de actividades artístico-culturales.
- Los espacios de negociación con empresas privadas en Cuenca fueron prácticamente inexistentes. Mueblerías, empresas de cerámicas y porcelanas, acerías, con fuerte presencia en este territorio, descartaron, incluso antes de una presentación de las propuestas, la idea de financiar proyectos artísticos. Las dos únicas instituciones abiertas a esta posibilidad fueron el Banco del Austro y ETAPA (empresa pública), aunque no logramos cerrar acuerdos con ninguna de las dos. La primera cuenta con una de las pocas -sino la única- Fundación Cultural de una empresa privada en el país. Esta institución fue creada específicamente para



la gestión del Festival de *La Lira*, el cual tiene la mayor inversión privada en una actividad cultural en el país. La segunda, desde su área de responsabilidad social, ha colaborado con varias propuestas culturales a nivel local y se ha vuelto una alternativa de financiamiento para los artistas emergentes de esta ciudad.

- En Guayaquil, esta problemática se repite; de todas las empresas a las que acudimos, Pinturas Unidas fue la única interesada en La Botica, aunque tampoco hubo una negociación efectiva.
- Por su parte, los representantes del sector público mostraron completa apertura a La Botica de Proyectos, considerando la utilidad de este espacio en un momento de construcción de públicas culturales; sin embargo, y a pesar de varias reuniones mantenidas con estas instituciones, las coyunturas políticas, los cambios administrativos y los ofrecimientos sin sustento jurídico, no permitieron concretar muchos de los ofrecimientos que no pasaron de ser acuerdos verbales; señalamos particularmente los casos de la Secretaría de Cultura del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, la Bienal de Cuenca y la Dirección de Cultura del Municipio de Cuenca. También reconocemos el interés y seriedad con las que se involucraron tres instituciones públicas desde un primer momento: Ministerio Coordinador de Patrimonio, Dirección de Cultura del Municipio de Guayaquil y Sala Proceso/Casa de la Cultura Ecuatoriana, núcleo del Azuay.
- La feria de microfinanciamiento llevada a cabo en Arte Actual, durante los días del II Encuentro de Arte, Trabajo y Economía, tuvo una convocatoria mínima, debido a la falta de efectividad de las estrategias de comunicación aplicadas. La Botica de proyectos no contaba con un presupuesto específico ni un equipo de trabajo que se dedicara exclusivamente a promocionar la feria. Así también, sabemos que una estrategia adecuada debió iniciar con una explicación clara sobre los sentidos del microfinanciamiento en la gestión de propuestas artísticas, pues el concepto sigue siendo aún ajeno en nuestro contexto.



Durante la etapa de negociación, mantuvimos reuniones con más de quince representantes del sector público, y al menos veinte de empresas privadas en Quito, Guayaquil y Cuenca. La consecución de recursos lograda de ninguna manera refleja el inmenso trabajo realizado. A las causas mencionadas al inicio de este artículo, se suman otras dos que valdría la pena incorporar: el sistema de mesas de negociación diseñado para cerrar los acuerdos entre los artistas/colectivos e instituciones de manera presencial, resultó inviable debido a las agendas particulares de los representantes públicos y privados convocados, quienes a último momento no asistieron al encuentro acordado; y particularmente, actores del sector privado que asistieron tanto a la feria como a las mesas de negociación, percibieron la falta de capacitación de artistas y colectivos en temas de gestión cultural, y en el manejo de conceptos que les permitieran poner en diálogo sus prácticas con las de las empresas privadas, y lograr negociaciones efectivas.

Es evidente que las condiciones actuales no son las adecuadas para la implementación de una iniciativa como La Botica de Proyectos. La ausencia, tanto de un instrumento jurídico como de indicadores económicos -y también de un planteamiento claro y convincente del impacto del arte en términos sociales- que facilite la relación empresa privada-sector artístico, constituyeron quizás los mayores obstáculos para el funcionamiento de esta propuesta. Los resultados de este proceso evidencian una vez más el estado situacional de las prácticas y problemáticas de financiamiento de la cultura en Ecuador, sobre el que ya tenemos insumos suficientes para plantear demandas y llevar a cabo acciones puntuales.

La ausencia, tanto de un instrumento jurídico como de indicadores económicos -y también de un planteamiento claro y convincente del impacto del arte en términos sociales- que facilite la relación empresa privada-sector artístico, constituyeron quizás los mayores obstáculos para el funcionamiento de esta propuesta.

LOS PROYECTOS

INTERRUPTOR FANZINE

► **Lugar:** Con sede de producción en Quito. Participación y distribución a nivel nacional.

► ¿Qué es *Interruptor*?

Interruptor es un fanzine, publicación temática, producido por artistas emergentes, que nace de la búsqueda y necesidad de un espacio de encuentro donde mostrar sus producciones y dialogar con otros creadores. El proyecto, siendo un espacio para la creación y difusión, muestra el trabajo de artistas, visuales, fotógrafos, diseñadores gráficos y escritores jóvenes de la escena creativa emergente ecuatoriana. Su objetivo es juntar, bajo una línea temática, trabajos de diferentes artistas y crear una pieza única. El producto final es un objeto de diseño, coleccionable, de edición limitada, que se publica de forma anual.

El contenido de cada número se genera en base a una convocatoria abierta, centrada en un tema provocador. Hasta el momento, el fanzine cuenta con las ediciones: *Interruptor*#0, *Interruptor* #1 -“Corriente urbana” e *Interruptor* #2 -“Instinto infantil”. La estrategia de participación colectiva de esta iniciativa, la ha convertido en una de las redes de trabajo más interesantes de la escena joven nacional, en la que artistas de varias disciplinas y de todo el país colaboran. Cada número de *Interruptor* ha crecido en cantidad de propuestas, calidad

de trabajo y edición de ejemplares, pasando de una propuesta de 6 artistas quiteños en la primera edición, a 122 artistas a nivel nacional e internacional en la última edición.

► ¿Qué proponemos?

Para el 2013, se propone la realización y publicación de *Interruptor* #3 - “Ciberespacio”, con convocatoria a nivel nacional e internacional.

► **Presupuesto total: \$13.140**

► **Aporte propio: \$3.140**

► **Retribución a los contribuyentes:** varios productos de diseño exclusivo.

► **Retorno colectivo.** Aporte a la documentación de la producción artística joven ecuatoriana, a manera de registro y material de consulta. Un espacio abierto para la creación y difusión, dirigido a creadores emergentes.

► **Negociaciones y acuerdos conseguidos y fallidos durante la Botica.**

Por parte de la ciudadanía, a través del microfinanciamiento, *Interruptor* obtuvo \$100.

La Bienal de Cuenca ofreció realizar el lanzamiento de la publicación, con los si-

guientes aportes: espacio físico, difusión, cóctel de lanzamiento y un pasaje Quito-Cuenca-Quito; sin embargo, no se logró concretar este ofrecimiento, pues el acuerdo no resultó válido para la nueva administración de dicha institución.

► Estado actual del proyecto.

El proyecto no cuenta con financiación. Se encuentra en la producción del video promocional para lanzar la nueva convocatoria a mediados de 2013. Se continuará la gestión de forma paralela, solicitando auspicios y participando de diferentes convocatorias a nivel nacional.

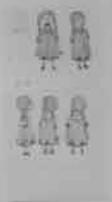
► ¿Qué significó la Botica como experiencia de trabajo, colaboración y articulación con la empresa privada y con la institución pública?

A criterio de *Interruptor*, la estrategia de comunicación de la Botica de Proyectos no fue la adecuada y resultó poco efectiva al momento de dirigir su mensaje a los actores convocados.

Por otra parte, considera que se debe comprometer a los empresarios privados de manera más formal, para que respeten y cumplan los acuerdos verbales.

En cuanto al microfinanciamiento, afirma que esta estrategia no funciona en Ecuador y sugiere eliminarla del proceso, pero reforzar el macrofinanciamiento como estrategia principal de fortalecimiento de futuros proyectos participantes en la Botica.





RESIDENCIA Y LABORATORIO DE PRODUCCIÓN ARTÍSTICA

► **Lugar:** barrio 24 de Mayo y sus alrededores (Quito).

► **¿Quiénes somos?**

El proyecto será ejecutado por La Casa S1-90 en colaboración con Serial Espacio de Arte.

► **¿Qué proponemos?**

Esta propuesta busca generar un espacio de colaboración para la elaboración compartida de productos artísticos, realizados entre actores sociales de la 24 de Mayo y artistas e investigadores residentes moradores en la Casa Residencia S1-90, a partir de un encuentro-taller de producción in-situ en Serial Espacio de Arte. En el proyecto se abordarán las manifestaciones culturales del sector en el ámbito de la memoria, patrimonio, oficios y otros temas relacionados con la vida cultural del barrio, generando la apropiación de los habitantes del sector de los espacios culturales y públicos, a partir de su intervención directa en el proyecto.

► **¿Por qué es necesario hacerlo?**

El centro histórico de Quito es un espacio rico en cultura e historia, pero también un espacio social conflictivo, en constante transformación debido a los procesos de regeneración. Por esta razón, el rescate

de la memoria requiere de dinámicas culturales colaborativas que contribuyan a la reflexión del contexto. El proyecto de residencia y de producción gráfica generará dinámicas de interacción y apropiación del espacio entre los transeúntes, los moradores y los artistas para elaborar productos culturales que sean a la vez productos colectivos.

Estos procesos planteados como estrategias de colaboración directa entre artistas y comunidad arrojan una variedad de formatos y productos de calidad en el ámbito del arte contemporáneo. El principio de esta iniciativa es convivir por un tiempo de cinco meses en un espacio de arte donde se teorice, se investigue, se comparta y se produzca con la comunidad para generar proyectos.

► **Presupuesto total:** \$ 17.200

► **Aporte propio:** \$4.800

► **Retribuciones:**

Productos y servicios generados con la participación de actores del sector: guía a los talleres, comercios y oficios de la 24 de Mayo; elaboración de bolsos promocionales, trabajos colaborativos entre los productores del proyecto y los vecinos del sector; entre otros.

► **Negociaciones y acuerdos conseguidos y fallidos durante la Botica.**

Ediecuatorial asumirá el auspicio de la línea gráfica del proyecto: impresión de postales, afiches y un catálogo-memoria de la propuesta.

► **Estado actual del proyecto.**

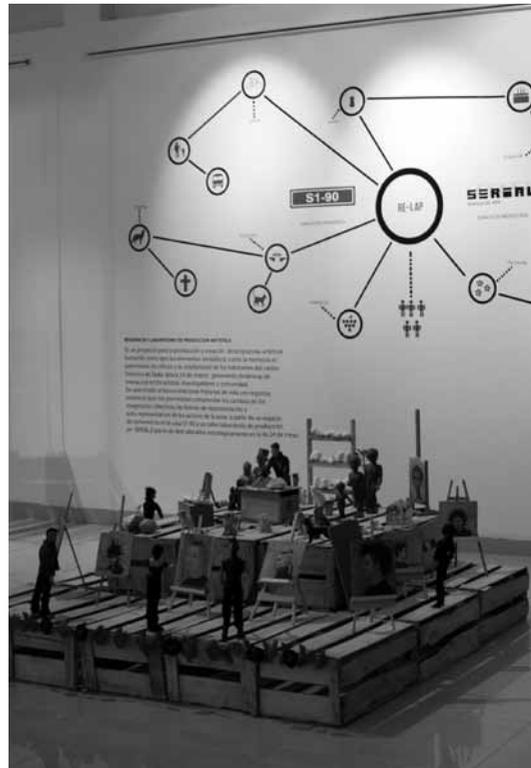
El proyecto no cuenta con financiamiento para su ejecución, por tanto, no será llevado a cabo según su planteamiento inicial, sino que se realizará un proyecto paralelo, el *Re-lap*, en colaboración y coproducción con otros actores culturales del sector como No Lugar. Esta propuesta consiste en una serie de actividades relacionadas a la circulación de artes visuales en espacios no convencionales del centro histórico, a ejecutarse entre mayo y septiembre de 2013. El catálogo-memoria auspiciado por Ediecuatorial registrará estas actividades.

► **¿Qué significó la Botica como experiencia de trabajo, colaboración y articulación con la empresa privada e institución pública?**

A pesar de las buenas intenciones con las que se inició la Botica, creemos que la coordinación del proyecto sobredimensionó las expectativas de los resultados. Así también, las estrategias utilizadas para la articulación entre actores culturales e instituciones no fueron las acertadas, ya que en el proceso realizado entre las mesas de negociación y los primeros contactos con posibles colaboradores, los intereses se diluyeron rápidamente.

De otra parte, los actores culturales no contamos con la suficiente experiencia para vender nuestros proyectos; por esta razón, llegamos sin actitud a unas mesas de negociación que resultaron confusas para todas las partes, y no fue posible adaptar los objetivos de las propuestas a las necesidades de visibilidad de posibles inversionistas.

Creemos importante mencionar que en algunos casos, los auspicios obtenidos ocurrieron por relaciones previas de confianza construidas con anterioridad a la plataforma de la Botica, siendo el contacto directo entre actores culturales e inversionistas, el que dio resultados más evidentes. En este tipo de procesos, resulta necesaria la capacitación tanto de actores culturales como de organizadores de la plataforma para el desarrollo oportuno y eficaz del proceso.







RUTA MURAL

► **Lugar:** Balzar, Guayaquil, El Empalme (Guayas).

► ¿Qué proponemos?

Esta propuesta se desarrolla en la provincia del Guayas, en las localidades de Balzar, Guayaquil y El Empalme. Ruta Mural propone una mirada distinta del arte urbano e incluye una propuesta de intervenciones colectivas en el espacio público, por artistas nacionales e internacionales, conversatorios, proyecciones y talleres de diversas técnicas de las artes de la calle abiertos a la comunidad.

Cuenta con el apoyo de diversos gestores y colectivos locales que mantienen una actividad sostenida en la zona; entre ellos está el Colectivo de Artistas Balzareños, pilar fundamental en la relación con los creadores y comunidad del sector. Particularmente, en la ciudad de Balzar, existe un efervescente movimiento de arte callejero que desde este particular espacio geográfico lucha por la profesionalización y especialización de sus propuestas.

Ruta Mural es un proyecto de tipo local que impulsa no solo el arte sino también el turismo cultural, y genera otras dinámicas como el intercambio de saberes y profesionalización de los artistas emergentes y comunidad de la zona.

► ¿Por qué?

Tomando en cuenta que en la provincia del Guayas se ha satanizado y criminalizado la presencia del arte urbano, creemos en la necesidad de abrir nuevos espacios de circulación para este tipo de propuestas. Ruta Mural permitirá que se dinamice la presencia de los creadores de la provincia del Guayas y de otras latitudes. De esta forma, se busca romper con el centralismo cultural que nos aqueja en cuanto a desarrollo de actividades culturales. Consideramos al arte urbano como una poderosa herramienta para la valoración, vivencia colectiva y reflexión de aquellas otras formas de vivir la calle.

La excesiva contaminación visual producida por las campañas políticas de pasadas elecciones es la tónica del paisaje urbano y rural en la provincia del Guayas. Este fenómeno nos llama profundamente la atención y es otra de las motivaciones para la ejecución de nuestro proyecto. Creemos en la recuperación del espacio público y su modificación a través de técnicas propias del arte urbano.

► **Presupuesto total: \$10.000**

► **Contraparte:** el proyecto aportará con equipos.

► **Retribuciones:** productos promocionales, recorridos turístico- culturales y gastronómicos por la Ruta Mural.

► **Negociaciones y acuerdos conseguidos y fallidos durante la Botica.**

La Dirección de Cultura del Municipio de Guayaquil apoyará la ejecución de dos actividades de Ruta Mural en esta ciudad: intervención de la Plaza Colón con un mural de 30 metros de largo y un aporte de \$2.000 para su ejecución en el mes de junio; y una intervención en el marco del Festival al Aire Libre (FAAL), con otro aporte de \$ 2.000.

El Ministerio Coordinador de Patrimonio ofreció auspiciar el proyecto en su totalidad, con \$10.000 incluidos en el POA, para su implementación en Balzar, Guayaquil y El Empalme. Sin embargo, en el proceso de firma del convenio ocurrió un cambio en la administración pública: el Ministerio Coordinador de Patrimonio dejó de existir como tal en mayo de 2013 y pasó a formar parte del Ministerio de Cultura. Actualmente, este acuerdo se encuentra en un proceso de renegociación con el Ministerio de Cultura, el cual ha mostrado apertura y continuidad. Se están afinando detalles del cronograma para proceder a la firma del respectivo convenio.

► **Estado actual del proyecto.**

El proyecto Ruta Mural mantiene su formato inicial como plataforma turístico-cultural y de arte urbano. Las negociaciones con las localidades participantes

siguen su curso positivo. El acercamiento con el Municipio de Guayaquil ha sido favorable y se ha establecido un cronograma de ejecución de actividades a partir del 27 de junio de 2013. Entre las acciones acordadas con esta institución están: una rueda de prensa, la proyección del *spot* de Ruta Mural 2013, una intervención mural en el espacio público y un concierto. Adicionalmente, se realizará una publicación sobre la trayectoria de Ruta Mural desde 2010 hasta la actualidad.

► **¿Qué significó la Botica como experiencia de trabajo, colaboración y articulación con la empresa privada y con la institución pública?**

El saldo de nuestra participación en la Botica de Proyectos es positivo, pues se logró visibilizar la propuesta en una localidad adicional: Guayaquil.

Se sugiere mejorar la estrategia de difusión, sustentándola en un plan publicitario, participación informativa en los medios de comunicación, el uso de portales de internet, blogs y redes sociales, y la intervención directa de distintas universidades. En estos medios, se deberían publicar y comentar las negociaciones y compromisos adquiridos entre gestores e instituciones públicas y empresas privadas, como constancia, e incluso como observatorio para el cumplimiento de los acuerdos.





TEATRO DE BOLSILLO/SONO

► **Lugar:** Cuenca

► **¿Qué proponemos?**

Esta iniciativa busca potenciar la dinámica de programación de la sala-teatro-auditorio del Sono, estructurándola bajo el nombre de “Teatro de bolsillo en el Sono”. Esta sala ha venido funcionando en condiciones básicas, a pesar de la necesidad absolutamente clara de la escena local de contar con espacios adecuados. El Sono pretende ofrecer un lugar de programación cultural permanente, en condiciones dignas, que permita el fortalecimiento de la escena cultural independiente en la ciudad de Cuenca.

► **¿Por qué?**

En Cuenca, la escena artística local e independiente se encuentra en un momento de ebullición y crecimiento, con expresiones artísticas cada vez más numerosas y diversas. Estas manifestaciones, debido a sus particularidades, demandan un accionar diferente al de las instituciones y espacios tradicionales. La dinámica independiente requiere espacios pequeños de programación permanente que vuelvan cercano al hecho artístico y acostumbren al público a asistir con mayor frecuencia, logrando mantener las propuestas artísticas tanto en términos de sostenibilidad temporal como económica.

Inmerso en esta realidad, desde hace tres años, el Sono se ha planteado la generación de un espacio de pequeñas dimensiones y con una programación sostenida, buscando nuevos públicos y actores. Sin embargo, la poca rentabilidad obtenida hasta ahora no ha permitido mejorar las condiciones de funcionamiento de la sala en diferentes aspectos. Proponemos, entonces, un acondicionamiento general que nos permita brindar un espacio óptimo tanto a los artistas locales como al público asistente a la programación.

► **Presupuesto total:** \$ 46.100

► **Contraparte:** el 30 % del presupuesto total está cubierto por concepto de espacio y su manutención, sumado al trabajo de programación, difusión y producción del calendario de actividades.

► **Retribuciones:** entradas a eventos, presencia y mención en materiales impresos y soportes de comunicación, espacio para demostración de productos, entre otros.

► **Negociaciones y acuerdos conseguidos y fallidos durante la Botica.**

La empresa privada OYE 2000, aportó con un set de iluminación para la sala de teatro. Sin embargo, no se ha logrado aún darle un uso óptimo debido a la red eléc-

trica que requiere la sala y que, por falta de presupuesto, no ha sido instalada.

La Dirección de Cultura del Municipio de Cuenca ofreció, por un lado, abogar para que la casa en la que funciona el Sono, sea parte del proyecto “Zona Franca”, lo cual permitiría su restauración por parte del Municipio de Cuenca; por otro lado, ofreció buscar las alternativas del caso para entregar al Sono un préstamo con bajos intereses para la compra de la casa. La nueva administración de la Dirección de Cultura desconoció ambos acuerdos.

► Estado actual del proyecto.

La temporada 2013 del Sono ha sido anunciada y se encuentra en ejecución, bajo el nombre de “Teatro de bolsillo”, a cargo del colectivo de Teatro Experimental Barojo. Esta temporada cuenta con una fuerte presencia de teatro, además de talleres y pequeños recitales musicales. La sala se encuentra funcionando en los parámetros habituales. Lamentablemente, no se han podido solventar las necesidades que requeriría una puesta en escena de mejor nivel técnico, dados los pocos resultados en la obtención de recursos para la adecuación propuesta.

► ¿Qué significó la Botica como experiencia de trabajo, colaboración y articulación con la empresa privada y con la institución pública?

La experiencia ha sido saludable y enriquecedora. Nos parece importante tomar nota de las observaciones realizadas para

que el proceso de la Botica se consolide; sin embargo, para nosotros es fundamental que se visibilice el manejo de instituciones culturales, sobre todo, de aquellas que administran fondos públicos y que intervienen en este tipo de procesos de manera irrespetuosa e irresponsable. Esta reflexión la compartimos con el único afán de que se vean actitudes en pos de una mejora colectiva.







PERISCOPIO

► **Lugar:** Cuenca.

► **¿Quién soy?**

Katya Cazar es licenciada en Artes Visuales y máster en Estudios de la Cultura. Ha representado al Ecuador en dos ocasiones en la Bienal de Cuenca y ha realizado exposiciones en México, Colombia y Argentina.

► **¿Qué es Periscopio?**

Es una exhibición plástica en el centro histórico de Cuenca, que hace alusión al significado mismo de la palabra “periscopio”: un instrumento óptico formado por una doble cámara clara, instalada en un tubo vertical, que sirve para ver los objetos por encima de un obstáculo.

La obra plantea la ubicación de un periscopio con mirillas en los dos muros que clausuran la calle Santa Ana, la única de inicios de la ciudad, de su traza original, considerada un espacio patrimonial. Esta calle ha permanecido bloqueada por décadas y solo puede ser vista de manera aérea. La documentación existente sobre la calle, corresponde a fotos de prensa. El espacio es simbólico por su valor histórico, pues es uno de los pocos resquicios de la ciudad de carácter fundacional. Lo interesante es que esta calle es también, de alguna manera, un mito urbano, al que se resaltará con esta intervención.

La calle Santa Ana atraviesa una manzana y es, en la actualidad, un callejón olvidado que la mayoría de ciudadanos desconoce.

► **¿Por qué?**

La importancia de este proyecto es el trabajo sobre superficies simbólicas que son parte del tejido urbano y que están registradas en el imaginario de los cuencanos; además, en este caso particular, tienen un carácter de irresoluble, ya que se trata de un espacio patrimonial clausurado. Por otro lado, se busca activar el patrimonio que convive con nosotros día a día.

► **¿Cómo?**

Se ubicarán las mirillas con una ligera incisión en los muros. La intervención consiste en colocar en los dos muros un pequeño agujero con imágenes, como si fuesen periscopios: imágenes históricas y también las que la gente imagina.

► **Presupuesto total:** \$ 4.000

► **Retribuciones:** inclusión de logotipo en postales impresas y difusión en redes sociales. Se ofrecen servicios, a cambio del financiamiento, por ejemplo, charlas sobre arte urbano u otros temas de interés para el patrocinador.

► **Retorno colectivo:** se plantea una reflexión sobre el espacio, en la que al espectador se le cuenta, a través de la obra, una historia de una ciudad que vive entre la premodernidad y la postmodernidad, problematizando temas como la ciudad convertida en Patrimonio de la Humanidad, sus nuevos usos, sus normativas, y la noción misma de patrimonio.

► **Negociaciones y acuerdos conseguidos y fallidos durante la Botica.**

La Dirección de Cultura del Municipio de Cuenca ofreció apoyar este proyecto de creación con el pago de los honorarios de la artista, esto es, \$1.500. Este acuerdo fue posteriormente rechazado por la artista, dado el conflicto de intereses surgido, tras su nombramiento como Directora de la Bienal de Cuenca. Adicionalmente, la Dirección de Cultura ofreció facilitar los permisos municipales necesarios para la intervención en espacio público. Este acuerdo se ha cumplido.

Por otra parte, la empresa privada Ediecuatorial dotará al proyecto de un aporte correspondiente a la impresión de su línea gráfica: postales, invitación con modelo recortable, libro de arte, entre otros.

Así también, la empresa privada Dinners cubrirá los gastos de producción de la obra. Este auspicio fue autogestionado por la artista.

► **Estado actual del proyecto.**

La obra se encuentra en producción, pues se ha logrado el financiamiento necesario para ejecutarla. Se han conseguido los permisos respectivos del Municipio de Cuenca; sin embargo, aún están en espera los permisos correspondientes a la Curia. Se espera que esta obra pueda presentarse en julio de 2013.

► **¿Qué significó la Botica como experiencia de trabajo, colaboración y articulación con la empresa privada y con la institución pública?**

Por una parte, el formato establecido para la micro financiación no fue el más adecuado. Y por otra, el acercamiento que realizó Arte Actual a las distintas empresas privadas e instituciones públicas, con el fin de presentar el dossier de proyectos de la Botica, fue positivo, pues logró visibilizar las propuestas; sin embargo, resultó muy difícil lograr el compromiso y participación de las instituciones. Se deben buscar nuevas estrategias que convoquen y seduzcan a los empresarios privados, para así crear puentes entre artistas y empresa.







JORNADAS DE REFLEXIÓN “VINCULACIONES POSIBLES ARTE E INFANCIA” QUITO CHIQUITO, ENCUENTRO MULTIDISCIPLINARIO DE ARTE PARA NIÑOS Y NIÑAS.

► **Lugar:** Quito

► **¿Quiénes somos?**

Quito Chiquito, Encuentro Multi-disciplinario de Arte para niños y niñas, busca mantener una plataforma multidisciplinaria anual, local y regional, que propicie la democratización, diversidad, inclusión y libre acceso a productos y procesos culturales de calidad para niños y niñas. Comprende al arte como una estrategia que contribuye a la generación de procesos creativos; en esta medida, su propósito se fortalece gracias a la exploración de nuevas dinámicas desde y para el fomento de la creación. En este contexto, las actividades del encuentro, están enmarcadas en diversos ejes de trabajo que apuntan a un fortalecimiento estructural y al posicionamiento de la experiencia de cara a la comunidad.

Quito Chiquito va a las escuelas es una propuesta de educación no formal en artes. *Quito Chiquito desde las calles* es una propuesta de ocupación del espacio público a través de las artes y fomento a la participación. *Quito Chiquito abre el telón* es un concurso de fomento a la creación de artes de la escena para público infantil, que promueve cada año la presencia de creadores

emergentes. Es importante recalcar el impacto internacional del festival, que cuenta con programaciones de arte urbano y *street art* en México y Colombia. Por otra parte, la capacitación a gestores locales en la producción de experiencias culturales para la infancia llevó al colectivo gestor a Cali-Colombia, invitados por Graffito Centro Cultural, donde llegaron a más de 25 gestores culturales de esa localidad.

Quito Chiquito, Encuentro Multi-disciplinario de arte para niños y niñas, con seis años de trayectoria, contribuye a la formación de nuevos públicos para las artes en nuestro medio y otras latitudes.

► **¿Qué proponemos?**

Consideramos importante realizar un alto en nuestro andar y sistematizar lo vivido y construido durante estos años, con el fin de mirar de una manera reflexiva todas aquellas prácticas generadas y contribuir con herramientas metodológicas y pedagógicas al campo del arte y sus vinculaciones con la infancia. En esta medida, para el 2013, proponemos las Jornadas de Reflexión “Vinculaciones Posibles Arte e Infancia”, junto a la publicación virtual de los hallazgos obtenidos de esta experiencia.

Por lo tanto, en su séptimo año, *Quito Chiquito* hace un alto e invita a los sectores artísticos y culturales a la reflexión de lo que se entiende por arte e infancia. Proponemos un espacio casa adentro que permita repensarnos en colectivo. La metodología planteada consiste en la discusión académico/teórico, la práctica in situ y la publicación del material de forma virtual.

► **Presupuesto total: \$10.000**

► **Aporte propio: \$3.000**

► **Retribuciones:** difusión en material promocional, obra de teatro o títeres, talleres de títeres, entre otros.

► **Negociaciones y acuerdos conseguidos y fallidos durante la Botica.**

En un primer momento, mostraron interés en el proyecto las empresas privadas Movistar y Lafarge, y la Dirección de Cultura del Municipio de Guayaquil; sin embargo, en las negociaciones finales, estas instituciones no dieron una respuesta positiva. A criterio de la coordinación de *Quito Chiquito*, hubo un seguimiento mínimo de parte de las responsables de la Botica de Proyectos, quienes se habrían limitado a preguntar si se logró o no cerrar los acuerdos.

► **Estado actual del proyecto.**

La realización de las “Jornadas de Reflexión. Vinculaciones Posibles Arte e Infancia” no fue viable, pues no existió el apoyo económico necesario. Se llevará a

cabo el Encuentro *Quito Chiquito* en su formato inicial como en las seis ediciones, sin la plataforma académica.

► **¿Qué significó la Botica como experiencia de trabajo, colaboración y articulación con la empresa privada y con la institución pública?**

Consideramos que los resultados de la Botica de Proyectos fueron nefastos: hubo inversión no reembolsable de nuestro lado y poco acompañamiento de parte de los organizadores. La Botica de Proyectos constituyó una experiencia inequitativa, en la cual, propuestas de diversa procedencia se negociaban en el mismo formato, en detrimento de nuestros intereses.







NIDO DE VIDRIO (NV)

► **Lugar:** barrio Carcelén (Quito).

► **¿Quiénes somos?**

“Papelito no más es”. Arte Colectivo.

► **¿Qué es Nido de Vidrio?**

El proyecto propone el anidamiento (generación, materialización y difusión) de ideas creativas construidas entre artistas mediadores, la comunidad y gestores aliados. La iniciativa surge a partir de la activación de una infraestructura de transporte público sin uso, ubicada en el barrio Carcelén (norte de Quito).

► **¿Para qué?**

Nido de Vidrio impulsa un espacio experimental para el desarrollo y promoción de las artes visuales en el norte de Quito; busca ampliar la gama de propuestas, públicos y medios de difusión desde las variables territoriales; y pretende visibilizar y debatir la necesidad del trabajo artístico y cultural de valores económicos urgidos de la revalorización para la inversión empresarial como responsabilidad social.

► **¿Cómo?**

Se propone realizar:

1. Ocho interacciones rurales-urbanas de arte visual en Huaquillas, Puerto Quito, Mejía, Calderón, Carcelén, San Antonio,

Pomasqui y Guayllabamba, previa convocatoria abierta dirigida a creadores, a partir de la interpretación de un bien cultural de la territorialidad rural en cada comunidad y el trabajo colaborativo con sus habitantes.

2. Tres caminatas dibujísticas, previa convocatoria dirigida a artistas y aficionados, a realizarse en las rutas ancestrales desde Calderón hacia Catequilla, Guayllabamba y Pomasqui; y dos acciones dibujísticas en las principales calles del centro parroquial de Calderón, el intercambiador de Carcelén y su parque central.
3. Cinco exposiciones de resultados-procesos de las experiencias en puentes peatonales y parques centrales, guiados por artistas mediadores participantes y el equipo productor.
4. Continuar con la adaptación del espacio físico Nido de Vidrio, con la exposición del proceso materializado en productos objetuales y el registro de acciones.

► **Presupuesto total: \$23.000**

► **Aporte propio: \$7.100**

Retribuciones: menciones y difusión en material promocional, obras, entre otros.

► **Retorno colectivo:**

*El espacio puede ser solicitado y ocupado con actividades artístico-culturales y comu-

nitarias, gestionadas por artistas y moradores.

*Mayor oferta de actividades y exposiciones artísticas y flujo de público para las artes contemporáneas.

*Información recopilada a partir de investigaciones de campo sobre la historia y dinámicas territoriales de Carcelén Alto a disposición de quien lo solicite.

► **Negociaciones y acuerdos conseguidos y fallidos durante la Botica.**

A través de la Botica de Proyectos, se logró un acuerdo con la empresa privada PACO COMERCIAL E INDUSTRIAL S.A. para la donación de materiales de trabajo. Este acuerdo no ha sido aún efectivizado, pues según la empresa, el material solicitado no podía ser entregado en el primer semestre 2013, dado que corresponde a la temporada de entrada a clases en la región Costa. Se espera concretar el ofrecimiento más adelante.

Gestiones particulares del colectivo han logrado renovar el permiso de uso de Nido de Vidrio en la EPMOP, y del espacio público hasta enero de 2014. La Secretaría de Cultura del Municipio de Quito y el Ministerio de Cultura del Ecuador financiarán al proyecto. Con las Radios Pichincha Universal y Pública de Ecuador, así como con El Telégrafo se llegó a acuerdos de cooperación.

► **Estado actual del proyecto.**

El proyecto Nido de Vidrio se encuentra actualmente en ejecución. Se han realizado interacciones con la comunidad de las escuelas fiscales nocturnas Oriente Ecuatoriano

y Calderón, y también con el Centro Intercultural Comunitario Súpermanzana “C”. Se han obtenido productos de estos procesos.

Se planea en los próximos meses acudir a San Antonio, Pomasqui, Guayllabamba, nuevamente Calderón y Carcelén, El Murco, Puerto Quito y Huaquillas, y continuar en la experimentación con arte visual. Las caminatas dibujísticas se desarrollarán en tres rutas: de Calderón a Catequilla, Pomasqui y Guayllabamba. Las acciones dibujísticas se realizarán en calles y en el centro parroquial (Calderón), el intercambiador y parque central de Carcelén. Los objetos o procesos resultantes serán expuestos en Nido de Vidrio.

Las actividades y metodologías se han enriquecido con reestructuraciones evolutivas que matizan las propuestas conforme la práctica y las necesidades de los productores del proyecto. La propuesta de trabajar en conjunto con poblaciones en espacios comunitarios y mostrar lo procesado y producido se mantiene. El concepto Nido de Vidrio supera al espacio físico contenedor de la propuesta.

► **¿Qué significó la Botica como experiencia de trabajo, colaboración y articulación con la empresa privada y con la institución pública?**

A pesar del apoyo recibido de la coordinación de la Botica de Proyectos, no se ha logrado aún concretar el apoyo de la empresa privada.



NIDO DE VIDRIO

Parada
CARCELEN



SALIDA

INGRESO



NIDO DE VIDRIO (NV)

El colectivo artístico "Papelito no me va" propone la activación de una estación de las localidades de Caracalán para la creación artística, NIDO DE VIDRIO (NV), a través del trabajo artesanal en vidrio, gracias al apoyo del sector y gestores locales, para contribuir en su sostenibilidad (generación, sustentación y difusión) de experiencias artísticas verticales en el norte de Suiza.

Vendrá, glasso personal con posibilidad para establecer estaciones locales.
Cabe, cantidad del espacio doméstico y de trabajo.
Español, lugar de vida y encuentro.



NO LUGAR - DIRECTORIO DE ARTISTAS Y ACTORES CULTURALES

► **Lugar:** Quito, con distribución a nivel nacional e internacional.

► **¿Quiénes somos?**

No Lugar nace en Guápulo, en el 2010, como un espacio para las expresiones de artistas emergentes locales. Actualmente, está ubicado en el Centro Histórico de Quito y funciona como una plataforma nacional e internacional de arte contemporáneo dedicado a potenciar iniciativas jóvenes de artistas, curadores y otros actores culturales. Su intención es establecer conceptos de trabajo colaborativo y así generar una mayor fluidez de propuestas tanto visuales como teóricas, además de brindarle al medio artístico local nuevas perspectivas sobre la producción cultural contemporánea. Con ello contribuimos a la promoción y difusión de diferentes tipos de propuestas.

No Lugar, se ha convertido en un punto de encuentro tanto para creadores jóvenes como para un nuevo público consumidor de las propuestas que se desarrollan en el espacio, lo cual ha determinado que la programación presentada a lo largo de este tiempo sea atractiva y dinámica. Este espacio se ha establecido como un nodo receptor e impulsador de diferentes proyectos artísticos y culturales. En este sentido, No Lugar busca expandir la sala de exposición y pensarla como un laboratorio interdisciplinario de

creación, es decir, utilizar el espacio para el desarrollo de talleres, producción de obras, documentación y la materialización de investigaciones, curadurías, residencias, publicaciones, entre otros. Este planteamiento nos conduce a desarrollar diferentes actividades relacionadas a la cultura contemporánea y al trabajo en red.

► **¿Qué es el Directorio de Artistas y Actores Culturales No Lugar?**

Consiste en una publicación enfocada en la promoción de artistas y actores culturales de la escena local e internacional. La propuesta se plantea como una herramienta de difusión y localización de diferentes prácticas artísticas contemporáneas. Así también, es un documento reflexivo sobre la labor realizada por No Lugar durante estos tres primeros años.

► **Presupuesto total: \$ 8.900**

► **Aporte propio:** los gastos de diseño y diagramación del catálogo, así como los gastos de producción serán asumidos por No Lugar.

► **Retribuciones:** presencia de logotipos en material impreso y digital, material promocional e impresiones digitales de obras.

► **Retorno colectivo:** aporte a la documentación de la producción joven ecuatoria-

na en las artes visuales, que servirá como material de consulta e información a nivel nacional e internacional. La publicación está dirigida a estudiantes de arte, actores culturales, centros especializados, coleccionistas y demás interesados a nivel nacional e internacional.

► **Negociaciones y acuerdos conseguidos y fallidos durante la Botica.**

Se logró establecer un vínculo de trabajo con la Galería Proceso Arte Contemporáneo, de la Casa de la Cultura Ecuatoriana, Núcleo del Azuay, en Cuenca. Este acuerdo consistió en el desarrollo de un proyecto expositivo a realizarse en las instalaciones de dicho espacio y el auspicio de un cóctel de inauguración, impresión de postal invitación, valla publicitaria de 2x4 metros, apoyo para el montaje, y catálogo medio A4 de 80 páginas, producido en la imprenta de la Casa de la Cultura Ecuatoriana.

La Fundación Municipal Bienal de Cuenca ofreció realizar el lanzamiento de la publicación en Cuenca, en el contexto de este evento, dotando de espacio físico, difusión, cóctel de lanzamiento y un pasaje Quito-Cuenca- Quito; sin embargo, no se logró concretar este ofrecimiento, pues la nueva administración de la Bienal no lo consideró válido.

► **Estado actual del proyecto.**

El proyecto se encuentra actualmente en ejecución. Estamos trabajando en la curaduría de los 3 años de No Lugar, y en los contenidos de la publicación, la cual inclui-

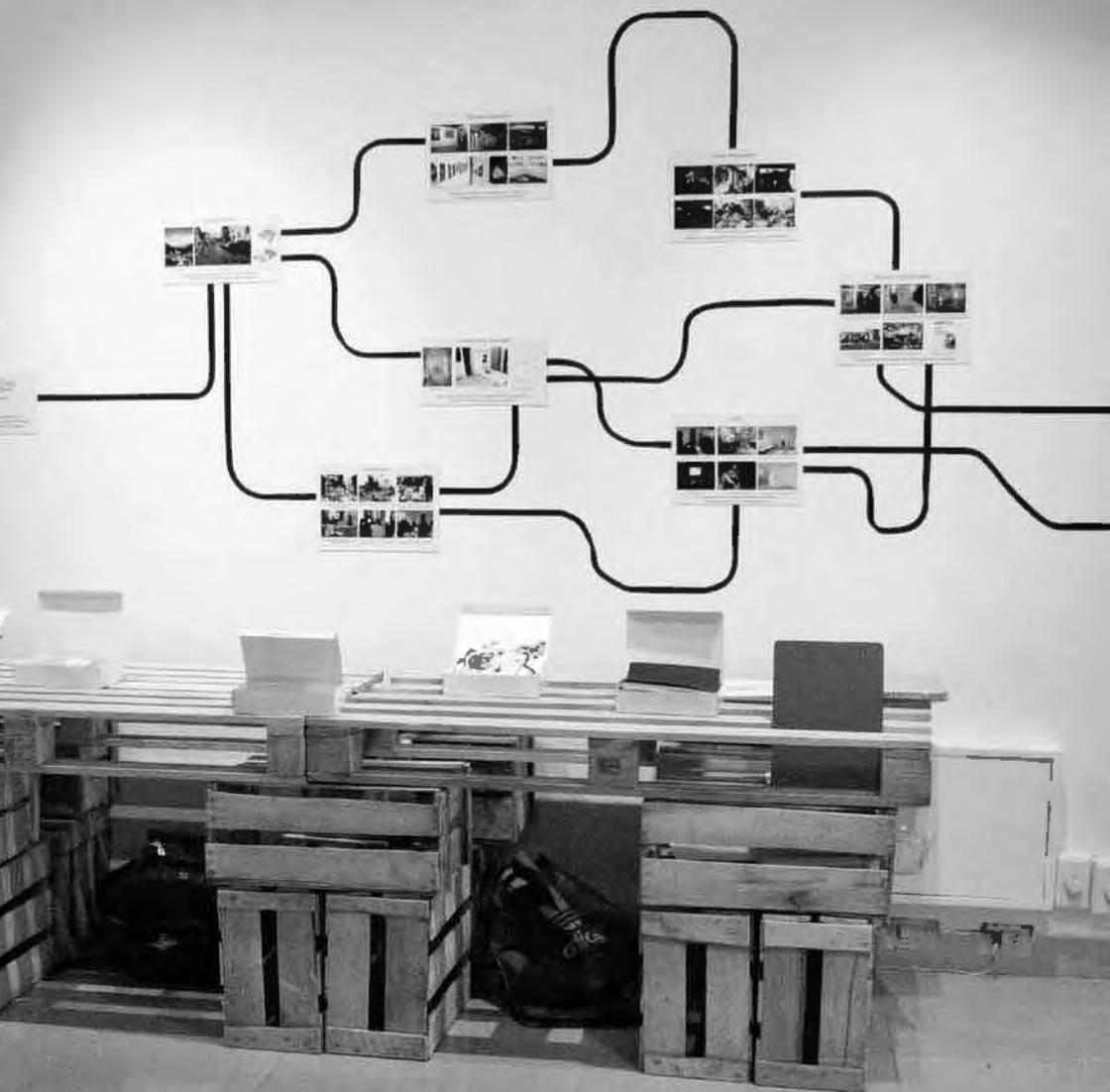
rá una serie de textos reflexivos, escritos por los gestores de No Lugar, acerca del trabajo realizado con artistas emergentes, otros espacios y propuestas independientes, actores culturales, etc., con quienes se han generado eventos, exposiciones, curadurías, residencias, entre otros. Además, se incluirán mapas o cartografías ilustrativas de los procesos levantados durante este tiempo, una sección narrativa de los tres años de gestión del espacio y las páginas amarillas de los agentes culturales relacionados a la gestión de No Lugar.

► **¿Qué significó la Botica como experiencia de trabajo, colaboración y articulación con la empresa privada?**

La Botica de Proyectos generó un punto de encuentro, donde se dieron cita dos actores del campo del arte: los proyectos culturales independientes y la empresa privada; ambos tienen diferentes dinámicas de trabajo, y por tanto, poner esas dos lógicas particulares en diálogo funcionó como un ejercicio de aproximación entre las dos partes.

Creemos que la noción de *crowdfunding* no se encuentra completamente desarrollada localmente, y generar una feria basada en esta estrategia fue algo apresurado. En nuestro medio, la gente no está empapada de este tipo de procesos y plantear una feria para el microfinanciamiento desde estos conceptos no generó los resultados esperados por los diferentes proyectos participantes. Estos procesos toman tiempo y deben ser mediados y difundidos por otros canales.





Jardines Colgantes de Guapulonia

Residencias Verdes

► **Lugar:** barrio de Guápulo (Quito).

► **¿Quiénes somos?**

Panal es un espacio independiente en funcionamiento desde febrero de 2012, dedicado a la creación artística en convivencia. Está enfocado en la producción y reflexión cultural, y su objetivo es promover proyectos de creación y colaboración artística e interdisciplinaria, que por medio del intercambio, la experimentación y la interacción entre centros culturales y agentes artísticos y profesionales de otras áreas que involucran el entorno, posibiliten el fortalecimiento y la generación de redes de creación nacionales e internacionales. El Panal enfatiza su trabajo en temáticas como ecología y naturaleza; arte, ciencia y tecnología; y género.

Esta iniciativa pone a disposición su espacio de trabajo y convivencia para generar residencias verdes de creación artística interdisciplinaria, creando redes de interés y compartición de saberes entre los artistas, expertos y la comunidad. Las residencias deben tener por lo menos un mes de duración, tiempo necesario para compenetrarse con la comunidad, el espacio y los otros residentes. Panal es un espacio de colaboración y trabajo horizontal. Sus procesos son de orden colaborativo en pro de del crecimiento y mantenimiento de la residencia y los proyectos desde la igualdad.

► **¿Para qué?**

El arte, la naturaleza y la vida son parte del mismo engranaje. Panal, como un espacio de reflexión, experimentación y creación, propone la realización de espacios verdes purificadores del ambiente inmediato a través del arte y la concienciación de la comunidad que habita la zona de Guápulo. La propuesta fomenta la comprensión de la importancia de la comida: el ser humano sin alimento no vive, pero comer no es alimentarse y no todos los alimentos son saludables. Por tanto, el objetivo de Panal es la creación de terrazas verdes con fines depuradores de ambientes y embellecedores del ornato de la ciudad y huertos colgantes para nutrir de forma saludable y responsable a la comunidad.

El enfoque artístico viene dado por los métodos y la instrumentalización de elementos artísticos que nos lleven a la interacción entre estas dinámicas y los conocimientos.

► **¿Cómo?**

Por medio de cuatro residencias, se realizarán *work shops* o talleres de utilidad para la creación y mantenimiento de las huertas y jardines verdes. Se convocarán a las residencias a artistas y profesionales que conozcan, manejen y hayan trabajado sobre técnicas de construcción y mantenimiento de terrazas verdes relacionadas con

jardines colgantes y terrazas verdes y/o ecología. Para la realización de las huertas, se emplearán materiales reciclados. Las plantas serán nativas, algunas destinadas al consumo alimentario, basándonos también en el principio y derecho de soberanía alimentaria y el buen vivir. Los artistas y expertos serán seleccionados en base a invitación, a excepción de los artistas ecuatorianos que serán convocados públicamente. Las casas serán seleccionadas en base al interés y disponibilidad de los vecinos del barrio. El trabajo será de tipo colaborativo, basado en el principio de minga y se invitará a participar a la mayor cantidad de vecinos del entorno próximo. Los talleres se dictarán en la casa Panal.

► **Presupuesto: \$30.800**

► **Aporte propio: \$7.200**

► **Autofinanciación:** la venta de semillas y plantas en macetas formará parte de la estrategia de recaudación de fondos.

► **Retribuciones:** las instituciones participantes podrán colaborar en la realización de un jardín y en una charla sobre su cuidado y mantenimiento. Se realizará el registro del proceso, y al final de las cuatro residencias se imprimirá un folleto de las actividades, así como un registro en DVD, en el que se incluirá los logos de las instituciones patrocinadoras.

► **Retorno colectivo:** todos los productos derivados de estas actividades serán de consumo de los moradores participantes. Los productos sobrantes se pondrán a la

venta en diferentes locales del barrio. Se dictarán talleres gratuitos dirigidos a la comunidad sobre los temas propuestos; entre ellos: cómo crear nuestro propio huerto y cómo hacer una maceta de material reciclado y arcilla. La creación de las terrazas tiene un gran valor depurador del ambiente y un valor estético que ornamenta el barrio.

► **Negociaciones y acuerdos conseguidos y fallidos durante la Botica.**

El anterior Agregado Cultural de la Embajada de Alemania mostró interés en que artistas alemanes participaran de este proyecto, con financiamiento del DAAD y el respaldo de esta Embajada. Actualmente, la Embajada de Alemania no cuenta con un nuevo Agregado Cultural, responsable de dar trámite a este proceso. Estamos a la espera de una respuesta.

Por otra parte, la Dirección de Cultura del Municipio de Cuenca ofreció apoyar en términos logísticos y económicos a la realización de una “Residencia Verde” en el Municipio de Limón-Indanza, y otra en el centro histórico de Cuenca como parte del proyecto “Zona Franca”. Estos ofrecimientos han sido invalidados por la actual administración de la Dirección.

► **Estado actual del proyecto:** no ha sido viable su realización por falta de financiamiento.





REFLEXIONES, PAUTAS Y CONCLUSIONES

REFLEXIONES, PAUTAS Y CONCLUSIONES

Paulina León / Paola de la Vega

La sistematización del material producido durante este II Encuentro, siempre parcial, siempre inconcluso, busca ser un instrumento de reflexión y análisis de las prácticas entre arte y economía en nuestro contexto.

Podemos decir que las mesas redondas, realizadas en su formato “tradicional” (expositor – público, en relación vertical), es una metodología que no implica mayores complicaciones, pues son claras las convenciones y el acento está en aquellas ideas que nos trasmite el ponente. Es así que estas mesas nos dejan un valioso material a través de los textos aquí publicados, que nos invitan a releerlos y analizarlos, recontextualizando los enunciados ahí expuestos a la situación local. Invitamos, al igual que en el encuentro pasado, a formar parte de las mesas permanentes de diálogo donde realizaremos de manera conjunta ejercicios de lectura y análisis.

Sin embargo, el Encuentro de Arte, Trabajo y Economía dio énfasis a los espacios de íntimo intercambio, aquellos que se realizan “de tú a tú”. En el I Encuentro, a través de las mesas de trabajo, con la participación de más de ochenta actores culturales del país y varios invitados internacionales, se logró el primer diagnóstico de la Cadena de Valor de las Artes Visuales en Ecuador. Este resultado ha sido base fundamental para los diagnósticos estatales que se realizan actualmente. En el II Encuentro, planteamos en esta misma línea dos formatos: por un lado, la Mesa Taller, que nos permitió por primera vez establecer un espacio de diálogo e intercambio entre actores culturales, empresa privada e institución pública, con el fin de establecer líneas base para una construcción conjunta de mecanismos de cooperación; y por el otro lado, la Botica de Proyectos como el espacio de aplicación, en el que se intenta llevar a la práctica los enunciados expuestos desde el análisis teórico. En estos espacios, mucho más híbridos y complejos, no existen recetas a seguir y las experiencias se validan en el mismo proceso de ejecución. En este contexto centramos las siguientes reflexiones.

En el análisis realizado en las páginas anteriores, evidenciamos que la Botica de Proyectos, si bien pretendió configurar una suerte de mercado para propuestas vinculadas a las prácticas artísticas en Ecuador, sus objetivos apuntaron también a poner sobre la mesa las problemáticas ocurridas en los procesos de negociación y gestión de recursos para el arte, en los que están involucrados los diversos actores del cam-

po: artistas, colectivos, gestores culturales, empresa privada, institución pública y ciudadanía. No hay que olvidar que se trató de una experiencia pionera en el país que contó con recursos mínimos para su ejecución – principalmente financiados por la FLACSO- y que todo el proceso demandaría la corresponsabilidad de los colectivos y artistas involucrados.

Arte Actual FLACSO conceptualizó la iniciativa en su totalidad y fue un articulador-mediador durante seis meses de intenso trabajo, dividido en varias etapas: la convocatoria; el laboratorio de diseño de proyectos; la negociación previa con los posibles colaboradores; la exhibición de proyectos abierta al público; el taller de intercambio, diálogo y debate entre artistas, colectivos, gestores culturales y representantes del sector público y privado de Quito, Guayaquil y Cuenca; la rueda de negociación de los proyectos de la Botica; y la sistematización, seguimiento y evaluación de la experiencia.

Partimos de una convocatoria a los proyectos artísticos que forman parte de la red lab latino; otra convocatoria abierta fue lanzada a través de las plataformas de comunicación de Arte Actual FLACSO; y por último, invitamos directamente a proyectos en construcción que habían trabajado con nosotros. Realizar tres convocatorias para un mismo fin respondió a una razón fundamental: algunos de los proyectos receptados no cumplían con las exigencias mínimas, explícitas en los ejes de la convocatoria; de ahí que seleccionar y determinar la participación de las nueve iniciativas que conforman la Botica significó asumir, en varios casos, un compromiso conjunto de los artistas/gestores y Arte Actual FLACSO, encaminado a rediseñar las propuestas a través de asesorías y reuniones permanentes. La falencia detectada en el manejo de herramientas propias del diseño de proyectos durante la etapa de convocatoria, tiene dos posibles causas: por un lado, es probable que los parámetros establecidos por Arte Actual no hayan sido lo suficientemente claros en términos metodológicos; y por otro, vuelve a entrar en juego una de las problemáticas más repetidas en diagnósticos situacionales del sector artístico: la falta de profesionalización y conocimientos sobre elaboración de proyectos culturales, con un planteamiento concreto que parta del conocimiento de un contexto, objetivos definidos, acciones puntuales, estrategias de sostenibilidad social y económica, entre otros.

El laboratorio de diseño de proyectos permitió compartir metodologías de trabajo y reforzar conceptos básicos vinculados a la gestión cultural y a los procesos tendientes a la práctica social del arte. En algunas de las iniciativas, si bien había una intención de construir prácticas colectivas con comunidades, se evidenció una falta de conocimiento en profundidad de las dinámicas del contexto de intervención, así como también la carencia de métodos de acercamiento y vinculación con grupos sociales,

y en consecuencia, métodos de producción y resolución conjunta artista-comunidad. El reconocimiento de un territorio y los vínculos previos con las comunidades son fundamentales para prever condiciones de trabajo, intereses en juego, niveles de participación, entre otros factores; todos estos serán elementos claves al momento de plantear objetivos, acciones y estrategias de negociación para la consecución de recursos con actores públicos y privados. De manera complementaria, es importante mencionar que la investigación previa de contextos sociales es un proceso complejo y de largo aliento, en constante redefinición, que excede muchas veces cualquier planificación, requiere de equipos interdisciplinarios y de un desarrollo constante de herramientas; sin embargo, su financiamiento es escasamente contemplado, salvo en contadas subvenciones públicas.

Durante el laboratorio, percibimos también la dificultad de los participantes en proponer retribuciones creativas que superen los repetidos canjes publicitarios-financiamiento a cambio de espacios destinados a la imagen corporativa o institucional – y ofrezcan a empresarios privados, instituciones públicas y ciudadanías, productos o servicios derivados de las propuestas, así como retribuciones a las comunidades de intervención enfocadas en la reproducción social del conocimiento y los usos sociales y culturales de la práctica artística.

Es importante mencionar que cada uno de los proyectos participantes tuvo un grado distinto de compromiso durante el proceso, especialmente en momentos determinantes como el laboratorio de diseño de proyectos y en los días de ejecución de la Botica. Esta inestabilidad e inconstancia se reflejaron en los resultados obtenidos en la consecución de recursos durante la exhibición de proyectos abierta al público y en la rueda de negociación con representantes del sector público y privado. A esto se suma que existe una marcada dificultad en artistas y gestores para comunicar las iniciativas y retribuciones con precisión a los diferentes interlocutores. Algunos posibles patrocinadores públicos y privados que asistieron a la Botica de Proyectos hicieron referencia a dos problemas que marcaron su desinterés: la falta de claridad al comunicar la propuesta y la falta de profesionalismo en el momento de la negociación.

La exhibición pública de proyectos, como estrategia de microfinanciamiento, no tuvo la convocatoria esperada. Sus causas se resumen en cuatro factores: la población desconoce el sentido de esta estrategia en el campo artístico; existe una escasa comprensión en la ciudadanía sobre las posibilidades en términos sociales de las prácticas artísticas; los procesos que se pueden activar desde la práctica social del arte han sido escasamente socializados con las distintas poblaciones; y finalmente aparece la tan mentada necesidad de formación de públicos. A estos factores, hay que añadir que la estrategia de comunicación utilizada por Arte Actual FLACSO para convocar a

la exhibición de proyectos no fue la adecuada; hemos concluido que esta invitación debió enmarcarse en un plan intensivo de mediano plazo que parta de la información a la ciudadanía entorno a las problemáticas citadas.

En el texto precedente de análisis de la Botica de Proyectos, reflexionamos sobre el proceso de negociación previa con instituciones públicas y privadas. Es evidente que las condiciones actuales para establecer acuerdos de financiamiento de proyectos artísticos con empresas privadas no son las más favorables, lo cual repercutió en los resultados de la Botica. Los pendientes en este tema son varios: carecemos de indicadores económicos que nos permitan acercarnos a través de un lenguaje común al sector empresarial; no se ha identificado un proceso de diálogo entre empresarios e instancias competentes de instituciones públicas, centrado en construir instrumentos que permitan la gestión de recursos privados para cultura –como por ejemplo, una ley de exención tributaria–, a pesar de que ésta sea una demanda repetida de los actores del sector. Por otro lado, tuvimos muchas dificultades en identificar tanto los canales de acceso a la empresa privada para proponer proyectos artísticos, como los formatos, requerimientos y parámetros valorados por las empresas en relación a propuestas culturales. La vía de acceso más acertada de acercamiento fue a través de las áreas de responsabilidad social que condicionaba su interés a la forma en la que el proyecto podía responder a su foco de negocio, cuestión que causó tensión entre los artistas proponentes y los empresarios.

Las instituciones públicas sin bien fueron las que mayor apertura mostraron en el proceso de negociación, en algunos casos, no hubo la seriedad esperada en los compromisos asumidos, dada la alta rotación de funcionarios y la ausencia de planes a largo plazo que les permitan viabilizar acuerdos a futuro. Los casos de la Dirección de Cultura del Municipio de Cuenca y la Bienal de Cuenca fueron los que más evidenciaron este problema. Se trata, entonces, de externalidades ajenas a la responsabilidad de Arte Actual FLACSO que causaron malestar entre los participantes de la Botica de Proyectos y en quienes llevamos a cabo la mediación del proceso.

Resulta paradójico que en un momento de construcción de políticas culturales, las instituciones públicas no hayan respaldado un espacio como este, complementario a los diagnósticos situacionales en torno a las demandas y problemáticas del sector artístico.

En general, gran parte de los posibles colaboradores públicos y privados no asistió al taller ni a la rueda de negociación, a pesar de una confirmación previa. La metodología para propiciar este encuentro multisectorial quizás no fue la acertada, dadas las agendas propias que establecen otras prioridades. A pesar de las condiciones ad-

versas, durante la negociación, algunas iniciativas concretaron acuerdos y otros se desvanecieron con el tiempo por cambios de perspectiva u ofrecimientos efímeros.

De los puntos expuestos, podemos decir que la etapa más difícil del proceso ha sido justamente aquella que corresponde a las negociaciones con los posibles patrocinadores, tanto de la empresa privada como de la institución pública; sin embargo, nos motiva haber cumplido con uno de nuestros objetivos principales, que sienta un importante antecedente en la investigación de prácticas y políticas de financiamiento de las prácticas artísticas. De nuestro análisis, concluimos que una de las primeras grandes barreras para iniciar el diálogo con la empresa privada y varias de las instituciones públicas fue la falta de proximidad a nociones y dinámicas en torno a las “prácticas contemporáneas”; la concepción del arte y de la cultura está aún sujeta al concepto modernista de obra objetual y de autor, alejada de los posibles procesos colectivos y sociales. El valor de la cultura y su capacidad transformadora y transversal no han sido asimilados en sus políticas de inversión social; por tanto, presentar una propuesta vinculada al arte contemporáneo en empresas privadas, significa un acercamiento a las áreas de responsabilidad social (en el mejor de los casos), comunicación (medios y eventos) o de marketing, departamentos mayoritariamente ajenos al campo cultural. El arte, y la cultura en general, no son sectores prioritarios para estos departamentos.

Otra de las grandes dificultades, sobre todo, con la empresa privada ha sido la demanda de indicadores (en su mayoría medibles, tangibles) que les permitan valorar en una perspectiva futura los posibles impactos sociales y económicos de las propuestas. La demanda de estos indicadores se convierte en un dolor de cabeza al momento de pensar en arte contemporáneo, por las dinámicas propias de esta noción, algunas de ellas imposibles de medir, pues aquello que la intervención ha detonado escapa muchas veces al control del artista. En caso de aplicar algunos indicadores de evaluación, hay que decir que en el país, este resulta un gran vacío tanto de la investigación en gestión cultural, y un gran pendiente de las mismas políticas públicas en cultura. La construcción de indicadores pensados para las prácticas artísticas y que superen a indicadores numéricos como número de asistentes, de entradas vendidas o de espacios mediáticos logrados, es una deuda.

En cuanto al trabajo con la institución pública, resulta compleja la negociación sin tener un marco de políticas públicas que haga posible y clarifique estructuras, mecanismos, etapas, procesos de seguimiento y evaluación, entre otros. Tampoco existen las condiciones necesarias para establecer una relación empresa privada y sector artístico, que se expresan a través de incentivos fiscales y otros instrumentos, y estrategias de trabajo conjunto. Otro de los problemas identificados en la institución pública es la aceptación exclusiva de proyectos que respondan al discurso político de turno.

La responsabilidad social empresarial es entendida en el sector privado como un aporte destinado a proyectos e iniciativas que son compatibles con el objetivo y el propósito de la empresa, es decir, que implican un compromiso o un “pacto implícito” con la comunidad, que retribuye a la empresa con prestigio y “licencia” social para operar. Para el sector artístico, en cambio, la responsabilidad social podría ser asumida desde la calidad del proyecto u obra; se comprendería a la obra o proceso artístico como un “dispositivo” de contribución social, cuyo contenido es en sí mismo el aporte. Así también, colectivos y artistas trabajan en procesos de intervención “para y con la comunidad”, y desde ellos aportan a procesos de negociación en dinámicas sociales complejas, educación, apropiación del espacio público, etc. El rol de la institución pública respecto de la responsabilidad social se entendería como la creación de condiciones de posibilidad para el desarrollo de las prácticas artísticas a través de políticas públicas que, por un lado, generen un contexto favorable a la relación arte y financiamiento privado con el fin de abrir otras posibilidades a la gestión de recursos que contrarresten la absoluta dependencia pública, y, por otro, garanticen la diversidad de formas de creación y el acceso a las líneas de fomento existentes.

A pesar de las dificultades nombradas, entre otras tantas, podemos decir que el Encuentro de Arte, Trabajo y Economía y su Botica de Proyectos se perfilan como un espacio en construcción y un método a ser afinado que requiere continuidad, pues plantea una reflexión indispensable en el contexto ecuatoriano. Sin embargo, creemos que arriesgarnos nuevamente a gestionar propuestas como la Botica no tendría sentido en las condiciones actuales. Hemos optado, entonces, por trabajar en estrategias que aporten a la construcción de políticas públicas y en la implementación de acciones específicas: desarrollaremos herramientas e investigaciones concretas que permitan una incidencia real en políticas culturales; mantendremos los vínculos logrados con unas pocas empresas privadas y trabajaremos conjuntamente en convocatorias específicas dirigidas a proyectos artísticos; y finalmente, propondremos líneas de acción puntuales que superen los debates endógenos que recaen en el diagnóstico permanente.

BIOGRAFÍAS

EQUIPO ORGANIZADOR

Marcelo Aguirre /

**Coordinador de Arte Actual
FLACSO**

Trabaja desde 1979 como artista plástico independiente. Ha realizado exposiciones individuales y colectivas dentro y fuera del país, y ha participado en distintas bienales y ferias internacionales de arte. En 1995 obtiene el premio Marco, Museo de Arte Contemporáneo de Monterrey - México (premio único). Desde 2007 es Coordinador de Arte Actual FLACSO, espacio que promueve el arte contemporáneo.

Paulina León /

**Concepto y coordinación del
Segundo Encuentro Iberoamericano
de Arte, Trabajo y Economía
CREATIVIDAD=CAPITAL**

Máster y Diplomada en Artes Libres en la Escuela Superior de Artes de Berlín (KHB). Es acreedora de varios reconocimientos: Premio DAAD a la estudiante extranjera más destacada de la KHB (2004); Beca NaFöG para artistas emergentes, Berlín (2007); Beca DAAD para desarrollo de proyecto, Barcelona (2008); Premio Tentaciones, Salón Internacional Estampa, Madrid (2009); Residencia de Artista, Casa de Velázquez, Madrid (2009); beneficiaria del Consejo

Nacional de Cine, Ecuador (2012); Premio Mariano Aguilera, Quito (2012). Participa en exposiciones y festivales en América Latina, Europa y Asia. Su trabajo se extiende a las prácticas curatoriales y a la gestión cultural. Desde 2009 forma parte del Comité Curatorial de Arte Actual FLACSO, coordina el Cuarto de Proyectos y el Encuentro Iberoamericano de Arte, Trabajo y Economía. Dirige la plataforma cultural El Coro del Silencio.

Paola de la Vega /

**Coordinación de La Botica de
Proyectos**

Máster en Gestión Cultural por la Universidad Carlos III de Madrid; Licenciada en Comunicación con mención en Comunicación y Literatura por la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Tiene estudios de Lengua y Civilización Francesa en La Sorbonne París IV. Dirige el área de gestión cultural, mediación y cooperación, y apoya el área de investigación sociocultural en Gescultura; es directora administrativa y cofundadora de esta organización. Docente de Gestión Cultural e Investigación en la Carrera de Artes Visuales de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Miembro del Comité Curatorial de Arte Actual FLACSO desde 2012. Ha participado como ponente invitada en encuentros nacionales e internacionales sobre gestión cultural, museos, patrimonio, políticas culturales, redes y cooperación. En 2008, publicó el libro de entrevistas *Jorgenrique Adoum*.

María José Salazar /

Asistente de Arte Actual FLACSO

Productora independiente. Participó en el proyecto Ecuador Festival Cine y en la primera edición de Cinemaelectro (2005). En 2006, trabajó como asistente del Grupo de Teatro Malayerba. Ha producido dos obras de teatro: *Bing Bang* (Colectivo Teatral El Derrumbe) y *¡Corre!* (obra dirigida por Charo Francés), así como sus respectivas giras nacionales e internacionales. Participó como Asistente de Producción de las obras *Bicicleta Lerux* (Grupo de Teatro Malayerba) y *El Coro del Silencio* (Caleidoscopio Producciones). Ha colaborado como productora con varios grupos de teatro y ha organizado talleres dirigidos por maestros nacionales e internacionales. Ha incursionado también en el sector audiovisual como productora de campo de una serie de reportajes para Ávila TV, Venezuela. Este último año se desempeñó como Asistente de Arte Actual FLACSO.

Gabriela Montalvo /

Asesora metodológica del Taller

Economista por la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Ha realizado estudios sobre Política Fiscal y Género en FLACSO, Ecuador. Fue Directora de Economía de la Cultura, en el Ministerio de Cultura del Ecuador, donde inició el proceso de construcción metodológica para contar con estadísticas económicas sobre la actividad artística y cultural del país. Ha diseñado metodologías y

herramientas técnicas de análisis económico para aplicarlas al campo artístico y cultural, especialmente al cine, audiovisual, artes visuales, museos interactivos y proyectos de diseño. Ha sido ponente invitada por la Secretaría de Cultura de Argentina, FLACSO, y el Ministerio de Cultura del Ecuador. Ha publicado varios textos sobre economía, arte y cultura.

María del Carmen Carrión /

Asesora de las Mesas Redondas

Curadora y crítica de arte. Máster en Artes por el Programa de Prácticas Curatoriales del California College of the Arts, San Francisco. En 2012, recibió la Beca de Residencia de la Colección Patricia Phelps de Cisneros, TEOR/ÉTica e ICI. Es cofundadora de Constructo. Desde 2009, es miembro del colegio curatorial de Ceroinspiración, espacio independiente y residencia de artistas en Quito. Ha sido curadora asociada para New Langton Arts, en San Francisco, y Coordinadora de Investigaciones para el Museo de la Ciudad, en Quito. Actualmente es Directora Asociada de Programas Públicos y de Investigación en Independent Curators International (ICI). Vive y trabaja en Nueva York, Estados Unidos.



PONENTES

Maarit Cruz

Gerente de Comunicación y Responsabilidad Social de Lafarge Cementos. Tiene estudios de pregrado en Economía y Relaciones Internacionales, y un MBA. Se ha desempeñado como Gerente de Comunicación y Responsabilidad Social en Lafarge Cementos, Ecuador; Gerente de Sostenibilidad en Dassault Systèmes, Francia; y Coordinadora de Desarrollo Institucional en Fundación Esquel, Ecuador.

Jonathan Koupermann

Economista en Arte y Entretenimiento por la Universidad Católica de Milán. Coordinador del Área Técnica de la Fundación Municipal Bienal de Cuenca. Fue responsable del Área de Gestión y Comunicación del Sistema Metropolitano de Museos y Centros Culturales de Quito, y Director de eventos y exposiciones en la Triennale di Milano para Material ConneXion Milano.

Fernando Vicario Leal

Experto cultural en diversas oficinas de cooperación técnica. Licenciado en Ciencias de la Información y Magíster

en Altos Estudios Iberoamericanos por la Facultad de Ciencias Políticas de la Universidad Complutense de Madrid. Se desempeñó como Director de los primeros Centros Culturales españoles en varios países latinoamericanos. Fue Coordinador de Cultura del Convenio Andrés Bello. Participó en la Agencia Española de Cooperación, donde coordinó la estrategia de la Cooperación Española de Cultura y Desarrollo. Fue Director del Área Cultural de la Organización de Estados Iberoamericanos.

Ana Rodríguez

Investigadora y curadora. Dirige la Fundación Museos de la Ciudad de Quito. Estudió Artes Plásticas y Filosofía Estética en la Universidad de Paris 1-Panthéon-Sorbonne, en Francia. Cursó la Maestría de Estudios Culturales en la Universidad Andina Simón Bolívar. Es docente en la Maestría de Estudios del Arte de la Universidad Central del Ecuador. Fue Subsecretaria Técnica en el Ministerio de Cultura de Ecuador. Es fundadora del espacio independiente y residencia de artistas Ceroinspiración, en Quito.

Sergio Silva

Artista visual y diseñador gráfico. Coordina el proyecto s2 Impulso, estudio en línea, donde ejecuta proyectos de

diseño gráfico, dirección de arte, vídeo, escenografía, vestuario y publicaciones.

Mauricio Trindade da Silva

Bachiller en Ciencias Sociales, Licenciado y Máster en Sociología de la Cultura por la Universidad de São Paulo. Trabaja como Asistente Técnico de la Gerencia de Estudios y Desarrollo (GEDES) del Centro de Investigación y Formación del SESC São Paulo. Cuenta con amplia experiencia en investigación y estudios sobre acciones que vinculan cultura y educación.

Leonardo Wild

Novelista, ensayista y guionista. Sus obras incursionan en múltiples categorías literarias. Entre sus publicaciones se encuentran: *Oro en la selva*, Sinab (1996); *UNEMOTION: Roman über die Zukunft der Gefühle*, Carlsen (1996); *Die Insel die es nie gab* (con Frederik Hetmann), C. Bertelsmann (1997) ; *Ecología al rojo vivo*, Libresa (1997) ; *EXTREM!*, C. Bertelsmann (2001); *El caso de los muertos de risa*, Planeta (2001); *El dinero o la vida*, MayorBooks (2011); *Yo Artificial*, Edinun (2012).

MODERADORES

Christoph Baumann

Actor y director profesional de teatro y cine. De febrero de 2010 a enero de 2011, realizó el proyecto *Tablas sobre ruedas - travesías creativas*, con el camión-esenario móvil *El eterno invisible* por 60 pueblos y ciudades de 15 provincias del Ecuador. En enero de 2012, estrenó su primer documental sobre el desarrollo y las vivencias del colectivo teatral de este proyecto. Además de dirigir y/o actuar en 30 montajes de teatro, ha actuado en múltiples películas de cine y producciones de televisión en Ecuador, Colombia y Alemania. Colabora como miembro del Comité Curatorial de Arte Actual FLACSO, desde enero de 2007.

María Fernanda Cartagena

Curadora independiente y editora de la revista LatinArt.com. Historiadora del Arte por The American University, Washington DC., Máster en Culturas Visuales por Middlesex University, Londres. Sus temas de investigación son los vínculos entre el arte y la política, la inserción del arte en la esfera pública, el arte comunitario, la representación de la diferencia en las artes visuales de América Latina y propuestas pedagógicas experimentales que vinculan arte, política y sociedad. Organizó el Laboratorio de Arte y Espacio Social,

LAES (2008), que incluyó la exhibición *¿por qué no te callas?*, activismo, desobediencia y medios de comunicación. Desde el 2009 es curadora de Franja Arte-Comunidad, residencia de arte contemporáneo comunitario en la costa ecuatoriana, impulsada por la organización Solo con Natura. Coordinó el 1er Encuentro Internacional “De la Educación Liberadora a la Teología de la Liberación” (2010). Miembro de la Red Conceptualismos del Sur.

BOTICA DE PROYECTOS

Katya Cazar

Máster en Estudios de la Cultura por la Universidad del Azuay. Especialista en Curaduría de Arte Latinoamericano. Artista visual con formación plástica y teórica sobre arte contemporáneo. Ha realizado varias exposiciones individuales y colectivas dentro y fuera del país. Ha estado presente con su obra en dos ediciones de la Bienal Internacional de Arte de Cuenca, y ha realizado muestras individuales en México y Colombia. Es docente de pregrado y postgrado en la Facultad de Artes de la Universidad de Cuenca y de la Universidad del Azuay. Trabaja como curadora independiente. Ha sido curadora de la Bienal de Cuenca, autora y productora de la muestra *Atrabiliario* (Cuenca, 2011) y curadora asistente de

Gerardo Mosquera, en el Proyecto *Patios* (Quito, 2010). Es Directora de la Bienal de Cuenca (2013).

CASA S1-90

La Casa de prácticas artísticas S1-90, ubicada en el centro de Quito, es una organización sin fines de lucro que se viene planteando, desde el 2009, hacer visible y accesible el arte y los procesos sociales que se decantan y se proyectan del mismo, para proveer una plataforma de diálogo, desarrollo, estudio y exhibición del arte y la cultura, involucrando a nuevas audiencias. Trabaja desde el teatro, la ilustración, el performance, el vídeo, la pintura, entre otros, y desde proyectos que envuelven prácticas colectivas, colaborativas y multidisciplinares tanto académicas como no especializadas; todos estos ejes han sido poco desarrollados en los ámbitos artísticos de la localidad. La S1-90 promueve el desarrollo intelectual y crítico, así como la descentralización de diferentes prácticas artísticas y culturales, a través de eventos públicos, festivales, convocatorias, proyectos, talleres, presentaciones y exhibiciones. www.s1novenata.wordpress.com

Christian Intriago (Daftacid)

Diseñador Gráfico, gestor, y artista urbano y multimedios. Inició sus estudios en la ESPOL. Sus creaciones han sido presentadas en Ecuador, Colombia y México. Es productor de las propuestas

Post Graffiti y Ruta Mural. Ha impulsado la plataforma de arte urbano Patrimonio Callejero Crew que busca descentralizar espacios y procesos relacionados al arte urbano en la provincia del Guayas, desde la autogestión y el trabajo en red.

María Fernanda López

Candidata al Doctorado en Teoría de la Cultura por la Universidad de las Américas, Puebla-México. Magister en Estudios de la Cultura por la Universidad Andina Simón Bolívar y Diplomada en Arte Ecuatoriano por la Universidad Central del Ecuador. Su línea de indagación incluye temáticas de arte urbano, creación contemporánea y acción cultural con una perspectiva latinoamericana. Ha participado como ponente y especialista invitada en Perú, Guatemala, Colombia, México e Inglaterra, en reconocidas universidades como la UNAM, Enah, Buap, Goldsmiths University. Profesora invitada a la cátedra “Latin American Art and Activism”, en Universidad de La Verne, California. Colaboró en la investigación, textos y línea editorial de *Arte Bastardo*. Desde 2011, junto a Bloque Autonomus, mantiene el proyecto *Migraciones Visuales*, exploraciones digitales para *street art* en México. Punto aparte merece la labor de fomento a nuevos públicos y creadores, conceptualizando y produciendo *Quito Chiquito. Encuentro de Arte para niños y niñas*, en sus siete ediciones.

NO LUGAR – AC

Proyecto liderado por Eduardo Carrera, Francisco Suárez y Rubén Díaz, y dedicado desde 2010 a la promoción y difusión de artistas jóvenes. Es una plataforma de arte contemporáneo instalada en la ciudad de Quito – Ecuador. Su principal interés es vincular las prácticas artísticas contemporáneas con la ciudad, conformando un centro de exhibición, difusión, residencias artísticas, plataforma de debate y promoción de artistas emergentes. NO LUGAR – AC, en su modalidad de espacio de exhibición y residencias, ha trabajado con alrededor de 90 artistas y actores culturales provenientes de Ecuador, España, Brasil, Chile, Colombia, México, Perú, Argentina, Francia y Dinamarca. Durante 2012 ha implementado su oficina de investigación y producción cultural: gestión de proyectos, elaboración de textos, diseño y producción de exhibiciones, asistencia curatorial e investigación. <http://nolugar.org>

Panal de Arte

Plataforma ecuatoriana, independiente, de creación artística, enfocada en la producción y reflexión cultural dentro de un espacio de residencia. Su objetivo es promover proyectos por medio del intercambio de artistas creadores, quienes a través de la experimentación y la interacción entre centros culturales y agentes artísticos, posibilitan el fortalecimiento y la generación de redes de creación nacionales e internacionales.

Papelito no más es

¿Qué es un avión de papel? Memoria, comunicación y territorio. Este proyecto revaloriza y otorga valores simbólicos y funcionales al avión de papel (patrimonio cultural intangible universal), construyendo propuestas artísticas, re-creacionales y pedagógicas, integradoras e inclusivas, difusoras masivas de experiencias, y productos culturales surgidos a partir de este concepto o sus antítesis, desarrollados y mediados por la comunidad y creadores individuales o colectivos locales de diversas disciplinas, comprimiendo dinámicas, políticas y mecanismos de circulación de conocimientos.

S2 impulso creativo

Es un grupo creativo, compuesto por los hermanos Sergio y Juan Silva, interesado en cultura visual. Trabajan en diseño, ilustración, escenografía y moda. Su misión y objetivo es disfrutar de la vida a través del diseño e invitar a todos los interesados en el proceso. Llevan adelante el proyecto de Interruptor Fanzine.

SONO

Situado en Cuenca, el Sono inicia sus actividades en 2008, conceptualizado como estudio guitarrístico, espacio de enseñanza y muestra de obras musicales elaboradas en guitarra y sus diversas posibilidades. En 2009, se convierte en centro cultural, en-

marcado en la línea de poner en escena los trabajos independientes excluidos de los espacios oficiales de la ciudad. En 2010, genera el proyecto *Temporada 2010*, con el cual obtiene Fondos Concursables del Ministerio de Cultura del Ecuador, llevando a cabo alrededor de diez conciertos de música de diversas tendencias, diez funciones de teatro y títeres, diez exposiciones pictóricas y acciones de arte contemporáneo, cinco espectáculos de danza, y una serie de talleres, encuentros y reuniones, centrados en la reflexión sobre la dinámica cultural de la ciudad y del país. En 2011 y 2012, Sono, en colaboración con artistas y colectivos, propone diversos proyectos con perspectiva de sostenibilidad: *NO DISC. Música fuera de circuito*, *Expo feria de guitarras*, y *Temporada de Teatro infantil*.



www.arteactual.ec

www.arteactual.ec



ARTEACTUAL - FLACSO



Ministerio
de **Cultura**
y **Patrimonio**