



UNIVERSITAT DE BARCELONA

U

B

UNIVERSIDAD DE BARCELONA
MASTER OFICIAL EN GESTIÓN CULTURAL

PROYECTO FINAL PROFESIONAL

**PLANTEAMIENTO DE UN MODELO DE GESTIÓN PARA EL DESARROLLO
DE UN CENTRO DE PRODUCCIÓN ARTÍSTICA EN SANTIAGO DE CHILE**

**Tutor: Dra. Esther Hormiga
Alumno: María Carolina Hoehmann Heredia
Enero 2010**

índice

CAPITULO1_ argumentos iniciales	3
CAPITULO2_ marco teórico	7
2.1 aproximación al concepto de arte y a la apreciación del arte.....	7
2.2 agentes mediadores	16
2.3 espacios e instituciones.....	18
CAPITULO3_ análisis territorial y sectorial.....	23
3.1 contexto cultural en Chile	23
3.2 evolución y análisis del sector de las artes visuales en Chile	36
3.3 referentes en otros contextos: análisis de modelos de gestión	53
CAPITULO4_ análisis dafo y diagnóstico.....	65
4.1 análisis dafo.....	65
4.2 diagnóstico	68
CAPITULO5_ diseño del proyecto	70
5.1 objetivos y fundamentos	70
5.2 descripción y contenidos	71
5.3 estructura y planes de gestión	82
CAPITULO6_ viabilidad del proyecto y conclusiones	95
CAPITULO7_ bibliografía	98

CAPITULO1_ argumentos iniciales

Licenciada en Artes Visuales por la Pontificia Universidad Católica de Chile y postulante al grado académico de Master en Gestión Cultural por la Universidad de Barcelona.

Durante seis años trabajó en la gestión y producción de más de 50 exposiciones para el Área de Artes Visuales del Centro Cultural Matucana 100, en Santiago de Chile. Además ha trabajado para otros proyectos expositivos en el sector de las artes visuales. Como artista ha expuesto en Chile, Argentina y Grecia. Ganadora beca Fondart 2005 (Gobierno de Chile) para la producción del proyecto "Intimidad Pública"

Como artista visual y potencial gestora cultural resulta interesante establecer un estudio para desarrollar un modelo de gestión en el ámbito de las artes visuales, específicamente para un centro de producción artística en la ciudad de Santiago de Chile.

Introducción

El siguiente estudio consiste en el planteamiento de un modelo de gestión relacionado a uno de los sectores culturales, él de las artes visuales o también conocida como artes plásticas.

La idea de plantear un modelo de gestión para un espacio de producción en el área de las artes visuales surge de la confluencia de intereses personales que nacen de la creación como artista plástica y desde la gestión como postulante al rango de magíster en gestión cultural con seis años de experiencia laboral en el sector.

Plantear un modelo de un centro de producción artística se asocia a la observación de las necesidades presentes en el sector. En la actualidad se podría afirmar que las políticas culturales se asocian preferentemente al desarrollo de nuevos públicos, a la construcción de capital cultural en la población y a producir las condiciones idóneas para facilitar el acceso a la cultura. Para algunos, la consideración antropológica del concepto de cultura ha ampliado el campo de acción político y ha desplazado a los sectores artísticos como sectores que sólo interesan a un porcentaje bajo de la población. Muchas veces lo artístico o la alta cultura se asocia a la generación de actividades demasiado específicas y que se asocian a grupos de elite.

Sin embargo en contraposición a esta idea antropológica del concepto de cultura, el proyecto se vuelve un mecanismo de participación en relación al colectivo de artistas y sus necesidades en cuanto a la producción artística. El proyecto busca establecer dinámicas de intercambio, debate y reflexión.

Un centro de producción opera desde conceptos propiamente artísticos como lo son en la génesis de la obra plástica, la creación y la producción. Se trata de la primera instancia en la cual el artista no necesita establecer contacto con agentes mediadores, en la medida que la conceptualización de la obra es de autoría propia. Se trata del primer eslabón en la cadena que establece el origen de la obra.

Por otro lado se observa que sumado al problema de la valorización de la obra plástica están presentes siempre los problemas de financiamiento a la producción. Los más desprotegidos en este sentido son los artistas jóvenes y emergentes, que al no tener un prestigio consolidado no pueden acceder fácilmente a ciertas ayudas. El problema para ellos se transforma en un círculo vicioso, al no contar con prestigio no acceden a las ayudas de financiamiento. Pero el problema es que la única forma de adquirir prestigio es produciendo obra. Todas estas son razones que grafican las dificultades que pueden estar presentes en la producción.

Estas son algunas variantes que se van a ir desarrollando en el presente análisis y corresponden a razones para plantear un modelo que trabaje directamente con creadores a través de una plataforma de trabajo que facilite la producción o que incluso se transforme en soporte para el trabajo en red.

Es interesante observar como los artistas hoy en día buscan en sus pares la creación de redes de trabajo para optimizar los recursos que muchas veces escasean. Además es necesario subrayar la importancia de los nuevos mecanismos de comunicación establecidos a partir del desarrollo de las nuevas tecnologías.

En la actualidad los canales de información traspasan mucha información y a un ritmo acelerado, por esta razón se vuelve importante crear soportes para el contacto directo con otras realidades. Esto permite debilitar los límites entre centro y periferia. Entendiendo centro como las capitales actuales que gobiernan en el mundo del arte como lo son Londres, Berlín o Nueva York; y periferias países tan alejados de estos centros como lo es Chile.

El desarrollo del siguiente estudio se enfoca desde diversas consideraciones que aportan información para poder llegar a establecer un modelo de gestión pertinente en si mismo y en relación al contexto. Se intenta crear una aproximación desde todos los componentes que influyen en el desarrollo de la actividad artística para construir un modelo que sea sostenible en el tiempo.

Finalmente la idea es desarrollar un proyecto académico que sea potencialmente realizable en el contexto señalado. Desarrollar un modelo que sea lo suficientemente ambicioso pero aterrizado, de forma que se trate de un proyecto interesante y aplicable en la realidad.

Objetivos

- Establecer cuáles son las tendencias en cuanto a la tipología de espacios que se desarrollan en el ámbito de la producción artística en el mundo.
- Realizar un análisis profundo del sector de las artes visuales en Chile con la finalidad de poder realizar un plan de empresa adecuado.
- Construir un proyecto que presente un modelo de gestión sostenible para un espacio dedicado a la producción del sector de las artes visuales en Santiago de Chile.
- Diseñar un modelo de gestión que permita el desarrollo de un proyecto cultural en el futuro.

Justificación

La finalidad de desarrollar el siguiente análisis encuentra sus objetivos en concordancia a las líneas que el master fomenta. El proceso académico que busca formar profesionales en materia de gestión cultural, entendiendo la importancia que presenta la profesionalidad del sector para un mejor desarrollo de la actividad cultural. Al igual de los contenidos profundizados el siguiente estudio busca la construcción desde lo académico de un potencial proyecto realizable en el tiempo. Para esto el tema es abordado desde lo teórico, lo político, lo contextual, lo económico, lo legislativo, lo cual finalizaría en el diseño de diversas estrategias que den vida al modelo.

Realizar un estudio metodológico confiere seguridad y práctica para la creación de diseños de proyectos culturales. Esto incorpora además la interpretación de los paradigmas creados en materia de gestión cultural y la comprensión de las tendencias en relación a políticas culturales que priman en el mundo. La construcción del proyecto y el análisis profundo del sector, se transforman en un examen en el cual se ponen a prueba los conocimientos adquiridos y su potencial aplicación a futuro. Muy importante en la consolidación de un profesional es la capacidad que éste presente para aplicar a un ejemplo real los conocimientos adquiridos.

La elección del contexto de la propuesta, en la ciudad de Santiago de Chile, se debe a que es en esta localización en donde se ejercerá laboralmente como (potencial) gestora cultural. Como veremos a lo largo del estudio Chile es un país que en materia de políticas culturales y de la institución de la cultura como ministerio tiene poca trayectoria. Se trata de un área que se ha

desarrollado con fuerza durante los últimos años y que, por lo tanto, aunque presenta desventajas desde lo financiero, se convierte en un nicho de posibilidades. Aunque existen dificultades propias a los procesos de gestión recientes, predomina un ambiente en el que el deseo es avanzar y construir hacia el futuro. Esta energía imperante es la que posibilita invertir mayor riesgo a la construcción de nuevas ideas.

Como todo sector que en su proceso de profesionalización es nuevo, la cultura en Chile presenta un campo extenso de posibilidades por realizar. Las posibilidades de acción puede ser mayor considerando que existen muchos soportes que aún no han sido desarrollados.

La configuración conceptual de la implementación de este modelo se basa en la observación de modelos similares en otras partes del mundo. Cada vez se le da mayor importancia a los procesos creativos y de producción de obra. Cada vez son mayores las necesidades técnicas en la producción de obra. Esto último asociado de la importancia de las nuevas tecnologías y su inclusión al desarrollo de obra artística. Cada vez se vuelve más importante la generación de redes para una correcta incorporación a un medio. En el mundo de los artistas visuales se ha vuelto primordial desarrollar redes de colaboración y sobre todo de intercambio. Esto potencia las posibilidades de expandir el propio campo a un circuito y mercado internacional.

Metodología

El estudio para poder proponer un modelo de gestión como el que se presenta en el siguiente análisis comprendía desafíos importantes y un conocimiento profundo del área y contexto. Por esta razón se siguió la siguiente metodología.

- a- **Análisis del marco teórico:** Configuración de un marco teórico que explique las dinámicas de funcionamiento del sector de las artes visuales en el marco internacional. Este marco consideró una aproximación al concepto del arte, una revisión histórica para dar cuenta de su desarrollo en el tiempo y una definición del campo de las artes visuales y de los conceptos sujetos a la valorización económica del sector, a partir de la descripción de los agentes e instituciones que lo definen.
- b- **Realización de un estudio del contexto cultural chileno y en específico del sector de las artes visuales:** El estudio tuvo por objeto establecer el marco político en que se produce el desarrollo cultural en el Estado chileno. Esto, a través del seguimiento histórico de la institucionalidad cultural, de las políticas actuales y del gasto presupuestario destinado a cultura, además de definir una cartografía de la escena del sector de las artes visuales de Chile, es decir, un diagnóstico que especifique su funcionamiento. Definir cuáles son los agentes que lo componen desde el área pública al sector privado y desde su forma comercial a su forma más pura. Con esta información analizar como todos estos agentes operan, cuáles son las dinámicas que se identifican de la actividad del sector, cuál es la sinergia que se crea entre estos agentes y como influyen en el resto. Finalmente como operan en relación al sector cultural global desde la construcción de políticas culturales y su importancia en el desarrollo del país.
- c- **Elaboración y distribución de dos encuestas:** Se establecieron dos marcos de investigación que podían entregar información valiosa para el desarrollo del proyecto. A partir de la distinción de estos dos marcos se crearon dos modelos de entrevistas que fueron distribuidos a estos colectivos. La primera estuvo dirigida a proyectos similares ubicados en distintas parte del mundo. La difusión de la encuesta a este grupo tuvo por objetivo recopilar datos objetivos con respecto a centros de producción europeos para determinar los mecanismos de funcionamiento de este tipo de organismos y distinguir las dificultades que se presentan en su gestión. La segunda estuvo dirigida a artistas chilenos y tuvo por objeto recopilar datos objetivos con respecto a las necesidades que la producción artística en dicho país presenta, es decir, realizar un análisis de la demanda y determinar así la potencialidad de ésta. Ambas encuestas se constituyeron con preguntas dirigidas y preguntas abiertas de forma de obtener datos objetivos y datos de opinión referidos a cada uno de los entrevistados.

- d- Visitas a espacios:** Con la finalidad de obtener una visión más profunda se realizaron visitas a espacios catalanes que presentan distintos modelos de gestión.
- e- Diagnóstico de la situación:** Los tres primeros puntos metodológicos constituyen un sistema de recolección de información. Desde aquí se construye un diagnóstico, con el cual se pudo definir las líneas y estrategias a seguir para el diseño del modelo de gestión. Fue muy importante el hecho de que la obtención de información de la manera en que opera el sector en general fuese concreta y objetiva para así, poder establecer el diseño de la organización que define el proyecto. La investigación principalmente se basa en la descripción del campo para analizar su manera de operar y las relaciones que se establecen en su interior.
- f- Diseño del modelo:** Considerando las conclusiones extraídas del diagnóstico realizado, se definieron cuáles son las mejores estrategias de comunicación, financiamiento, RRHH, institucionalidad y de diseño de la organización a crear.
- g- Viabilidad del proyecto:** Se analizó la viabilidad del proyecto en el contexto nacional. Se determinó si la escena que se desarrolla en Chile entrega las plataformas necesarias para la puesta en marcha del proyecto. Se estableció si la idea conceptual que planteaba el proyecto era sostenible y podía ser llevada a cabo, y cuál sería su potencial proyección en el tiempo.

CAPITULO2_ marco teórico

El siguiente marco teórico se centra en el análisis del comportamiento de la cultura, específicamente el sector de las artes visuales (también denominadas como artes plásticas), desde todos sus mundos de acción.

Se entrega una visión teórica del comportamiento e importancia del sector en el tiempo. Cuáles son las características que lo definen y lo diferencian del resto, cuál es su estructura de funcionamiento, cuál es el papel o rol del artista dentro de una sociedad, cuáles son los agentes involucrados y cuáles son las principales instituciones relacionadas.

Por un lado, el análisis asociado a los componentes recientemente descritos, se desarrolla desde la base sociológica explicando la importancia del arte en la sociedad y la relación con la población. Se busca explicar cómo esta relación a variado en el tiempo y cómo se constituyen socialmente las artes visuales hoy en día. En definitiva, se explica cómo se construye el campo que conforma el mercado y circuito artístico.

Por otro lado este análisis se complementa con reflexiones del comportamiento del sector bajo la mirada de su marco económico. Se busca definir qué es lo que se entiende por mercado del arte y cómo los componentes de creadores, agentes e instituciones operan en éste. También tiene como finalidad explicar cómo el proceso de valorización de las obras de arte actúa en función a variables como la percepción, mercantilización, producción y oferta, demanda y consumo, etc.

El siguiente análisis busca dibujar una cartografía del circuito de las artes visuales, entender cuales son los componentes que lo componen y como construyen una lógica de funcionamiento entre sí. Para esto se aborda el tema desde una aproximación al concepto, una definición del campo y una descripción de los agentes e instituciones que lo conforman.

Una obra de arte sólo encuentra un lugar gracias a una red compleja de actores: a falta de marchands para negociarla, coleccionistas para comprarla, de críticos para comentarla, de expertos para identificarla, de tasadores para los remates, de conservadores para transmitirla a la posteridad, de restauradores para limpiarla, de curadores para mostrarla, de historiadores del arte para describirla e interpretarla, no encontrará, o casi, espectadores para mirarla – y tampoco sin intérpretes, ni editores, ni impresores, no encontrará oyentes para escucharla ni lectores para leerla-¹

La cita es una aproximación al campo de las artes visuales. Ésta da cuenta de la complejidad del campo por el gran número de agentes e instituciones que lo conforman. Es fundamental entender como opera el circuito, como se define según todos sus elementos para poder desarrollar un proyecto que no deje cosas al azar.

2.1 aproximación al concepto de arte y a la apreciación del arte

Encontrar una definición única al concepto y desarrollo del arte es imposible. La definición del concepto está dada por múltiples lecturas y asociaciones que provienen de diversas ciencias sociales. Principalmente esto se produce debido a que el arte, en el transcurso del tiempo, se ha ido transformando y ha adquirido diferentes connotaciones. Pero además, el concepto de arte y del artista ha estado asociado a lo largo de la historia al contexto social, político, económico, etc.

Se podría establecer entonces que el arte, en su definición, trata de un concepto abierto y subjetivo, demostrado por las diversas definiciones acuñadas en el tiempo que se desprenden de los estudios que historiadores y filósofos han desarrollado.

¹ Natalie Heinrich, "La sociología de las artes", Buenos Aires, Nueva Edición, 2002, p.61

Haciendo un repaso histórico se puede establecer cual es rol que la disciplina ha adquirido en el tiempo, el papel que el artista ha jugado y las diversas lecturas que se han desarrollado desde el estudio metodológico de diversas ciencias.

En la antigüedad clásica el arte fue relacionado con la habilidad, asociado a la destreza, mecanismo determinado por el aprendizaje que conlleva la evolución en la técnica que finalmente busca el perfeccionismo. En el desarrollo escultórico predomina el uso de la figura humana. El desarrollo artístico en Grecia y Roma es importante, ya que se va a convertir en el referente del desarrollo artístico de occidente.

Entrada a la Edad Media el arte va a tomar características de religiosidad importantes. La entrada del cristianismo como doctrina religiosa va a utilizar los elementos visuales del arte para la divulgación de la creencia. En una sociedad principalmente analfabeta los métodos de representación del arte van a ser utilizados de manera simbólica para explicar la doctrina.

El Renacimiento se caracteriza por incorporar una nueva valorización del arte y de la figura del artista. La obra toma una atención como objeto-estético y demandada por los grupos que concentraban las mayores riquezas. Estos grupos presentaban un interés por las piezas artísticas, ya que éstas se constituían en elementos de distinción, piezas que simbolizaban un estatus social y una diferenciación con el resto. De esta forma ideas como el mecenazgo y el coleccionismo empezaron a tomar fuerza convirtiéndose en elementos importantes en la producción artística de la época. En relación a la representación ésta está dada por un acercamiento a bases científicas y la búsqueda de patrones de belleza.

Más adelante con el Manierismo se producen nuevos cambios. El arte va a presentar mayor autonomía en su representación visual. La obra se va a convertir en respuesta de la observación e interpretación del artista de la realidad. Los estándares de belleza única, tan buscados en el Renacimiento, van a ser remplazados por las múltiples concepciones de belleza que derivan de la naturaleza. El artista se vuelve creador y su obra no responde a normas establecidas.

Esta idea de autonomía va a cobrar más fuerza en el devenir del tiempo. Cada vez van a ser más elementos que se van a ir desprendiendo de las concepciones instauradas finalizando en el S.XX con las diversas vanguardias artísticas y el desprendimiento absoluto de los cánones establecidos.

Es así como en el S.XVIII el arte incorpora nuevos elementos alejándose de la religión y de las representaciones de poder. En esta época cobra importancia el reflejo del artista. Éste empieza a ser mitificado como genio y sus obras responden a ideas de sensibilidad y relatividad. Las obras de arte son consideradas como elementos estéticos, que no derivan de la razón sino de los sentimientos.

Pues bien en Francia del 1800 se crea una fuerte dependencia de lo que se denomina gusto academista. La academia como estructura formadora establece los modelos de gusto a seguir, que responden a un formalismo aprobado por los Salones de Arte. Éstos corresponden a una plataforma creada como vitrina expositiva para las obras que fuesen aceptadas.

El quiebre se crea en 1863 con la creación del Salón de los Rechazados, con el que nace la idea de una corriente independiente que finalmente va a devenir en el impresionismo y en las sucesivas vanguardias del S. XX.

Durante este siglo se van a producir los mayores cambios relacionados a la producción de obra artística. Este siglo se caracteriza por presentar una radical transformación tanto de los aspectos conceptuales y estéticos de la obra de arte. Supone una total ruptura con la tradición del S.XIX, descartando los cánones clásicos de gusto aceptados por el academicismo instaurado, trascendiendo en la creación de los sucesivos movimientos artísticos conocidos como las vanguardias. Las vanguardias se van a caracterizar por centrar su reflexión sobre sí mismas. Consideran la teorización a través de manifiestos sobre sus compromisos sociales y las nuevas formas visuales que adoptan. Es importante señalar que las vanguardias se desarrollan en una época marcada por grandes cambios sociales y un contexto histórico de entreguerras.

El post modernismo por su parte considera la idea de “el final de las vanguardias”. Considerado como el fracaso a las propuestas comprometidas y rupturistas de las vanguardia, que suponían eliminar la distancia entre el arte y la vida; el postmodernismo se instala como una amalgama de distintas tendencias en que el arte vale por sí mismo, con una marcada nota autorreferencial que no pretende tener una labor social.

Hoy en día el arte se presenta como herencia del post modernismo, como un mecanismo de producción en constante transformación y difícil de definir desde una visión o lectura única. El arte puede ser parte de cualquier definición, considerado como un concepto global asociado a diversas interpretaciones.

El estudio del arte, como ya hemos comentado anteriormente, se da desde diversas disciplinas. Existen numerables tendencias y lecturas que provienen de distintos campos como la historia, la filosofía, la sociología y psicología. Ciencias que tratan de establecer una lectura desde el énfasis puesto a un u otro elemento. Como el estudio de la figura del artista como ente social, la producción como elemento que se desprende del análisis estético, la obra como respuesta o reflejo de lo social o finalmente cómo el contexto social político y económico determinan la obra. También es importante tener en cuenta que más allá de las características que puede presentar la obra y la lectura que se realiza de ésta, la persona (público o estudioso) va a realizar una lectura desde su propio marco cultural determinado por su propio contexto, la percepción y la identificación con la obra.

El campo de las Artes Visuales

Los sectores culturales se caracterizan por presentar cuatro diversas formas de funcionamiento entre sí. La *creación* y la *producción* (que determina las características materiales o inmateriales de cada sector cultural), la *valorización* y posterior *recepción* por parte del público. Estas cuatro partes de como se constituye cada sector, son fundamentales al minuto de comprender el mercado en el que opera cada uno y su implicancia en la vida social.

Dentro de las diversas tendencias que ha adoptado la sociología del arte, el planteamiento realizado por Pierre Bourdieu en relación al “campo” es interesante de estudiar.

El “campo” no se reduce –aun cuando sea mucho- a una simple consideración del “contexto” de la actividad. El modelo propuesto por Bourdieu permite hacer que estalle la escala unidimensional de las posiciones en un espacio con dos dimensiones, económica y cultural. De este modo es posible representarse los diferentes terrenos de la vida colectiva en una configuración compleja, determinada por una pluralidad de factores: posiciones jerárquicas, volumen y tipos de “capital”, antigüedad, etc.²

Bajo esta idea existen relaciones interesantes de observar. Primero la construcción del campo como un universo en el cual conviven muchos elementos que se relacionan entre si según ciertas lógicas. Es decir, como el mismo Bourdieu responde en una entrevista, el campo es un microcosmos dentro del macrocosmos, en el cual se encuentran los dominados y los dominantes, a través de relaciones de poder.

Interesante es entender como las piezas que conforman el campo se relacionan en función de estructuras de jerarquías y de poder. En el sector del arte es importante definir como el campo esta conformado por múltiples figuras que condicionan el desarrollo artístico en relación a las diferentes etapas (creación, producción, valorización y recepción) y que poseen mayor o menor importancia según su categoría. Se refiere a todo aquello que relaciona a la obra con el público, más allá del contexto en que se desarrolla la obra, el campo reúne las relaciones implícitas en los distintos agentes que participan en la creación de un circuito – mercado. Se trata de las distintas figuras que trabajan como agentes mediadores.

Pero la idea de campo también se establece según la relación que éste puede tener con otros campos. Para Boudieu la autonomía del campo es relativa en la medida que los diferentes

² Heinrich, op. cit., p.71

actores existen en varios campos a la vez. El campo se conforma a través de un tejido estructurado de instituciones y actores que le dan cierta independencia, una categoría propia en la cual no existe el sometimiento externo, sin embargo siempre existe una lógica asociada a otros campos de mayor influencia en relación al concepto de poder.

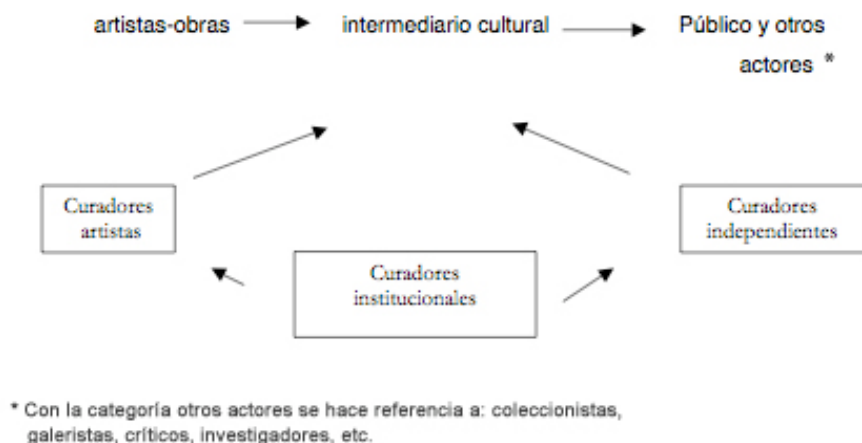


Figura 2.1: Planteamiento de Campo
Fuente: Pierre Bourdieu

Otra idea asociada al campo artístico que grafica de forma sencilla y clara las relaciones que se establecen al interior del campo entre los diversos agentes e instituciones, guarda relación con el reconocimiento y la importancia de éste en la inserción y circulación de la obra de arte.

Creación, producción, valorización y recepción

En relación a los procesos creativos el sector de las artes visuales no se encuentra alejado necesariamente de los otros sectores culturales. Lo que prima en la obra de todos los sectores artísticos es la generación de un producto a partir del talento y creatividad de él o los autores. Sin embargo, en las artes visuales, hoy en día la construcción creativa de una obra visual puede adoptar una forma híbrida. Cada día es más común como los límites de creación se extienden más allá de las técnicas tradicionales y modernas de creación, y convergen en producciones multidisciplinares o que bordean los límites de otras actividades. El proceso creativo de las artes visuales muchas veces se acerca más a la arquitectura, al diseño e incluso a la publicidad (áreas creativas que no son consideradas dentro de los sectores artísticos) más que a otros sectores culturales.

Desde el punto de vista de la producción se puede establecer que la gran diferencia de las artes visuales con los otros sectores culturales corresponde a su categoría de bien único. La producción de obra en el campo de las artes visuales no responde a un proceso de producción industrial y por ende de consumo masivo, como es el caso de la industria del libro, de la industria discográfica o de la industria del cine. Tampoco responde a la lógica de manifestaciones reproducibles como el caso de las artes escénicas y el espectáculo en vivo.

Los bienes y servicios de la alta cultura se mercantilizan en base a la diferencia de sus contenidos en el mercado, y son amparados en un sistema educativo y social que sacraliza la herencia cultural y el trabajo artístico. La universalización del acceso a la educación permite el importante incremento de la demanda social, sobretodo como bien colectivo que genera externalidades, pero también por el incremento del consumo individual. Entre las consecuencias de dicho proceso, está la supervivencia de productos que al tener costes

crecientes hubieran desaparecido del mercado. Asimismo, el valor dado a la singularidad del producto permite una gran segmentación y percepción diferenciada del producto por parte del consumidor.³

En el sentido de la producción artística como realización de un bien único, cabe destacar la inclusión de técnicas como el grabado y posteriormente de la fotografía al campo de las artes visuales. En el caso del grabado nos referimos a una técnica que nace de la imprenta y por lo tanto de la posibilidad de obtener copias a partir de una matriz. En el caso de la fotografía se trata de la misma lógica, nos encontramos frente a un mecanismo que nos permite obtener copias. Aquí la matriz es el negativo. Sin embargo es importante destacar que dentro de la esfera artística la ocupación de estas técnicas se realiza a partir de serializaciones limitadas y numeradas. Este hecho de todas formas entrega la condición de obra única, aunque seriada, a la pieza de arte. De aquí la forma de denominar y señalar estas series. Primero se establece cuantas copias pertenecen a la serie y luego a cual de estas copias corresponde cada pieza. Ej: 1/3, corresponde a la primera copia en una serie de tres. Por supuesto que las obras únicas como pintura, escultura, dibujo y otras más contemporáneas como instalaciones, piezas de arte objetual y de arte conceptual, tienen un precio de mercado más elevado. Sin embargo las obras pertenecientes a series limitadas (grabado, serigrafía, incluso fotografía) se han convertido en una alternativa viable de adquirir el original de algún artista. Por mucho que Walter Benjamin haya criticado la incorporación de los procesos industriales de serialización al desarrollo de la producción artística en general, planteando que en este proceso existe una pérdida del aura de la obra de arte, lo cierto es que hoy en día son fenómenos de gran utilización e incluso se podrían considerar como estrategias para la democratización del arte en el sentido de la adquisición.

Antes de entrar a la etapa de comercialización de la obra de arte es interesante hacer una observación de cómo funciona el circuito y como las obras adquieren valor.

La construcción valórica de una pieza artística es compleja de definir. Cabe destacar la importancia de las políticas culturales que se han instaurado hace un tiempo en las que se fomenta la valorización de la cultura y las artes como elementos productivos que entregan un aporte considerable al desarrollo social de cualquier estado.

Para entender como se da la construcción valórica se puede partir por la relación de los agentes asociados que conforman el campo. Todos éstos son parte de la construcción de valor en torno a la obra artística. En el caso de las artes visuales es muy distinto considerar la valorización del público general a la valorización del sector especializado y teórico. Los primeros, en la mayoría de los casos, realizan una valorización que responde al gusto y a los procesos de percepción e identificación que asocian a la obra. Los segundos trabajan a partir de una aproximación estética y conceptual. La participación y división de estos dos grupos es importante. Los primeros legitiman el éxito de una exposición a través de la asistencia de público que puede generar una muestra. Sin embargo el reconocimiento de los segundos es fundamental, ya que son ellos lo que legitiman al artista y abren los canales de difusión de la obra. Por otro lado también es importante tener claro que cada espectador tiene una distinta aproximación con las obras, por lo que la valorización de una pieza puede ser sumamente distinta entre un u otro observador.

El reconocimiento es importante, tanto del público como de la crítica, de los teóricos y de los pares. Finalmente estos son los que juegan un rol determinante en que la obra de un artista circule en el circuito-mercado del arte. La aprobación facilita que un artista entre a la red, que transite y sea difundido. En la escala de reconocimiento, como hemos explicado anteriormente, todos juegan un rol. Los pares legitiman, los teóricos entregan un marco conceptual, los críticos realizan un análisis crítico, los curadores los insertan junto a un discurso y el público da su visto bueno y con lo que se crea el boca a boca.

Cabe tener en cuenta, que en todo este incierto proceso, los creadores deben invertir en su reconocimiento por el sistema (crítica, colegas, expertos...), pues a no ser que estemos hablando de un producto que se inserte directamente en el circuito comercial (tipo Operación

³ Lluís Bonet, "Aproximación al análisis económico de la oferta y la demanda cultural", Rubio, A. (ed.) *Curso de gestión cultural*, Madrid: Comunidad de Madrid. 2007, p.86

Triunfo), ésta es la única manera de obtener acceso a los canales difusión y a las subvenciones.⁴

Habiendo especificado como se construye la valorización de la obra de arte y cuán importante es en este proceso el reconocimiento, se puede entender la lógica de comercialización la cual se caracteriza por ser bastante dispar. Se trata del éxito o fracaso absoluto a niveles de remuneración, esto considerando la idea de que la completa profesionalización esta dada cuando el creador puede vivir exclusivamente de su obra (Bonet, 2007). La disparidad del mercado permite que existan artistas que se transforman en verdaderos millonarios, sus obras alcanzan un valor muy alto en el mercado y superan la media de recursos conseguidos que cualquier otra profesión. Sin embargo la gran mayoría de los artistas no logran alcanzar este estado y necesitan de una actividad externa para mantenerse.

Distintos estudios corroboran unas remuneraciones medias inferiores de los artistas en comparación a otras profesiones equivalentes (en función del tiempo y el esfuerzo destinado a su formación). Sin embargo, más allá de la dificultad por medir esfuerzos homologables (sobre todo teniendo en cuenta que el talento acostumbra a ser más importante que los diplomas), un artista a lo largo de toda una carrera profesional puede llegar a ganar, en el caso que realmente consiga profesionalizarse, cantidades nada despreciables.⁵

Ahora bien, respecto al consumo en el sector de las artes visuales cabe destacar que existen dos variantes. Por un lado nos podemos referir a la adquisición de obra y por otro lado a la asistencia a eventos artísticos (museos de arte, exposiciones, bienales, festivales, etc). Ambas formas son importantes en como se establecen las lógicas al interior del campo.

La primera se relaciona a la transacción misma (compra y venta) y al valor de mercado que adquieren las obras. De aquí nace la importancia del coleccionismo como el principal método que apuesta a la comercialización de la obra plástica. El coleccionismo puede ser privado y de instituciones. Muchos países han incluido dentro de sus políticas culturales, políticas de adquisición que fomenten el desarrollo artístico.

La segunda es la plataforma de visualidad de los artistas. La realización de exposiciones significa una forma de presentación directa, a través de estos eventos los artistas se pueden hacer conocidos para el sistema especializado y para el público general, convirtiéndose en un mecanismo de difusión importante.

Las visitas de estos eventos también se encuentra condicionada a varias variables. De aquí nacen los estudios de consumo cultural enfocados a determinar cuales son los tipos de eventos culturales más demandados y como las características sociodemográficas o psicosociológicas de la población influyen en la elección de una o otra actividad.

La influencia del origen social no se limita, como se cree habitualmente, a la desigualdad de los ingresos y de los niveles de vida: al mostrar la relación estadística entre concurrencia a los museos de arte y nivel de estudio (especialmente el nivel de estudios de la madre), Bourdieu pudo agregar a la noción marxista de "capital económico" la de "capital cultural", medida a partir de los títulos obtenidos. El acceso a los "bienes simbólicos" no reducibles a valores mercantiles no está condicionado únicamente por los medios financieros, sino también por las "disposiciones" profundamente incorporadas, menos conscientes y menos objetivables: puntos de referencia, gustos, costumbres... La tradicional escala o pirámide de las posiciones sociales, organizada según un eje único determinado por los recursos económicos "estallo" de acuerdo con dos ejes: el capital económico, por una parte y, por la otra, el capital cultural, que se volvió un factor explicativo determinante.⁶

Las encuestas sobre hábitos de consumo cultural parecen indicar una mayor propensión a consumir bienes y servicios culturales convencionales entre la población con mayor nivel de ingresos y estudios. Sin embargo, detrás de dicha constatación emergen factores que van más

⁴ Bonet, op. cit., p.96

⁵ Bonet, op. cit., p.94

⁶ Heinrich, op. cit., p.50 y 51

allá de las variables de carácter socioeconómico para adentrarse en los aspectos que conforman la formación y acumulación del capital cultural de los individuos.⁷

El estudio a través de encuestas entre en funcionamiento en el ámbito artístico a partir de los años 70. La sociología de la cultura se va a enfocar en trabajar para obtener datos objetivos que explican el consumo cultural. Se trata de estudios de público que buscar encontrar la fuerza que ejerce las características de los individuos en la elección de consumo.

Estos estudios han arrojado cifras que afirman el aumento en el consumo cultural, como resultado del aumento del tiempo dedicado al ocio, de la intensificación de la práctica y el incremento de población estudiantil.

La estadística revela que el acceso a las obras culturales es un privilegio de la clase culta; pero este privilegio se presenta bajo la apariencia de una total legitimidad. En efecto, en este terreno sólo son excluidos los que se excluyen a sí mismos. Dado que nada es más accesible que los museos, y que los obstáculos económicos cuya acción se deja percibir en otros dominios no tienen aquí ninguna relevancia, parece fundada la innovación a la desigualdad natural de las "necesidades culturales".⁸

En relación a lo que el público elige en el sector de las artes plásticas, también esta decisión puede estar condicionada por los conocimientos y formación adquirida. Por ejemplo, cabe destacar las dificultades de lectura que presenta el arte actual. Por lo general apreciamos que los niveles de asistencia a exposiciones o museos que cuentan con obra de grandes maestros de la historia del arte son muy altos. El arte previo a las vanguardias es de fácil aceptación por el público ya que es reconocible por su estado figurativo. Incluso algunos movimientos del arte contemporáneo de vanguardia como lo son el fauvismo, surrealismo, expresionismo e incluso el minimalismo son aceptados. Sin embargo, movimientos de arte más duro como el arte conceptual, dadaísmo y todo lo que se genera de ahí en adelante, cuesta de ser entendido por el público global. Todos estos movimientos hasta el postmodernismo y el arte actual son producciones difíciles de asociar por la masa y son consideradas equívocamente como un arte destinado a especialistas.

Pero además la elección por un evento u otro también está acompañada por los sistemas de difusión que se pueden distinguir. Por un lado tenemos los canales de comunicación y marketing que se caracterizan por ser canales directos de información. Estos buscan la afluencia de público a los eventos culturales y tienen un carácter informativo.

Por otro lado encontramos una difusión especializada en la cual prima la industria editorial. Son muchas las editoriales especializadas en crear publicaciones o monografías de artistas.

La industria editorial ha creado en el primer mundo los vínculos activos de información, circulación de las obras y la formación de prestigio a través de una compleja trama, que incluye a las instituciones del arte, galerías, museos, artistas, curadores y aparato crítico. Diferentes publicaciones internacionales han traído el ficticio mundo del prestigio conspicuo del arte a la especulación en el papel. Durante el S.XX además ha surgido como un gran mercado la venta de reproducciones, libros sobre arte y artistas, enciclopedias y merchandising en torno a exposiciones, ferias y eventos artísticos.⁹

Algunos ejemplos de casas editoriales que han apostado por desarrollar publicaciones relacionadas al arte son: Taschen, Konemann (Alemania), Phaidon Press (USA), entre otras.

Las revistas especializadas también juegan un rol importante. Son varios los títulos que se han posicionado en el mercado internacional que entregan información continua de eventos artísticos, espacios de exhibición, exposiciones importantes y artistas. Estas revistas siempre van acompañadas de textos reflexivos en torno al arte y su situación actual. Algunos ejemplos

⁷ Bonet, op. cit., p.98

⁸ Pierre Bourdieu, Alain Darbel, "El amor al arte. Los museos europeos y su público", Edit. Paidós Estética, 2003, p.75

⁹ Arturo Duclos, Capítulo Estrategias de comercialización, en "Habilitación y Administración de espacios para las artes visuales", Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, p.20

de revistas especializadas son: Art Forum (USA), Beaux Arts (Francia), Parkett (Suiza), Lápiz (España), entre muchas otras.

Por último como hemos especificado el campo de las artes visuales está determinado por múltiples factores implícitos en toda la cadena desde la creación hasta la recepción. La creación de valores y como actúa el reconocimiento sobre las obras y los artistas puede ser un concepto comparable de forma transversal a diversos países. Sin embargo la figura completa de acción va a estar determinada por las políticas que un Estado plantea en relación al estado de bienestar establecido en su mandato y por ende por la legislación que se establezca en el ámbito de la cultura.

Según Heinrich (2002), son tres grandes ejes los que han primado en las políticas asociadas a las artes:

- constitución de colecciones, políticas de adquisición y patrimonio artístico
- ayuda directa a los artistas a través de subvenciones y leyes de protección al derecho de autor
- creación de nuevas audiencias, democratización de la cultura

En los países de economía liberal, el Estado interviene indirectamente con subvenciones y beneficios fiscales para los contribuyentes que realizan aportes al fomento y desarrollo del arte. Sin duda todos los sistemas son perfectibles y requieren de una alta dosis de control y colaboración. Tal es el caso de los Estados Unidos de Norteamérica, que sin contar con un ministerio de la cultura ha fundado una industria cultural basada en el concepto de espectáculo, utilizando como modelo las leyes fiscales de fomento.¹⁰

Las leyes fiscales de fomento son herramientas tangibles reflejo de una política de estado. Es la forma de incentivar a los sectores privados a tener una participación activa en materia de cultura y sus diferencias entre un estado y otro son considerables.

La ayuda a artistas es otro de los puntos asociados a políticas culturales y determinan las condiciones en que el artista se desenvuelve. Generalmente estas ayudas se materializan a través de fondos estatales para el desarrollo que son incentivos de fomento para la creación y la investigación.

A diferencia de los países de economía liberal, aquellos que han instaurado un sistema socialdemócrata consideran importante la participación del estado en materia de cultura. Son países en que la actividad cultural está fuertemente subvencionada por el estado.

Creador y las obras

Los aspectos que determinan a un artista y su obra han establecido la formulación de preguntas a través de la historia. ¿Cuándo es un artista realmente un artista? ¿A qué responde el adquirir la categoría de artista y cuándo la obra de arte es considerada como tal?

La operación básica en sociología de las profesiones, es decir, el desmembramiento y la descripción de una categoría de activos para establecer la "morfología social" (cuántos y quiénes son) está en el límite de lo que es posible hacer cuando se trata de los artistas (que, por otra parte, durante mucho tiempo fueron clasificados en la categoría profesional de "otros" en Francia).¹¹

Los estudios que han tratado de definir el concepto de artistas son variados. Algunos crean la definición desde la relación que el artista crea con su entorno social, otros de la relación que el artista establece con la obra en su entorno social y otros basan el estudio en relación a la profesionalidad del artista y qué es lo que determina la profesionalidad de éstos.

¹⁰ Duclos, op. cit., p.21

¹¹ Heinrich, op. cit., p.77

Considerando que en el campo de la sociología encontramos diversas definiciones de la figura del artista, se vuelve interesante ver el enfoque sobre los estudios que se han realizados en el mundo de las ciencias económicas.

Varios estudios sobre economía de la cultura han puesto énfasis en el campo laboral de las carreras artísticas situando estas como carreras con perspectivas inciertas. Benhamour señala que el estudiar una carrera artística significa un riesgo referido a la ocupación laboral posterior. No se garantiza un puesto laboral y no existe ninguna aseguración de un éxito artístico. Significa además una perspectiva incierta en relación a la diferencia existente entre el esfuerzo exigido y el objetivo a alcanzar.

Aunque la frecuencia de actividades múltiples haga difícil la tarea de evaluación de los ingresos según la naturaleza del trabajo, los economistas han intentado medir la diferencia entre el promedio de las demás profesiones.¹²

La única hipótesis concreta sobre la decisión de cursar una carrera artística se podría asimilar al valor que adquiere el reconocimiento de los pares, la crítica y el público, convirtiéndose éste en suficiente motivación como para correr tal riesgo. El reconocimiento encuentra aquí una condición simbólica que se concreta en una valoración importante.

El desarrollo de la carrera profesional se vincula al proceso de acumulación de experiencia y contactos que permite al artista, su agente y al entorno de expertos evaluar el propio talento y apreciar la evolución de su valor en el mercado.¹³

Además de la incertidumbre que significa estudiar una carrera artística, también nos podemos referir a otra esfera. Por lo general, los artistas en los primeros años requieren de un proceso de autogestión importante para poder insertarse en el circuito artístico. Son ellos mismos los que financian su producción artística, intentan desarrollar mecanismos para la circulación de la obra e incluso generan redes para la difusión de ésta. Además podemos sumar aquí la necesidad existente para todo artista joven de una fuente laboral externa a su producción, lo que deriva en tiempo limitado y escaso para invertir en este proceso autogestionado de producción, circulación y difusión de la obra.

La inestabilidad laboral puede afectar a toda la red de trabajadores asociados a la práctica artística. En muchos casos tanto los profesionales teóricos especializados como los técnicos también sufren de este problema, afectando así a toda la cadena y, por lo tanto, a la producción de obra artística.

Por último, en relación a este punto existe otra variante más a señalar, los ingresos que se pueden producir de la práctica. Estos en general son también inciertos e irregulares. Mientras un artista exitoso puede ganar muy por sobre la media en comparación al resto de las profesiones, otro artista que no logra situarse en la lista de artistas de renombre puede obtener escasos beneficios y situarse muy por debajo de la media comparativa. Este hecho nos coloca frente a un escenario similar al de los deportistas de alto nivel y nos demuestra lo salvaje del medio y por ende lo difícil de evaluar.

En la carrera de un artista uno de los desafíos más grandes es insertarse en el circuito-mercado. Obviamente que el insertarse conlleva de por sí mayor grado de posibilidades de comercialización de la obra. Claramente las técnicas tradicionales son aquellas más fáciles de vender, sin embargo hoy en día el mercado internacional de arte hace apuestas por todo tipo de manifestaciones. En muchos casos la inserción al principio de la carrera de un artista puede significar exclusivamente participar de eventos expositivos. Esto hace que un artista se vuelva conocido y si el proceso de reconocimiento es bueno finalmente incide en la valorización económica de la obra a futuro. Podemos concluir que la inserción en el circuito para un artista es bastante más compleja que la simple venta en un mercado determinado.

¹² F. Benhamou, "La economía de la cultura", Montevideo: Ediciones Trilce, p.40

¹³ Bonet, op. cit., p.94

2.2 agentes mediadores

Como hemos ido desarrollando en este marco teórico el papel que juegan todos los agentes involucrados en la creación del campo es importante. Cada uno de estos juega un papel importante en relación al reconocimiento de la obra de un artista y, por lo tanto, también en su inserción en el medio. El papel activo de estos agentes construyen la trama que considera el campo (circuito-mercado) y a través del reconocimiento facilitan el funcionar, inserción y difusión del artista aumentando o no la valorización de éste en el mercado del arte.

Curadores

La figura del curador, conocido también como comisario, tiene una larga trayectoria en la historia del arte. A principios de siglo, con el comienzo de las vanguardias, se asocia su figura a la lectura crítica, a través de exposiciones y manifiestos de los diversos movimientos artísticos que aparecieron en la época.

Sin embargo, últimamente la figura del curador ha cobrado importancia transformándose en una figura referente del campo de las artes visuales. Esta importancia se desarrolla a partir de los años 80 en Francia, definiéndolo como el personaje que entrega autoría a la acción expositiva. El formato expositivo se caracteriza en estos años por sufrir transformaciones en su estructuración. Las muestras se caracterizan por contener una intencionalidad creada a partir de la figura del curador.

En principio, al curador corresponde determinar los lineamientos teóricos e ideológicos de una colección o muestra artística. Garantizando la coherencia discursiva de la actividad expositiva, mediante la que se pretende lograr la efectiva comunicación y difusión del fenómeno seleccionado.¹⁴

A partir de esta misma lógica, el diseño de las exposiciones cobra importancia como herramientas del discurso que se quiere transmitir. El rol activo del curador en el campo del arte es relevante como intermediario y comunicador entre el público y los artistas.

Considerando estos hechos podemos afirmar que la figura del curador se vuelve importante en la legitimización de un artista. Pues es éste quién lo reconoce como tal, lo saca al aire y lo exhibe para levantarlo e insertarlo en el mercado-circuito.

El acto de firmar una exposición también comprende cierto riesgo. El trabajo curatorial también es evaluado, pasando por un mecanismo de reconocimiento que puede significar la legitimización o no del curador.

La labor curatorial comprendida en grandes rasgos

La labor curatorial, según Duclos (2005) es posible definirla como: 1) un esfuerzo de carácter imaginativo donde interviene la *operación creativa*; 2) un ejercicio que junto a las premisas técnicas de la museografía, se manifiesta a favor de activar los espacios de exposición y convertirlos en recintos aptos a la modificación, donde opera la idea de «espacio siempre por crear» e interviene el elemento lúdico; 3) un rol como comunicador social que interactúa con una comunidad. 4) una actitud de mediador en los procesos de interacción público/muestra artística.¹⁵

El trabajo del curador puede ser bastante diverso según en que parte del campo se mueva. Se trata de un trabajo que puede estar presente de diversas maneras y en diversas instancias. Por lo general, su figura se asocia a la promoción y descubrimiento de artistas, una especie de “caza talentos”. La idea descubrir artistas para incluirlos en algún evento expositivo. Pues bien,

¹⁴ Arturo Duclos, Capítulo Circuitos Internacionales Parte 1 y 2, en “Habilitación y Administración de espacios para las artes visuales”, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, p.13

¹⁵ Arturo Duclos, Capítulo Curatoría Parte 1 y 2, en “Habilitación y Administración de espacios para las artes visuales”, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, p.11

ésta es una de las tantas dimensiones que puede abordar el curador, ya que su ejercicio puede estar asociado a aspectos investigativos, institucionales, expositivos, entre otros.

Como se ha explicado la labor del curador puede trascender a varios ámbitos. El trabajo del curador, en materia de difusión pública, se materializa a través de la creación de políticas de promoción y difusión para el fomento de la producción artística y de la inserción de los artistas en el mercado. Así mismo también a través de la investigación para el descubrimiento, valorización y/o archivo de tendencias actuales y pasadas.

Pero además, el curador puede trabajar institucionalmente. En éste plano, él es el encargado de conceptualizar las tendencias y políticas institucionales de la organización donde desarrolla su labor. Es aquel que desarrolla la línea editorial de la institución, propone y planifica la serie de actividades que se desarrollaran para el público y plantea los márgenes de investigación.

Por último, la más tradicional de todas, la curatoría de exposiciones. Como ya explicamos anteriormente corresponde a la conceptualización de la idea en que se basa una exposición. Estas pueden responder a un problema temático, de género, ideológico, situacional, académico, etc.

Teóricos y Críticos de Arte

Los teóricos y críticos de arte conforman la masa que realizan la lectura de contenidos de la actividad artística.

En la actualidad los papeles del teórico, del crítico e incluso del curador se entremezclan adoptando uno o más papeles. Es normal que un curador realice planteamientos teóricos a través del estudio y la investigación, así mismo es normal que el teórico haga crítica de la actividad actual.

El teórico de arte es una persona que trabaja el campo a través del estudio académico de éste. El estudio engloba la descripción y análisis a partir de aspectos metodológicos para establecer significados de las obras de arte y su relación con el tiempo. Además de analizar las características de la figura del artista y su contexto cultural y social. Se trata de una disciplina que ha presentado diversas tendencias en relación al énfasis que se le entrega el estudio. Siempre ha estado relacionado al desarrollo histórico de las artes, sin embargo, también está presente su contexto estético y una visión filosófica que buscan reflexiones de su esencia y función. La relación entre los campos filosóficos y estéticos es estrecha y se realiza a través de la búsqueda de interpretaciones y de la entrega de un valor simbólico a la obra de arte.

Una de las características que han presentado los teóricos del arte es su influencia, por lo que se denomina "gusto artístico". Este factor es justamente aquel que hace que las lecturas y las interpretaciones realizadas caigan muchas veces en un campo subjetivo, que se debe a su relación con juicios estéticos, modas intelectuales, relaciones de poder con la política e intereses económicos.

Si bien el teórico de arte establece relaciones desde la estética, el desarrollo histórico del arte, la naturaleza del arte y del concepto de belleza, por otra parte, el crítico actúa a través de consideraciones contemporáneas del arte en relación a su producción e implicación con el circuito – mercado. Se trata de la lectura, interpretación y desarrollo de discursos artísticos asociados a su existencia temporal en un espacio y que conlleva a las distintas tendencias artísticas. La crítica realiza además una valorización comparativa en relación al contexto de una obra o artista y su relación con sus pares.

Por último podemos hacer referencia al crítico de arte periodístico. Se trata de aquel sujeto que realiza una crítica de arte en los medios de comunicación. Su figura es importante sobre todo para las instituciones que trabajan en el campo, pues una crítica puede aumentar o no la asistencia de público a una exposición. Sin embargo, se aprecian dos fenómenos diferentes. El primero es que muchas veces los periodistas que cubren el área de cultura, carecen de conocimientos sólidos en la materia y, por lo tanto, terminan siendo sólo comunicadores de

agendas culturales o cubriendo temas como la farándula. El segundo caso es que muchas veces la crítica periodística de arte está realizada por especialistas, teóricos o críticos, que aportan conocimiento. Dada está razón muchas veces la crítica periodística presenta un lenguaje demasiado complejo que sólo es entendido por el segmento especializado.

Coleccionistas

La figura del coleccionista de arte es bastante antigua. Sus inicios esta dado por personas con grandes condiciones económicas asociados a la realeza o la aristocracia. En un principio se trataba de personajes del mundo privado que en los últimos siglos (a partir del XVIII) fueron donando sus colecciones a organizaciones públicas para su exhibición y conservación. Las principales colecciones del mundo, que hoy en día habitan los principales museos del mundo, pertenecían en un minuto a estos grupos de poder.

Su figura es importante en el mercado del arte, ya que corresponde a personas que están dispuestas a pagar grandes sumas de dinero por una obra de arte, convirtiéndose junto a los museos, que poseen políticas de adquisición, en dinamizadores del mercado artístico.

Gestores y Galeristas

Los gestores y galeristas tienen una función dinamizadora en el campo. Los primeros pueden trabajar en todas las áreas del campo, desde lo público a lo privado, de lo alternativo a lo comercial, o de actividades concretas a proyectos específicos. Su finalidad es establecer un puente entre los artistas y la actividad y de entregar profesionalismo a la gestión de la cultura.

Los galeristas, por su parte, hoy en día tienen una función dinamizadora en relación a la obra de arte y el mercado. El galerista es representante del artista, encargado de introducirlo en el mercado y de asegurarse que la obra adquiera mayor valor en éste.

Marchantes

Los marchantes son personas que trabajan en el mundo del arte, pero desde una forma privada. Son personas especializadas en arte que comercializan obra artística con una cartera propia de clientes. Corresponde a una suerte de asesores de la inversión artística. Su aparición en el campo data de principios de S.XX junto con el comienzo de las vanguardias artísticas.

2.3 espacios e instituciones

Además de los agentes, que son las piezas que dan movimiento al campo de las artes visuales, nos encontramos con los soportes institucionales que funcionan como plataformas para el desarrollo de la actividad. Estos se han transformado en una plataforma de poder que entrega legitimización a los artistas y sus obras en el campo. Existen distintos modelos, cada uno le otorga una dimensión determinada a la actividad a través de programas, tanto de exhibición como de apoyo a la creación o producción, y por último a la comercialización y difusión.

Los modelos y funcionamientos que encontramos en el campo pueden ser de diversos formatos. Por un lado, la diferenciación en su forma jurídica y de financiamiento, como institución privada, pública o mixta. Las instituciones públicas responden a la institucionalización de la cultura como elemento de desarrollo social, por lo tanto, son parte de las políticas desarrolladas por las administraciones en relación a la cultura. Por otro lado, los espacios también se pueden definir según la línea editorial que adoptan las organizaciones y en que esferas del campo se desarrollan.

Lo primero es intentar definir estos dos tipos de espacios de arte. Los independientes son aquellos que no dependen de ninguna institución (gobierno, universidad, etc.) en términos económicos o administrativos. Ello, aunque su misión no sea distinta a la de una institución de arte tradicional (colección y/o venta de arte).

Los espacios alternativos son aquellos en donde el énfasis está en evidenciar vías de exhibición más creativas, contemplando nuevas formas de curar y materializar una exposición. Los límites entre uno y otro no son claros, y la existencia de este tipo de espacios es reciente, por lo que cualquier definición muy categórica podría quedar obsoleta dentro de los tiempos propios de cada espacio para definirse.¹⁶

Museos

Espacios físicos destinados a adquirir, coleccionar, conservar, estudiar, comunicar, educar y exhibir. Son espacios públicos o privados que cuentan con una colección y tienen una misión de servicio social y de desarrollo del arte: Hacerlo accesible. Durante el S.XX, el crecimiento de instituciones de este tipo en el campo de las artes visuales se manifiesta a través de la apertura de espacios destinados al arte contemporáneo y moderno.

La relación que se establece con la obra de arte está relacionada con el coleccionismo y su exhibir. Un museo compra una obra para enriquecer su colección, lo cual busca un aumento de su valorización social traducido en un aumento en las visitas. Se trata de la acumulación de prestigio dependiendo de la calidad de la colección. Además los museos se han constituido en piezas claves del turismo cultural. El museo en su forma institucional se ha transformado en el espacio símbolo de la democratización cultural, marcados por convencionalismos institucionales. En los casos de instituciones públicas recogen la idea de patrimonio e incluso se han transformados en íconos con un marcado carácter nacionalista. Importante en el caso de los museos de arte es la función educativa que pueden desarrollar y las publicaciones a editar.

Colecciones privadas y públicas

Las colecciones privadas corresponden a iniciativas individuales o colectivas de adquisición de obras de arte. Por lo general, corresponden a colecciones que en la suma de sus piezas, es decir, en su conjunto, adquieren un valor en el mercado considerable. Mucho de los grandes coleccionistas de la historia del arte han tenido una actitud de mecenazgo filantrópico con determinados artistas. Las colecciones pueden permanecer en un formato privado sin ser expuestas al público o pueden transformarse en iniciativas expositivas convirtiéndose en museos o fundaciones.

Las colecciones públicas responden a programas de fomento que guardan directa relación con las políticas públicas relacionadas a la cultura. Más allá de asegurar el derecho a la cultura es importante establecer políticas de adquisición. Éstas significan fomento a la creación, al desarrollo de la producción cultural y a la creación de un patrimonio artístico.

Muchos países o regiones tienen programas específicos para el coleccionismo de obra de arte. Uno de los más famosos son los Frac en Francia, a través de los cuales cada región posee un fondo de adquisición para el coleccionismo de arte contemporáneo.

Galerías comerciales

Corresponden a espacios enfocados a comercializar la obra de artistas. Su finalidad es claramente comercial. Persiguen la inserción de los artistas en el mercado y aumentar el valor de las piezas para lograr beneficios a partir de las ventas. Muchas veces son desprestigiadas por perseguir un fin netamente comercial, sin embargo el trabajo que realizan no es menor, ya

¹⁶ José Pablo Díaz, Capítulo Espacios alternativos, en "Habilitación y Administración de espacios para las artes visuales", Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, p.23

que manejan la representación de los artistas, internacionalizando sus obras e insertándolos en el mercado. Las galerías trabajan en la consolidación de los artistas en el campo además de promover el coleccionismo.

El sistema internacional de galerías surge con el tráfico, Paris-New York, al término de la segunda guerra mundial. Luego de la consolidación de los mercados locales en Europa durante el período de las primeras vanguardias, París pierde su hegemonía ante el poder comprador de los nuevos coleccionistas en América y Asia en el último lustro.¹⁷

Como vemos en la cita, su existencia nace de la necesidad de ampliar los mercados más allá de lo local. Hoy en día son el nexo de los artistas con los diversos mercados.

El modelo de operación funciona a partir del pago de comisión por ventas realizadas. Los porcentajes pueden variar del 20% al 70% dependiendo de las condiciones de venta (si la venta se realiza en el espacio de la galería o en una feria por ejemplo) y de los niveles de prestigio de la propia galería y de los artistas. La varianza de este porcentaje es atribuible al poder de negociación que se establece entre artista y galerista. En muchos casos, contar con determinados artistas entrega prestigio a una galería y viceversa. Para muchos artistas puede ser un mecanismo de legitimización el hecho de pertenecer al staff de artistas de una galería.

Centros Culturales, Galerías Públicas y Salas de Arte

Son espacio que no cuentan con una colección y su función es realizar una programación que responda a los criterios curatoriales del lugar.

El formato de mayor tamaño en este tipo de instituciones lo constituyen los centros culturales. Por lo general se trata de espacios que trabajan de manera pluridisciplinar con varias disciplinas artísticas. Crean una imagen dependiendo de la línea editorial que establecen y la consolidación de prestigio se da ante la coherencia que presentan los contenidos en relación a esta línea adoptada. Generalmente su misión es social, crear una aproximación del público a actividades culturales, facilitar los accesos a nuevos públicos, y establecer mecanismos de coproducción con los artistas.

Las Galerías Públicas y las Salas de Arte operan sólo en el ámbito de las artes visuales. Las primeras nacen como mecanismos para difundir el arte contemporáneo en ciudades importantes. Ayudan a la consolidación de prestigio a través de programas curatoriales y financiamientos de proyectos y a veces son también son conocidas bajo el nombre de Salas de Arte.

Sin embargo, las Salas de Artes también pueden venir desde la iniciativa privada. Se consolidan como espacios que en muchos casos dependen de organizaciones como universidades o bancos o grandes empresas que crean un compromiso con la cultura a través de la exhibición de arte. Por lo general, también comprenden un programa de actividades que responden a una curatoría que determina su imagen. La mayoría son corporaciones privadas que dependen de grandes empresas que destinan un porcentaje de sus ganancias a programas sociales o culturales.

Estos tres formatos se han transformado, en muchos casos, en espacios que apoyan la creación, convirtiéndose en laboratorios experimentales, promoviendo las creaciones actuales y acogiendo nuevas tendencias artísticas.

Casas de Subastas

Pertencen a un grupo reducido de organizaciones, pero con bastante importancia para el mercado del arte. Corresponden al formato más tradicional de comercialización, anterior a las galerías. Éstas legitimizan los valores comerciales de las obras. Son organizaciones que han adquirido cierto prestigio en el campo, entregando confianza a la transacción. Entregan

¹⁷ Duclos, op. cit., p.15

respaldo a la compra y venta de arte y son un punto importante respecto al coleccionismo. Las principales casas de subastas son Christie's y Sotheby's, y se encuentran en las principales capitales del arte.

Bienales, Trienales, Exposiciones Internacionales y Ferias de Artes

Dentro de lo que son los sistemas expositivos encontramos dos formatos de importancia que se alejan de la estructura dada por la institucionalidad, entendida ésta desde una organización establecida en un espacio físico (museo, centro cultural, galería, sala de exhibiciones, etc.). Se trata de grandes formatos que concentran una gran cantidad de artistas transformándose en verdaderos eventos del arte. Nos referimos a las Bienales, Trienales (desde lo expositivo con un sentido artístico-curatorial) y de las Ferias (desde lo comercial). Generalmente este tipo de actividades artísticas están gestionadas por fundaciones o corporaciones y su misión realizar estos eventos de forma regular en el tiempo distanciados por un periodo determinado.

Las bienales y trienales son manifestaciones artísticas que reúnen a un gran número de artistas. Son muestras que problematizan una temática bajo la mirada de un curador a través de varios artistas. Son exposiciones que tienen una durabilidad mayor que las exposiciones normales y generan gran flujo de visitantes.

Son grandes eventos internacionales que buscan representatividad, diversidad, planteamientos de políticas artísticas y tendencias a nivel global, posicionamiento, hegemonía, desarrollo de focos económicos, culturales y turísticos regionales. En esos términos de circuitos, se aplica aquí la idea de *desplazamiento del circuito* bajo la mirada del modelo centro periferia, ya que estos eventos concentran el *mainstream* o circuito principal en diversos lugares del mundo.¹⁸

Algunas de los ejemplos son:

Bienal de Venecia / Bienal de Sao Paulo / Bienal de La Habana / Bienal de Lyon / Bienal del Mercosur / Bienal del Asia Pacífico / Manifiesta / Documenta / etc.

Este tipo de actividades culturales se han convertido en eventos representativos en términos territoriales. Existe un factor turístico importante relacionado a sus existencias. Uno de los ejemplos más significativos podría ser la Documenta de Kassel. Kassel no es una ciudad de gran interés turístico sin embargo durante los meses que dura la Documenta, los servicios de la ciudad se redireccionan en torno al evento. La última Documenta el año 2007 tuvo una afluencia de público de alrededor de 750.000 personas en 100 días de exhibición.

Aunque la mayoría de estas grandes exposiciones se realizan con alguna periodicidad, son exposiciones que se han instalado como eventos artísticos en el campo. También existen aquellas exposiciones que por su envergadura las podemos situar en esta categoría, pero que no responden a la misma lógica. Son exposiciones que se realizan por conmemorar algo o simplemente responden a una propuesta curatorial, pero que sin embargo no se repiten en el tiempo con otra tematización.

Las ferias de arte, a diferencia de las bienales, tienen un objetivo comercial y son parte importante de cómo se desarrolla el mercado hoy en día. Son eventos culturales de gran envergadura, un punto de encuentro entre artistas, galerías, coleccionistas y diversas instituciones del mundo artístico. Las ferias tienen por objetivo la comercialización de la obra de arte fomentando la dinamización del mercado. Son focos del arte entendido como negocio, en el cual, las galerías exhiben artistas consagrados o donde se presentan las nuevas generaciones de artistas con las tendencias más actuales. De esta forma las ferias se transforman en plataformas de inserción, a través de la representación de artistas realizada por las galerías. Por las ferias transitan destacados coleccionistas y especialistas del mundo del arte con la finalidad de descubrir nuevas propuestas. Al igual que las bienales, las ferias se han transformado en una atracción no tan sólo desde el punto de la comercialización, sino también para el turismo con la carga territorial que significa su desarrollo.

¹⁸ Duclos, op. cit., p.17

Las ferias de arte, internacionales o regionales, constituyen una de las mejores plataformas de negocios en el campo del arte moderno y contemporáneo. Se establecen como formato medial, es decir, que permiten en pocos días concretar ventas, hacer visibles nuevas ideas, realizar compromisos comerciales y negocios. Por su carácter temporal reducido convocan a un numeroso público, tanto especializado como general, convirtiéndose en una oportunidad única de actualización y conocimiento del medio. Como dato estadístico la feria Arco de Madrid convoca durante seis días de exhibición a más de 250 galerías de arte internacionales y 270.000 visitantes.¹⁹

Algunas de las Ferias más importante son:

Art Miami / ARCO, Madrid / Art Brussels / Art Frankfurt / Art Chicago / Arte BA , Buenos Aires / Art Basel / FIAC, Paris / Art Cologne / Art Basel Miami / etc.

Otros modelos no convencionales

Por último bajo el formato de sitios de para el arte encontramos que existen espacios u organizaciones que poseen un carácter no convencional y responden a nuevas lógicas expositivas o de producción. Por lo general, se trata de iniciativas autogestionadas que se presentan como espacios alternativos e independientes. En muchos casos son iniciativas de los propios artistas, de gestores y curadores. Estos espacios pretenden ser una alternativa a los formatos convencionales y buscan la legitimización a través de la autogestión, de la no dependencia institucional y del trabajo en red con espacios de similares características.

Un ejemplo de estas iniciativas son:

- The Factory, iniciativa realizada por Andy Warhol. Se trato de un espacio taller, un centro de actividades creativas y descontrol.
- Squatters o Okupas, espacios vacíos tomados para ser convertidos en talleres o en espacios para actividades expositivas. El Tacheles de Berlin es un ícono de los espacios ocupados con fines culturales.
- Entre otras

¹⁹ Duclos, op.cit., p.19

CAPITULO3_ análisis territorial y sectorial

Si bien en el capítulo # 2 se planteó la cartografía del sector de las artes visuales, a través de la descripción de los elementos y agentes que lo conforman, así como también las lógicas y relaciones que se establecen en su interior; el capítulo siguiente se centra en la situación cultural chilena.

Toda la información recolectada, a través de las diversas metodologías de investigación utilizadas, es la base para el desarrollo del análisis de daño y significa información útil para establecer un diagnóstico de la situación y del mercado chileno.

El siguiente capítulo plantea tres grandes ejes que entregan información importante para el desarrollo del proyecto.

El primero referido al contexto cultural chileno desde la institucionalización de las políticas públicas en el ámbito de la cultura. Es decir se entrega una visión del funcionamiento cultural chileno desde la institucionalidad y la implementación de las políticas culturales que han enfocado el desarrollo cultural en los últimos veinte años.

A posterior se profundiza en el sector de las artes visuales desde la lógica de funcionamiento que se desarrolló en el capítulo anterior relacionado a la estructura de campo. Aquí además se incorpora los resultados y conclusiones de la encuesta realizada al colectivo de artistas chilenos.

Por último se desarrolla una investigación referida a analizar organizaciones que tienen objetivos similares y que operan en la esfera de la producción artística. Aquí se entrega información que define los diversos formatos y modelos existentes, su forma de operar, que áreas se privilegian y cuáles son las posibles dificultades que tienen que afrontar. Esta información se obtuvo a través de visitas realizadas, entrevistas y encuestas distribuidas. Por último la información se amplía en el anexo # 1 en el que se describen una gran cantidad de otros espacios.

3.1 contexto cultural en Chile

Chile es un país que presenta una importante acción de parte del Estado en materia de cultura. Desde la recuperación de la democracia en el año 1989 uno de los objetivos políticos en el campo de la cultura, ha sido desarrollar la institucionalización de esta y desarrollar planes de desarrollo cultural, a través de un programa de gobierno. Esto más la necesidad de los artistas y creadores de buscar apoyo institucional presionando por una posición activa del Estado en materia de cultura, culminó con la creación del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes en el año 2003.²⁰

Actualmente la institucionalidad cultural del Estado de Chile, comprende tres organismos principales: el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA) creado por la Ley N° 19.891, el 4 de junio de 2003; la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos (Dibam), fundada el 18 de noviembre de 1929 por el D.F.L. 5.200; y el Consejo de Monumentos Nacionales creado mediante el Decreto Ley N° 651, en el año 1925, cuerpo legal derogado y reemplazado por la Ley N° 17.288, en el año 1970. Estos organismos tienen diferente carácter y dependencia: el CNCA es un Consejo con rango de ministerio, la Dibam es un servicio descentralizado, con personalidad jurídica y patrimonio propio que reúne a antiguas instituciones encargadas del patrimonio cultural y natural, y el Consejo de Monumentos es un organismo técnico. Estos dos últimos servicios dependen del Ministerio de Educación.²¹

²⁰ El Consejo Nacional de la Cultura y las Artes es el órgano del Estado encargado de establecer las políticas públicas para el desarrollo cultural del país. <http://www.consejodelacultura.cl>

²¹ Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos del gobierno de Chile. <http://www.dibam.cl>

Contexto histórico

Como ya se ha comentado anteriormente el camino a la institucionalidad de la cultura en Chile, se constituyó como un proceso largo y tardío. Durante los años de dictadura, el área que concierne a la cultura y el desarrollo artístico no fue fomentado por el gobierno, la participación pública fue escasa y se establecieron dispositivos de censura. Con el regreso a la democracia en el año 1990, nace en Chile la necesidad de instaurar mecanismos para el desarrollo cultural y el establecimiento de su institucionalidad. Por un lado existía la necesidad de construir un estado de tolerancia hacia los procesos de creación. Desarticular los elementos de censura y crear un clima de libertad favorable para el desarrollo de las artes en el país. A su vez la sociedad civil relacionada a las artes y a distintos movimientos culturales, solicitaba una participación activa del estado cumpliendo un rol destacado en materia de fomento a la creación y difusión de las artes, buscando la institucionalidad de las políticas culturales.

Durante los primeros años de los gobiernos concertacionistas²², se crearon plataformas para el desarrollo de políticas culturales afines a un país que presenta cierto retraso en la materia. Los primeros objetivos estuvieron relacionados a introducir un clima de libertad y tolerancia para el fomento de la creación y de la difusión artística. Se discutieron los mecanismos para implementar un sistema institucional, se crearon mesas de diálogo y comisiones asesoras, pero no fue hasta el año 2003 que se creó el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes a través de la Ley 19.891. Los actuales desafíos, desde la creación del CNCA, en el ámbito de la cultura se asocian al resguardo y difusión del patrimonio, la protección a las culturas originarias, el apoyo a la creación artística, el desarrollo de públicos, la accesibilidad a la cultura, la participación ciudadana, el desarrollo de mercados y de las industrias culturales.

Resumen de los principales hechos en el camino a la Institucionalidad:

Año 1992:

- Creación de la División de Cultura del Ministerio de Educación y del Departamento de Cultura del Ministerio. Opera como apoyo a la creación, producción y difusión artística durante la década del noventa.
- Creación del Fondo de Desarrollo de las Artes y la Cultura.
- Aprobación en el parlamento la ley que crea el Consejo del Libro y el Fondo Nacional del Libro y la Lectura.
- Modificación de la ley sobre propiedad intelectual, estableciéndose el principio de la administración de derechos por parte de los propios creadores. Esto da origen a la Sociedad Chilena del Derecho de autor (SCD), a la Sociedad de Actores Nacionales de Teatro, Cine y Audiovisual (ATN), a la Sociedad Chilena de Intérpretes (SCI), a la Sociedad de Derechos Literarios (SADEL), a la Corporación de Actores de Chile (CHILEACTORES) y a la Sociedad de Creadores de Imagen Fija (CREAIMAGEN).
- Aprobación por parte del Congreso Nacional de la Ley de Donaciones Culturales. Opera como ley de fomento para la participación del sector privado en el financiamiento y gestión de las actividades culturales.

Año 2003:

- Creación del Consejo de Fomento de la Música Nacional y su respectivo Fondo.

Año 2004:

- Creación del Consejo del Arte y la Industria Audiovisual y el Fondo de Fomento del Audiovisual.

²² Concertación de Partidos por la Democracia. Coalición política de partidos de centro e izquierda moderada, que gobiernan en Chile desde la recuperación de la democracia.

Antecedentes

El documento que enmarca las políticas culturales del país para el periodo 2005 – 2010²³ describe las transformaciones políticas, sociales y económicas que determinan un modelo de vida y que han sido importantes en el desarrollo de la cultural.

Según el documento y algunos estudios sobre consumo cultural realizados por el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes la transformación social ha influido en el consumo y gusto cultural.

“El 72,6 % de los chilenos vive en casa propia y el 90,7 % de estas viviendas responden a estándares mínimos de calidad. El 79,1% de los hogares, frente al 61,1% en 1992, tiene acceso a electricidad, agua potable, alcantarillado, ducha y combustible para cocinar. Más del 80% de los hogares tiene refrigerador, lavadora y TV a color. Más de la mitad de la población tiene acceso a teléfono fijo y celular.”²⁴ Todo esto significa un considerable cambio con respecto a la situación de hace apenas diez años.²⁵

Así mismo otros datos que se desprenden en el documento a partir de la comparación de los censos de los años 1992 y 2002 son:

- crecimiento en número de la educación básica y media
- incremento tasa de trabajo femenina
- crecimiento sector terciario
- asentamiento de la población (no hay movimiento inmigratorio del campo a la ciudad)

Según el estudio estos cambios socioeconómicos y culturales son factores que potencia el desarrollo de la industria cultural. Además señala que las tasas de crecimiento del sector en la última década es superior a las de la economía en su conjunto, apoyando todos los análisis que trabajan con el marco económico de la cultura y el valor agregado que implica su desarrollo en cualquier sociedad determinada.

Sin embargo el documento manifiesta cierto grado de paradoja existente en relación al crecimiento de los hábitos de consumo cultural y el acceso a la cultura. Utilizando un estudio realizado por el CNCA sobre consumo cultural y uso del tiempo libre en la Región Metropolitana y datos del censo 2002 llega a las siguientes conclusiones:

- el 63,8% de las personas considera que hoy es más fácil acceder a bienes y servicios culturales que hace cinco años atrás
- el mejoramiento de la infraestructura y del equipamiento de los hogares chilenos, que permite acceder a bienes y servicios culturales desde el hogar
- el consumo principalmente se realiza a través de medios de comunicación en el interior del hogar
- el 93,8% de las personas acostumbra a ver televisión y el 90,6% a escuchar la radio
- el 41,2% de la población mayor de 15 años utiliza Internet.). Entre los sectores de escasos recursos este acceso se da fundamentalmente gracias a los cybercafés u otros lugares públicos (34,5%).
- Cerca del 40% de la población lee libros, especialmente novelas, y en el 42,8% de los hogares existen bibliotecas de más de cincuenta libros

En contraposición a estos datos el documento especifica la paradoja existente en torno al acceso.

²³ “Chile quiere más Cultura” es el título del documento que define las políticas culturales propuestas por la administración pública para el período 2005-2010. Sobre sus contenidos se hará referencia más adelante.

²⁴ Osvaldo Larrañaga, *¿Cómo y dónde viven los chilenos?*, en “Cuánto y cómo cambiamos los chilenos. Balance de una Década”, Censos 1992-2002, Cuadernos Bicentenario, Santiago, 2003, p. 79-85, citado en “Chile quiere más Cultura” del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, Santiago, 2005, p.8

²⁵ “Chile quiere más cultura. Definiciones de política cultural, 2005-2010”, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, Santiago, 2005, p.8

El mismo estudio revela, sin embargo, la inequidad en el acceso a los bienes y servicios culturales si se excluye la televisión y la radio. En efecto, más del 93% de la población del sector socioeconómico bajo tiene un consumo cultural mínimo o bajo, es decir, se limita a escuchar radio, ver televisión y eventualmente leer periódicos o escuchar música. Por oposición, el 83% del sector socioeconómico alto tiene un consumo cultural medio y alto.²⁶

Programa “Chile quiere más cultura” y Programa de gobierno Michelle Bachelet

“Chile quiere más Cultura” (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2005) es el título del documento que define las políticas culturales propuestas por la administración pública para el período 2005 - 2010.

Se trata de una política de Estado que concierne tanto a los agentes públicos como privados que operan en el ámbito cultural. Constituye las diferentes líneas estratégicas, objetivos y medidas a impulsar. Considera la participación de diversos organismos, servicios y ministerios.

Importante es la consideración de los agentes y organismos privados que trabajan en la cultura: El documento se constituye también como un referente importante para las políticas y acciones de estos.

Es un motivo de satisfacción dar un paso sustantivo con este documento en el cometido de instalar una nueva institucionalidad cultural en el país: ésta consta de organismos participativos, de un servicio cada vez más eficiente y, a partir de este instante, de una política de largo y mediano plazo que entrega señales claras a los actores del mundo cultural – creadores, industrias, audiencias – respecto del futuro.²⁷

Considerando que en las instancias iniciales de la institucionalización cultural los apoyos se han centrados en la creación artística, a través de ayudas considerables que han permitido a los artistas realizar sus proyectos, el documento pretende ampliarse a todas las esferas de la cultura proponiendo nuevos acentos en:

- garantizar las oportunidades de acceso a la cultura
- elevar el tema patrimonial, en un sentido amplio, a la condición de prioridad de la política cultural
- mejorar la calidad de los medios de comunicación y su relación con la cultura
- apoyar con decisión a las industrias culturales

Dentro de este margen se desarrollan las políticas culturales del gobierno de Michelle Bachelet. Michelle Bachelet fue electa como presidenta de la república en enero del año 2006 y asumió el cargo el 11 de marzo del mismo año.

En relación a las políticas culturales del gobierno de la presidenta Michelle Bachelet, éstas se enmarcan en los principios de libertad de expresión y de creación. Además pone énfasis en la búsqueda de la más amplia participación ciudadana.

Medidas:

- perfeccionará la coordinación entre las instituciones de desarrollo cultural y las de protección patrimonial
- se consolidarán las competencias del CNCA en la selección y entrega de premios nacionales
- se traspasarán mayores recursos y atribuciones a los Consejos Regionales de Cultura

²⁶ “Chile quiere más cultura. Definiciones de política cultural, 2005-2010”, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, Santiago, 2005, p.11

²⁷ Idem, p.6

Además los documentos publicados especifican el programa de acción en Cultura en los siguientes campos:

Acceso a la cultura

Entendiendo la cultura como un derecho, el Gobierno busca garantizar que todos los chilenos puedan ejercerlo, en todos los rincones del país. Para lograr lo anterior, es necesario democratizar su acceso. Esto se realizará a través de cuatro líneas de acción:

- Fomentar la educación artística en colegios y universidades.
- Llevar la cultura a las regiones y se le integrará en el proceso de descentralización.
- Un programa de infraestructura cultural.

Rescate del Pasado

- Creación del Fondo Estatal de adquisiciones patrimoniales, administrado por el Instituto del Patrimonio
- Reformulación de la Ley de Monumentos Nacionales
- Un Plan Nacional de Turismo Cultural
- Creación de una Cineteca Nacional.

Promoción de la creación artística

- Perfeccionar los fondos de creación. Distinguir entre fondos de excelencia, fondos regionales, fondos plurianuales.
- Mejorar la inscripción del país en los circuitos artísticos internacionales

El libro y la transmisión cultural

Fomentar y facilitar el acceso a la lectura y los libros para generar una población con capacidad crítica.

- Generar una política nacional del libro y la lectura, que facilite el acceso a los libros y fomente la lectura.
- Creación de programas en conjunto con la industria para expandir el mercado.
- Fortalecer las bibliotecas a nivel comunal y de establecimientos educativos.

Fortalecer el apoyo a ferias de libro a nivel regional y nacional. Se darán incentivos y becas a escritores, académicos e investigadores.

Estructura de gobernanza

Considerando la estructura organizativa de la institucionalidad cultural chilena podemos afirmar que es bastante compleja. Con respecto al Consejo Nacional de la Cultura y las Artes podemos establecer que es el órgano que presenta mayor autonomía, ya que se constituye como un consejo con rango de ministerio.

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes

El Consejo Nacional de la Cultura y las Artes fue creado en el año 2003 por la Ley 19.891. Fue promulgada por el Presidente Ricardo Lagos y publicada en el Diario Oficial con data en agosto del mismo año.

La ley señala que el CNCA es un servicio público autónomo, descentralizado y territorialmente desconcentrado, con personalidad jurídica y patrimonio propio. El CNCA cuenta con una relación directa con el Presidente de la República, a través del Presidente del Consejo, quien tiene el rango de Ministro de Estado. El Consejo es asesorado por un consejo consultivo

nacional y tiene representación regional en todo el país. Además cada región cuenta con un consejo consultivo.

Por definición el CNCA es el órgano del Estado encargado de implementar las políticas públicas para el desarrollo cultural. Su misión es promover un desarrollo cultural armónico, pluralista y equitativo entre los habitantes del país, a través de los siguientes objetivos:

- fomento y difusión de la creación artística nacional
- preservación, promoción y difusión del patrimonio cultural chileno
- promoción de la participación de la comunidad en la vida cultural del país

Además al CNCA le corresponde administrar y gestionar los fondos de fomento correspondientes al Fondo Nacional de Desarrollo Cultural y de las Artes, el Fondo Nacional del Libro y la Lectura, el Fondo de Música Chile y otros eventuales fondos concursables establecidos por la ley.

Las funciones del consejo son las siguientes:

1. Estudiar, adoptar, poner en ejecución, evaluar y renovar políticas culturales
2. Ejecutar y promover estudios e investigaciones
3. Apoyar la participación cultural, la creación y difusión artística
4. Facilitar el acceso a las manifestaciones culturales y a las expresiones artísticas, al patrimonio cultural del país y al uso de las tecnologías que conciernen a la producción, reproducción y difusión de objetos culturales.
5. Establecer una vinculación permanente con el sistema educativo
6. Fomentar el desarrollo de capacidades de gestión cultural en los ámbitos internacional, nacional, regional y local.
7. Impulsar la construcción, ampliación y habilitación de infraestructura y equipamiento cultural
8. Proponer medidas para el desarrollo de las industrias culturales
9. Establecer vínculos de coordinación y colaboración con todas las reparticiones públicas
10. Desarrollar la cooperación, asesoría técnica e interlocución con instituciones privadas socio culturales
11. Diseñar políticas culturales a ser aplicadas en el ámbito internacional
12. Desarrollar y operar un sistema nacional y regional de información cultural de carácter público.

Estructura Consejo Nacional de la Cultura y las Artes

El Consejo se estructura a través de un organigrama que cuenta como núcleo con un Directorio Nacional presidido por el Ministro de Cultura. Este Directorio es asesorado por un Comité Consultivo Nacional y a su vez bajo el Ministro existe un Subdirector Nacional. De aquí se derivan las Direcciones Regionales y los distintos departamentos y unidades de trabajo.

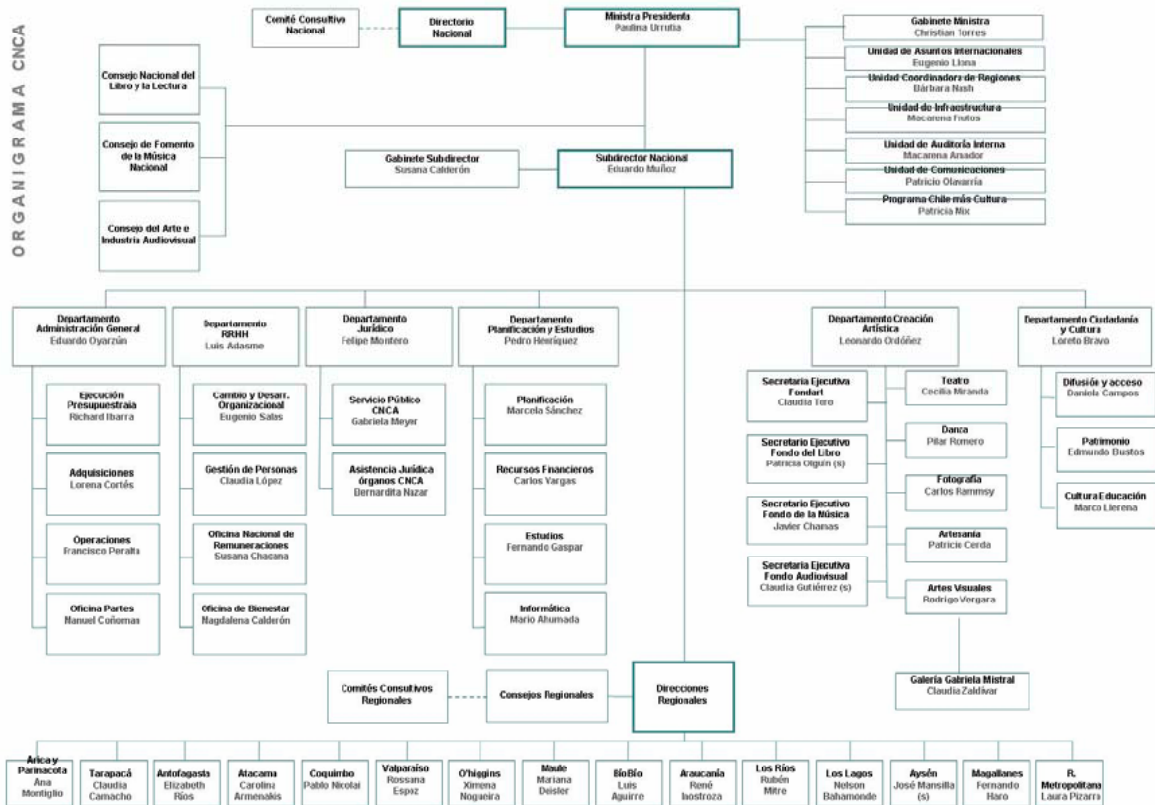


Figura 3.1: Organigrama Consejo Nacional de la Cultura y las Artes
 Fuente: Página web CNCA www.consejodelacultura.cl

La figura 3.1 da cuenta de la estructura del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. Como se puede observar, la división de los departamentos principalmente se divide por áreas y su función se relaciona a las políticas públicas en materia de cultura que se han establecido.

Nivel de Gasto

Formas de sostén y distribución del gasto por sector y territorio

BALANCE FINANCIERO 2006 CNCA
(En miles de \$ de 2006)

		(1)	(2)	(3)	
		PRESUPUESTO 2006	GASTO TOTAL 2006	SALDO 2006	% de EJECUCIÓN
	GASTOS	23,435,970	22,964,477	471,493	98.0%
21	GASTOS EN PERSONAL	3,222,472	3,163,099	59,373	98.2%
22	BIENES Y SERVICIOS DE CONSUMO	1,227,430	1,212,185	15,245	98.8%
23	PRESTACIONES DE SEGURIDAD SOCIAL	21,360	21,359	1	100.0%
24	TRANSFERENCIAS CORRIENTES	18,525,576	18,153,802	371,774	98.0%
24.01	AL SECTOR PRIVADO	2,931,051	2,931,051	0	100.0%
24.01.081	FUNDACION ARTESANIAS DE CHILE	217,420	217,420	0	100.0%
24.01.188	CORPORACION CULTURAL MUNICIPALIDAD DE SANTIAGO	1,584,089	1,584,089	0	100.0%
24.01.268	ORQUESTAS SINFONICAS JUVENILES E INFANTILES DE CHILE	665,692	665,692	0	100.0%
24.01.269	CENTRO CULTURAL PALACIO DE LA MONEDA	463,500	463,500	0	100.0%
24.01.600	APLICACION INC 2°	350	350	0	100.0%
24.02	AL GOBIERNO CENTRAL	1,749,803	1,749,803	0	100.0%
24.02.001	CONSEJO NACIONAL DE TELEVISION	1,185,203	1,185,203	0	100.0%
24.02.002	MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES	564,600	564,600	0	100.0%
24.03	A OTRAS ENTIDADES PUBLICAS	13,844,722	13,472,948	371,774	97.3%
24.03.087	ACTIVIDADES DE FOMENTO Y DESARROLLO CULTURAL	3,620,660	3,499,610	121,050	96.7%
24.03.096	FONDO DE ESCUELAS ARTISTICAS	315,180	315,180	0	100.0%
24.03.098	CONJUNTOS ARTISTICOS ESTABLES	828,278	816,195	12,083	98.5%
24.03.094	FONDO NACIONAL DE FOMENTO DEL LIBRO Y LA LECTURA	2,106,587	1,892,349	214,238	89.8%
24.03.097	FONDO NACIONAL DE DESARROLLO CULTURAL Y LAS ARTES	3,967,536	3,953,629	13,907	99.6%
24.03.520	FONDO PARA EL FOMENTO DE LA MÚSICA NACIONAL	1,248,760	1,239,401	9,359	99.3%
24.03.521	FONDO DE FOMENTO AUDIOVISUAL	1,757,721	1,756,584	1,137	99.9%
25	INTEGROS AL FISCO	250	145	105	
25.01	IMPUESTOS	250	145	105	
29	ADQUISICION DE ACTIVOS NO FINANCIEROS	420,271	413,887	6,384	98.5%
29.02	EDIFICIOS	312,762	312,761	1	100.0%
29.03	VEHICULOS	12,500	11,520	980	92.2%
29.04	MOBILIARIO Y OTROS	41,700	37,259	4,441	89.4%
29.05	MAQUINAS Y EQUIPOS	7,150	6,559	591	91.7%
29.06	EQUIPOS INFORMATICOS	41,009	40,694	315	99.2%
29.07	PROGRAMAS INFORMATICOS	5,150	5,094	56	98.9%
35	SALDO FINAL DE CAJA	18,611	0	18,611	

Figura 3.2: Balance CNCA año 2006

Fuente: Memoria anual año 2006 CNCA

La figura 3.2 muestra el Balance financiero del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes correspondientes al año 2006 y detalla que el gasto en cultura para ese año ascendió a **22.964 millones de pesos chilenos** equivalentes a **34,4 millones de euros**.²⁸

Para efectos del presente análisis es importante recordar que este gasto no incluye los presupuestos de la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos (Dibam) ni del Consejo de

²⁸ Cambio promedio año 2006: 1 euro = 666,13 pesos chilenos. Fuente: Banco Central Chile, <http://www.bcentral.cl/>

Monumentos Nacionales, ambos dependientes del Ministerio de Educación.

La memoria entrega también los presupuestos para el año 2007, el cual considera un aumento en un 32% en relación al presupuesto año 2006. El presupuesto asignado para el 2007 asciende a **30.399 millones de pesos chilenos** equivalentes a **45,6 millones de euros**.

Así mismo la memoria entrega la distribución de los gastos para el siguiente periodo representados a través en el siguiente gráfico:

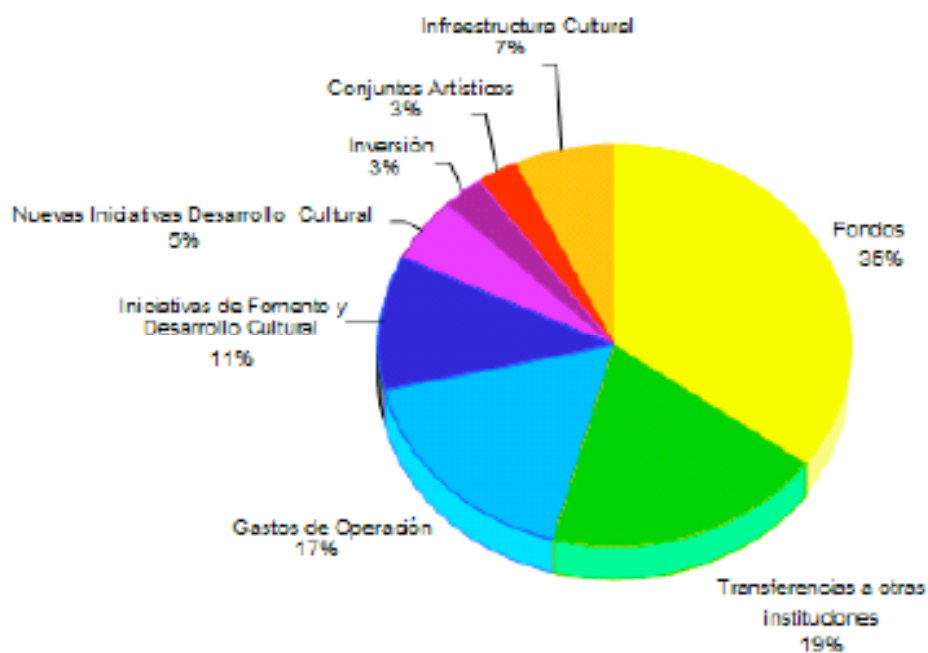


Figura 3.3: Presupuesto año 2007 de distribución del gasto
Fuente: Memoria anual año 2006 CNCA

Como podemos observar en el gráfico los sectores que reciben un mayor presupuesto son Fondos y Transferencia a otras instituciones.

Fondos

Como ya se ha comentado anteriormente el Estado chileno ha jugado un papel importante en el desarrollo artístico del país. El papel activo del Estado en materia de cultura se ha materializado principalmente en programas de fomento de las artes y de fomento de las industrias culturales. Según la memoria anual del Consejo Nacional de Cultura y las Artes del año 2006, el 35% del presupuesto anual para el año 2007 fue destinado a los “Fondos de Fomento” (subvenciones).

Estos son:

- Fondo Nacional de Desarrollo Cultural y las Artes (Fondart)
- Fondo Nacional de Fomento del Libro y la Lectura
- Fondo de Fomento de la Música Nacional
- Fondo de Fomento Audiovisual

Fondo Nacional de Desarrollo Cultural y las Artes - Fondart

En el año 2006 Fondart seleccionó 714 proyectos por un monto total de **3.953 millones de pesos chilenos** equivalentes a **5,9 millones euros**, representando un incremento de 12,08% en el número de proyectos seleccionados y de un 5.56% en los montos adjudicados respecto al año 2005.

ESTADÍSTICAS GENERALES FONDO NACIONAL DE DESARROLLO CULTURAL Y LAS ARTES 2006				
Línea	N° de proyectos presentados	N° de proyectos elegibles	N° de proyectos seleccionados	Recursos adjudicados
Fomento de las Artes	1.789	570	257	1.605.218.989
Desarrollo Cultural Regional	795	293	141	593.780.902
Conservación y Difusión del Patrimonio Cultural	245	84	49	223.553.215
Conservación y Promoción del Patrimonio Inmaterial	377	155	80	256.428.280
Desarrollo de las Culturas Indígenas	158	62	36	125.306.762
Desarrollo de Infraestructura Cultural	369	109	71	749.291.780
Becas y Pasantías	388	143	94	299.982.605
Proyectos de Excelencia continuidad 2005	-	-	6	100.140.582
TOTALES	4.101	1.415	714	3.953.663.115

Figura 3.4: Distribución Fondo Nacional de Desarrollo Cultural y las Artes
Fuente: Memoria anual año 2006 CNCA

Como se observa en la tabla número 2 la mayoría de los proyectos seleccionados corresponden a iniciativas de creación y producción (Fomento de las Artes). Estas modalidades se posicionan muy por encima de las propuestas de investigación y comunicación.

Línea Fomento de las Artes	N° de proyectos seleccionados	Recursos adjudicados
Artes Visuales	110	485.270.158
Fotografía	36	151.431.492
Artes Integradas	8	61.554.982
Teatro	69	594.995.717
Danza	34	311.968.640
TOTAL	257	1.605.218.989

Figura 3.5: Distribución por sector artístico Área Fomento de las Artes
Fuente: Memoria anual año 2006 CNCA

En cuanto a la distribución por sector artístico, en relación al campo de Fomento de las Artes (creación y producción), la tabla número 3 nos demuestra la distribución de los proyectos seleccionados. La mayoría de los proyectos son adjudicados en el sector de las Artes Visuales con un total de 110 proyectos seleccionados, sin embargo la mayoría de los fondos son distribuidos en Artes Escénicas.

Distribución Territorial

La distribución territorial, especificando el presupuesto en materia de cultura destinado a cada región, se realiza en relación a cada concepto de este. Por esta razón a modo de ejemplo tomaremos la siguiente tabla que muestra la distribución de los recursos entregados por

Fondart año 2006.

DISTRIBUCIÓN DE PROYECTOS Y RECURSOS FONDART 2006 POR REGIÓN		
REGIONES	Nº Proyectos	Recursos Adjudicados
I REGION DE TARAPACÁ	26	113.883.330
II REGION DE ANTOFAGASTA	27	93.848.631
III REGIÓN DE ATACAMA	24	84.701.273
IV REGIÓN DE COQUIMBO	28	117.372.174
V REGIÓN DE VALPARAÍSO	64	288.991.364
VI REGIÓN DEL LIBERTADOR BERNARDO O'HIGGINS	23	113.453.056
VII REGIÓN DEL MAULE	41	173.796.332
VIII REGIÓN DEL BIO BIO	64	360.828.634
IX REGIÓN DE LA ARAUCANÍA	54	227.316.553
X REGIÓN DE LOS LAGOS	48	305.256.450
XI REGIÓN DEL GENERAL CARLOS IBÁÑEZ DEL CAMPO	18	77.078.316
XII REGIÓN DE MAGALLANES Y LA ANTÁRTICA CHILENA	31	97.383.363
REGIÓN METROPOLITANA	251	1.812.977.070
EXTRANJERO	15	86.776.569
TOTALES	714	3.953.663.115

Figura 3.6: Distribución territorial Fondart 2006
Fuente: Memoria anual año 2006 CNCA

El 75% de los recursos adjudicados en 2006 se radican en regiones distintas a la metropolitana. Esto significa que del total de 714 proyectos financiados por **\$3.953.663.115** equivalentes a **5,9 millones euros**, 463 corresponden a proyectos realizados en regiones y el extranjero por un monto total **\$2.140.686.045** equivalentes a **3,2 millones euros**.

Otro dato importante que arroja el estudio se relaciona a la línea de Infraestructura Cultural. En esta línea el 55% de los recursos fueron entregados a regiones distinta a la metropolitana.

ESTADÍSTICAS CONCURSOS NACIONAL y REGIONAL FONDO NACIONAL DE DESARROLLO CULTURAL Y LAS ARTES 2006					
FONDART NACIONAL	Línea	Nº de proyectos presentados	Nº de proyectos elegibles	Nº de proyectos seleccionados	Recursos adjudicados
	Fomento de las Artes	1.122	317	119	1.026.963.838
	Desarrollo de Infraestructura Cultural	187	38	24	533.815.581
	Becas y Pasantías	388	143	94	299.962.605
	Proyectos de excelencia continuidad 2005	-	-	6	100.140.582
	TOTALES	1.697	498	243	1.960.882.606
FONDART REGIONAL	Línea	Nº de proyectos presentados	Nº de proyectos elegibles	Nº de proyectos seleccionados	Recursos adjudicados
	Fomento de las Artes	647	253	138	578.255.151
	Desarrollo Cultural Regional	795	293	141	593.760.902
	Conservación y Difusión del Patrimonio Cultural	245	84	49	223.553.215
	Conservación y Promoción del Patrimonio Inmaterial	377	155	60	256.428.280
	Desarrollo de las Culturas Indígenas	158	62	36	125.306.762
	Desarrollo de Infraestructura Cultural	182	70	47	215.476.199
	TOTALES	2.404	917	471	1.992.780.509

Figura 3.7: Distribución por área Fondart 2006
Fuente: Memoria anual año 2006 CNCA

Fondos sectoriales (industria cultural)

Durante el año 2006, según los datos entregados en la Memoria anual del CNCA, los montos invertidos en los Fondos sectoriales alcanzaron los **\$ 3.927.184.056** equivalentes a **5,9 millones de euros**.

Cada uno de estos fondos ha ido transformando sus líneas de participación según las necesidades que presenta cada sector de la industria cultural.

Fondo del Libro

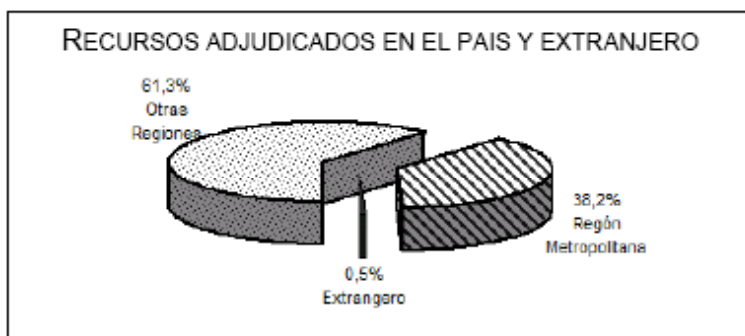


Figura 3.8: Recursos adjudicados Fondo del Libro año 2006
Fuente: Memoria anual año 2006 CNCA

El Fondo Nacional de Fomento del Libro y la Lectura seleccionó 330 proyectos, adjudicando entre sus 5 líneas un total de **\$1.479.480.006 – (2,2 millones euros)**.

Como observamos en el gráfico X el 61,8% de los recursos fueron entregados en regiones distinta a la Metropolitana y en extranjero.

Fondo de la música

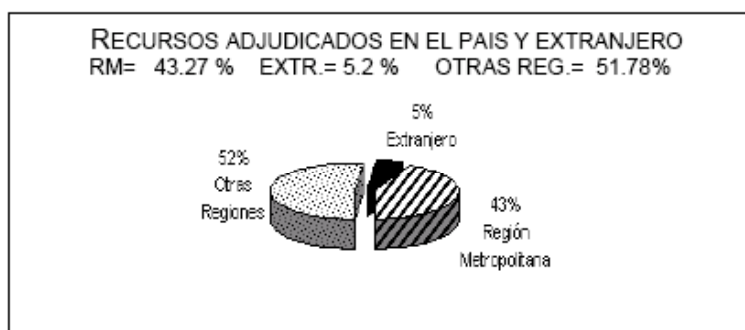


Figura 3.9: Recursos adjudicados Fondo de la música año 2006
Fuente: Memoria anual año 2006 CNCA

El Fondo de Fomento de la Música Nacional, sostiene seis líneas del Concurso Público. En el año 2006 se apoyaron 174 proyectos adjudicando un total de **\$1.016.890.727 – (1,5 millones de euros)**. De los 174 proyectos seleccionados el 57% de los recursos entregados correspondieron a iniciativas realizadas en regiones y el extranjero.

Fondo audiovisual



Figura 3.10: Recursos adjudicados Fondo audiovisual año 2006
Fuente: Memoria anual año 2006 CNCA

El Fondo de Fomento Audiovisual en el año 2006, a través de sus cinco líneas de financiamiento, apoyó a 140 proyectos adjudicando un total de **\$1.430.813.323 – (2,1 millones de euros)**.

A diferencia de los otros dos fondos sectoriales el Fondo de Fomento Audiovisual concentra sus aportes en la Región Metropolitana con un 64% de los fondos entregados.

Transferencia a otras instituciones

Otro dato importante, obtenido del mismo informe, corresponde al ítem “Transferencias a otras Instituciones”. Este es el segundo ítem del presupuesto que recibe mayores recursos. El presupuesto 2007 le asignó un 19% a este concepto. Las instituciones que reciben subvención anual bajo este ítem son 10, de las cuales 8 tienen personalidad jurídica privada (Instituciones sin ánimo de lucro). Corresponden a corporaciones, asociaciones o fundaciones que obtienen financiamiento mixto, entre estatal y del sector privado.

Las instituciones que reciben subvención estatal anual entregada por el Consejo son:

Centro Cultural Palacio la Moneda (M\$ 656.190 = 985 mil euros)
Corporación Cultural de Santiago (M\$ 1.639.532 = 2,4 millones de euros)
Fundación de Orquestas Juveniles e Infantiles (M\$ 866.209 = 1,3 millones de euros)
Corporación Cultural Balmaceda 1215 (M\$ 287.654 = 432 mil euros)
Fundación Artesanías de Chile (M\$ 281.955 = 423 mil euros)
Corporación Cultural Matucana 100 (M\$ 289.400 = 434 mil euros)
Asociación de Pintores y Escultores de Chile APECH (M\$ 8.280 = 12 mil euros)
Sociedad de Escritores de Chile SECH (M\$ 9.597 = 14 mil euros)

Fondo de Apoyo a Programas Culturales del CNTV (M\$ 1.656.000 = 2,5 millones de euros)
Ministerio de Relaciones Exteriores-DIRAC (M\$ 765.900 = 1,1 millones de euros)

Participación del sector privado / Ley de donaciones culturales

Es el mecanismo legal que estimula la participación privada en el financiamiento de proyectos artísticos y culturales. Este mecanismo está consagrado en el artículo 8° de la Ley N° 18.985, de Reforma Tributaria y fue aprobado en junio de 1990 por el Parlamento.

Esta ley se constituye como un nuevo modelo para financiar la cultura, que contempla la participación de la empresa privada. Su funcionamiento es a través de la reducción de un monto equivalente al 50% de la donación en los tributos de la empresa en cuestión. En otras

palabras esto significa en la práctica que el Estado renuncia al cobro de tributos por un monto equivalente al 50% de la donación.

En el año 2001, a través de una modificación a la ley, se incorpora como beneficiarios a organismos comunitarios, bibliotecas y museos privados abiertos al público. Esto siempre y cuando estén administrados por personas jurídicas que no persigan lucro. Corporaciones y fundaciones culturales sin fines de lucro, universidades, institutos profesionales reconocidos por el Estado y bibliotecas públicas.

Cifras:

El **Comité Calificador de Donaciones Culturales** es el que aprueba los proyectos sujetos a la ley de donaciones.

Según datos que arroja la Memoria anual 2006 del CNCA en el año 2005 el Comité Calificador de Donaciones Culturales aprobó proyectos por un monto de \$ 21.414 millones (32 millones de euros). De estos se realizaron donaciones por un total de \$ 5.586 millones (8,4 millones de euros).

En el años 2006 los proyectos aprobados para ser financiados alcanzaban un número de 340 iniciativas, equivalentes a un monto de \$18.782 millones (17 millones de euros).

3.2 evolución y análisis del sector de las artes visuales en Chile

Breve resumen histórico

El nacimiento de las vanguardias artísticas se sitúa a principios del S. XX y significó un quiebre en los aspectos más formales y aceptados de representación del arte marcados por un compromiso político y social.

En la historia del arte en Chile, según la crítica y los especialistas en historia del arte, este quiebre se produce en los años 60 y principios de los 70 junto a un marcado carácter de politización presente en la sociedad. Aparece en el mundo del arte una nueva tendencia de representación política crítica distinta a la representación estética y formas academicistas que primaban hasta el momento.

Durante los años de gobierno militar los sectores artísticos en general fueron bastante censurados. Esto produjo en las artes visuales que se intensificará la politización de este sector y por lo mismo, de la búsqueda de nuevos lenguajes estéticos. Podríamos hablar de un movimiento de neo o post vanguardia que durante finales de los 70 y principios de los 80 toma fuerza como masa crítica censurada.

Bajo el nombre de "Escena de Avanzada", acuñado por la escritora y crítica cultural francesa Nelly Richard, el grupo más representativo de estos tiempos lo conformaron creadores de diversas áreas que se caracterizaban por tener una visión crítica social.

El discurso de la avanzada no se limitó a una simple modernización de carácter artístico, sino que también activó el desarrollo de un discurso paralelo a la modernización exhibida en la producción visual. Bajo esta perspectiva, no sólo se requería de un discurso inmune a las viejas representaciones académicas y comprometidas; se necesitaba también el respaldo de un *corpus* discursivo que le diera el carácter fundacional a su gesto crítico.²⁹

Esta escena se opuso a dos grandes relatos que habían hegemonizado la historia del arte chileno: el arte *oficial* (restaurado por el régimen), y el arte *comprometido* que lideró la escena cultural desde fines de los cincuenta hasta su violenta clausura recién consignada. Frente a

²⁹ Guillermo Machuca y María Berrios, Capítulo Arte y contexto, tres décadas de producción estética en Chile, en "Copiar el Edén", editado por Gerardo Mosquera, Ed. Puro Chile, Chile, 2006, p.68

estos dos grandes relatos, el discurso de la escena propugnó una reflexión crítica, tanto del lenguaje del arte como de los códigos y signos propiciados por el régimen militar. A grandes rasgos, dicho arte se caracterizó por activar tres grandes cuestiones estéticas, políticas y culturales: el trabajo con el cuerpo como soporte de arte, la ocupación de los espacios públicos y la reflexión surgida del imaginario fotográfico.³⁰

De aquí en adelante el arte chileno se caracteriza por una constante búsqueda estética que reflexiona sobre los soportes y extensiones de las distintas técnicas tradicionales. Desde los acercamientos a la performance o el body arte que utilizan el cuerpo como soporte y metáfora, a la ocupación de espacios públicos, a incluir la fotografía como registro de acciones de arte de forma simbólica, hasta que a mediados de los años 80 nos encontramos con la incorporación de la instalación.

Durante los años 90 se privilegia el regreso a técnicas como la pintura y la escultura para realizar una reflexión crítica de género y plantear las extensiones que dan posibilidad al arte objetual y a propuestas conceptuales.

Creación y producción

Desde el regreso de la democracia hasta el día de hoy el arte ha estado marcado principalmente por los cambios sociales presentes en el proceso de globalización, en la influencia del arte internacional y de manera local por la aparición de un sistema institucional.

El arte chileno más reciente tendría una reserva que no dejaría de ser inquietante y estimulante desde el punto de vista geográfico y estético: el hecho de producirse en un espacio geográfico distante, exógeno, insular, pero a la vez expuesto a la invasión implacable de ciertas retóricas tecnológicas, económicas y estéticas irradiadas por la llamada cultura global. El problema hoy es preguntarse por la tensión suscitada entre lo global y lo local. Esta interrogante se ha visto reflejada en un número creciente de obras producidas por las últimas generaciones de artistas.³¹

Nos encontramos con una población que hoy en día está más cercana al mundo. La posición lejana de Chile establecía fuertes barreras para conocer y seguir las tendencias internacionales. El acceso a los referentes internacionales se producía sólo a través de las reproducciones de libros. Por esta razón, la entrada de las nuevas tecnologías y medios de comunicación junto a las posibilidades de movilización entregan una nueva posición para quienes trabajan en el área.

Así mismo de manera más reciente la institucionalidad de la cultura en Chile ha significado un nuevo contexto para creadores y artistas. Por un lado, la entrega de recursos para la creación y producción ha significado un apoyo considerable para estos colectivos, como por otro lado el simbolismo de una estructura que avala, apoya y fomenta la creación, considerando mecanismos de difusión nacional e incluso internacional. Significa la necesidad de un país por hacerse conocer en un marco global y que mejor forma sino que a través de la cultura.

Bajo estas líneas, que marcan un nuevo contexto, es importante destacar los aspectos formativos presentes en el núcleo de artistas chilenos que conforman el circuito del arte (del sector de las artes visuales) chileno. En los últimos años nos encontramos frente a una proliferación de los espacios universitarios que ofrecen carreras artísticas, lo cual tiene múltiples implicancias.

Por un lado respalda la tendencia al aumento de los hábitos culturales en la población, que concluyen en un aumento en la demanda de estudios artísticos. Podríamos establecer que el aumento de las oportunidades para los artistas definido por el nuevo contexto ha devenido en una moda.

³⁰ Guillermo Machuca, Capítulo Arte chileno de avanzada (1960-2005), en "Habilitación y Administración de Espacios para las Artes Visuales", Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, p.4 y 5

³¹ Guillermo Machuca, op. cit., p.9

Por otro lado, el incremento de artistas egresados de carreras universitarias supone un problema de sobrepoblación de artistas y proyectos.

Esto implica problemas de sustentabilidad de los artistas, ya que a corto plazo el país contará con una gran masa de egresados de carreras de arte y áreas afines (p. e. Historia del Arte) que deberán enfrentarse a la ausencia de campo laboral³². Hay un gran vacío de información al respecto, y faltan investigaciones que se hagan cargo de los problemas relacionados a esta situación (Sería importante saber por ejemplo: ¿quiénes ingresan a estudiar arte?, como también: ¿En qué se están desempeñando los egresados de estas escuelas?).³³

Varios estudios sobre economía de la cultura han puesto énfasis en el campo laboral de las carreras artísticas situando éstas como carreras con perspectivas inciertas. El estudiar una carrera artística significa un riesgo referido a la ocupación laboral posterior. No se garantiza un puesto laboral y no existe ninguna aseguración de un éxito artístico. Significa además una perspectiva incierta en relación a la diferencia existente entre el esfuerzo exigido y el objetivo a alcanzar (Benhamour, 1997).

Aunque la frecuencia de actividades múltiples haga difícil la tarea de evaluación de los ingresos según la naturaleza del trabajo, los economistas han intentado medir la diferencia entre el promedio de las demás profesiones.³⁴

Finalmente la única hipótesis concreta sobre la decisión de cursar una carrera artística se podría asimilar al valor que adquiere el reconocimiento de los pares, la crítica y el público, convirtiéndose este en aliento suficiente para correr tal riesgo. El reconocimiento encuentra aquí una condición simbólica que se concreta en una valoración importante.

Sin embargo también nos podemos referir a otra esfera. Por lo general, los artistas en los primeros años requieren de un proceso de autogestión importante para poder insertarse en el circuito artístico. Son ellos mismos los que financian su producción artística, intentan desarrollar mecanismos para la circulación de la obra e incluso generan redes para la difusión de esta. Además podemos sumar aquí la necesidad existente para todo artista joven de una fuente laboral externa a su producción, lo que deriva en tiempo limitado y escaso para invertir en este proceso autogestionado de producción, circulación y difusión de la obra.

Por último, en relación a este punto, existe otra variante más a señalar: que los ingresos que se pueden producir de la práctica. Estos en general son también inciertos e irregulares. Mientras que un artista exitoso puede ganar muy por sobre la media en comparación del resto de las profesiones, otro artista que no logra situarse en la lista de artistas de renombre puede obtener escasos beneficios situarse muy por debajo de la media comparativa. Este hecho nos coloca frente a un escenario similar al de los deportistas de alto nivel y nos demuestra lo salvaje del medio y por ende lo difícil de evaluar.

Volviendo a la situación de Chile y la proliferación de la oferta de carreras artísticas este hecho se va reflejado en el estado discursivo del arte que se produce en Chile.

“Es conveniente anotar que el medio académico e intelectual chileno es conocido por su seriedad, sofisticación y pensamiento duro”³⁵

Sin lugar a dudas este hecho ha influido en la carga conceptual, presente generalmente en la producción artística nacional. El discurso como tal, tanto escrito como verbal, toma importancia a la hora de insertarse en el medio y de obtener el reconocimiento de los pares y de los críticos de arte.

³² “Quiénes planifican los currículos no están pensando en que sus estudiantes deberán auto sustentarse insertos en el actual contexto político, social, económico y cultural. ¿Hay alguna escuela que prepare a sus estudiantes para enfrentar dicha cuestión?”, Antonio Silva Vildósola, “Nueve claves para un modelo obsolecente, aproximación a la educación superior en artes visuales” presentación en Seminario *Artes visuales y políticas públicas: conflictos y desafíos de un territorio en construcción*, Instituto Goethe-CNCA, Santiago, 2007, citado en “Informe de diagnóstico Artes Visuales, Políticas culturales sectoriales”, María Berrios, Santiago, p.18

³³ María Berrios, “Informe de diagnóstico Artes Visuales, políticas culturales sectoriales”, Santiago, p.18

³⁴ Benhamou, op. cit., p.40

³⁵ Gerardo Mosquera, op. cit., p.17

“El gusto chileno por el discurso erudito más que por la crítica directa debe relacionarse también con el peso de la enseñanza del arte en el país, que nuevamente contrasta con la pobreza en este campo prevaleciente en buena parte de América Latina: la gran mayoría de los artistas poseen un diploma universitario en su especialidad.”³⁶

Si se realiza una comparación entre Barcelona³⁷ y Santiago de Chile es posible encontrar una diferencia considerable en el número de establecimientos educacionales que ofrecen cursar la carrera de bellas artes. En Santiago son al menos 9 las universidades que imparten la carrera mientras que en Barcelona es solamente una. En Barcelona se privilegia la educación técnica en escuela de artes y oficios.

Este hecho nos hace reflexionar en la importancia que se le entrega en Chile al proceso universitario y, por lo tanto, a la generación de masa crítica en relación a la obra. La educación gira en torno al discurso y no en la técnica misma.

“Simplificando, diríamos que predomina lo analítico sobre lo visual, la crítica sobre la jouissance, la reconstrucción sobre el uso directo del símbolo y la imagen.”³⁸

Carreras de Licenciatura en Artes Visuales (2008)

1. Universidad Católica de Temuco	Licenciatura en Artes Visuales	Pregrado	Araucanía
2. Universidad de Playa Ancha	Licenciatura en Artes Visuales	Pregrado	Valparaíso
3. ARCIS	Bellas Artes	Pregrado	RM
4. Universidad de Chile	Licenciatura en Artes Visuales	Pregrado	RM
5. Universidad de Concepción	Artes Visuales	Pregrado	Bío-Bío
6. Pontificia Universidad Católica de Chile	Licenciatura en Artes Visuales	Pregrado	RM
7. UNIACC	Artes Visuales y Fotografía	Pregrado	RM
8. Universidad Finis Terrae	Licenciatura en Artes Visuales	Pregrado	RM
9. Universidad Diego Portales	Licenciatura en Artes Visuales	Pregrado	RM
10. Universidad Mayor	Licenciatura en Artes Visuales	Pregrado	RM
11. Universidad Andrés Bello	Licenciatura en Artes Visuales	Pregrado	RM
12. Universidad del Desarrollo	Licenciatura en Artes	Pregrado	RM
13. Universidad Austral	Licenciatura en Artes Visuales	Pregrado	De los Ríos
14. Pontificia Universidad Católica de Valparaíso	Licenciatura en Artes	Pregrado	Valparaíso
15. Universidad Autónoma Sede Talca	Pedagogía y Licenciatura en Artes Visuales	Pregrado	Maule
16. Universidad de Viña del Mar	Pedagogía y Licenciatura en Artes Visuales	Pregrado	Valparaíso
17. UMCE	Licenciatura en Educación y Pedagogía en Artes Visuales	Pregrado	RM

Figura 3.11: Carreras de Licenciatura en Arte en Chile

Fuente: María Berrios, Informe de Diagnóstico Artes Visuales, Políticas culturales sectoriales

En la figura 3.11 se puede observar las universidades que ofrecen la carrera de bellas artes. Como podemos observar la mayor oferta se concentra en la región metropolitana en la ciudad de Santiago, lo que denota la centralización de la oferta. Además cabe destacar que la mayoría de estas escuelas corresponden a universidades privadas que han abierto el itinerario en la última década.

³⁶ Idem, p.17

³⁷ Aunque no se trata de la capital es una ciudad con una reconocida vida cultural y por lo tanto un punto de comparación.

³⁸ Idem, p.17

Promoción y comercialización

La promoción y comercialización del arte en Chile se puede diagramar a través de cómo participan los diversos agentes y cuáles son los formatos expositivos involucrados en la difusión del arte. Dentro de estos agentes o formatos nos podemos referir a los diversos tipos de espacios existentes, otros formatos expositivos de carácter internacional, y por último las publicaciones y la crítica especializada.

Espacios

Con la finalidad de crear un catastro de los espacios especializados en el sector de las artes visuales existentes en el país, el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, a través del Área de Artes Visuales, creó en el año 2008 la Guía Nacional de Espacios para las Artes Visuales. El catastro contabiliza la existencia de 109 espacios relacionados al sector, divididos por región de la siguiente manera:

ARI Región de Arica y Parinacota

001 Casa del Arte
002 Galería de Arte San Marcos de Arica

TAR Región de Tarapacá

003 Galería Tierra de Geoglifos
004 Palacio Astoreca
005 Sala de Arte Casa Collahuasi
006 Taller Galería Norte Grande

ANT Región de Antofagasta

007 Galería de Arte Pablo Neruda
008 Parque de los Lolos José Saavedra
009 Centro de Extensión UANTOF
010 Galería de Arte Imagen
011 Pinacoteca UCN

ATA Región de Atacama

012 Centro Cultural Estación Caldera
013 Casa de la Cultura de Copiapó

COQ Región de Coquimbo

014 Galería Carmen Codoceo
015 Sala Gabriela Mistral
016 Casa de las Artes de Coquimbo

VAL Región de Valparaíso

017 Bodegón Cultural de Los Vilos
018 Centro Cultural La Sebastiana
019 Centro de Extensión CNCA
020 Galería de Arte Cult – Art
021 Galería de Artes Visuales H10
022 Galería El Farol
023 Galería Sala Uno
024 Sala Puntángelos
025 Galería de Arte Aukara

MET Región Metropolitana

026 Casas de Lo Matta
027 Centro de Arte Alameda
028 Centro Cultural de España
029 Centro Cultural Matucana 100
030 Centro Cultural Montecarmelo
031 Centro Cultural Palacio La Moneda
032 Centro de Extensión de la PUC
033 Corporación Cultural Estación Mapocho
034 Corporación Cultural de Recoleta
035 Galería Arte Al Limite
036 Galería AMS Marlborough
037 Galería Animal
038 Galería Artespacio
039 Galería Balmaceda Arte Joven
040 Galería BECH

041 Galería Cecilia Palma
042 Galería Cristal / Salón Bicentenario
043 Galería Cultural Codelco
044 Galería Die Ecke Arte Contemporáneo
045 Galería Espacio Arte Abierto – Fundación Itaú
046 Galería Florencia Loewenthal
047 Galería Gabriela Mistral
048 Galería Guillermo Nuñez
049 Galería La Sala
050 Galería La Ventana Cemicual
051 Galería Metales Pesados
052 Galería Metro Cuadrado
053 Galería Moro
054 Galería Patricia Ready
055 Galería Praxis
056 Galería Ququ
057 Galería Sala Gasco
058 Galería StuArt
059 Galería Trafixxx
060 Goethe Institut
061 Instituto Cultural de Providencia
062 Museo Artequín
063 Museo Casa Colorada
064 Museo de Arte Contemporáneo (MAC)
065 Museo de Arte Popular (MAPA)
066 Museo de Arte Precolombino
067 Museo de Artes Visuales (MAVI)
068 Museo de La Merced
069 Museo de la Solidaridad Salvador Allende
070 Museo Nacional de Bellas Artes (MNBA)
071 Museo Parque de Las Esculturas
072 Museo Ralli
073 Sala de Arte SAM
074 Sala de Arte Telefónica
075 Sala de Exposiciones CCU
076 Sala de Exposiciones Museo Histórico Militar
077 Sala de Exposiciones Universidad Finis Terrae
078 Sala de Exposiciones UTAL - Santiago
079 Sala de Exposiciones Universidad UNIACC
080 Sala Juan Egenau de la Universidad de Chile
081 Salas Nemesio Antúnez y Mariano Picón Salas de la UMCE
082 Salón Tudor

O'H Región del Libertador General Bernardo O'Higgins

083 Galería William Braden
084 Galería Camino Del Alba
085 Casa de la Cultura Municipalidad de Rancagua

MAU Región del Maule

086 Extensión Cultural UTAL - Curicó
087 Galería de Arte Contemporáneo UTAL (GAC)
088 Galería Mediagua
089 Espacio Simbiótika
090 Museo de Arte y Artesanía de Linares

BIO Región del Bío Bío

091 Centro de Extensión Alfonso Lagos de la UdeC – Chillan
092 Sala de Exposiciones Marta Colvin de la UBio-Bio – Chillan
093 Corporación Cultural Alliance Française de Concepción
094 Galería de los Ocho
095 Sala de Exposiciones Andes
096 Sala de Exposiciones UCSSC
097 Sala de Exposiciones de la UdeC
098 Eco Museo Cobquecura

ARA Región de la Araucanía

099 Galería de Arte Universidad Católica de Temuco
RIO Región de Los Ríos
100 Museo de Arte Contemporáneo de Valdivia
101 Sala de Exposiciones Arte- Nativo

LAG Región de los Lagos

102 Museo de Arte Visuales Surazo
103 Sala Atelier Centro Cultural Sofia Hott Schwalm
104 Casa del Arte Diego Rivera
105 Museo de Arte Moderno de Chiloé (MAM)

106 Sala Challanco del Museo Regional de Ancud

AYS Región de Aysén del General Carlos Ibañez del Campo
107 Sala de exposiciones Cochrane

MAG Región de Magallanes y la Antártica Chilena
108 Galería Azul del Arte
109 Museo Regional de Magallanes

El estudio realizado por el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes además de contar con el catastro de los espacios contempló la realización de una encuesta (figura 3.12) que tenía por objeto reunir datos sobre el sector. Estos datos son determinantes al minuto de querer realizar un diagnóstico relacionado a la proliferación del sector, las estrategias de financiamiento, comercialización, difusión, etc. Estos factores serán importantes en el próximo capítulo en el cual se establecerán y justificarán las directrices del proyecto a presentar.

SELECCION DE RESULTADOS ENCUESTA 2008

Espacios participantes de la Primera Guía Nacional de espacios

Región de espacios expositivos registrados en esta guía		
a. Norte	25 espacios	22.9 %
b. Centro	57 espacios	52.3 %
c. Sur	27 espacios	24.7 %
TOTAL	109 espacios	100 %

Que tipo de espacios expositivos existen		
a. Galería de Arte	37 espacios	34 %
b. Museo	17 espacios	15.5 %
c. Sala de Exposiciones	31 espacios	28.4 %
d. Centro Cultural	25 espacios	22.9 %

Año de apertura		
a. entre 1800 - 1970	6 espacios	5.5 %
b. entre 1970 - 1980	4 espacios	3.6 %
c. entre 1980 - 1990	12 espacios	11 %
d. entre 1990 - 2000	39 espacios	35.7 %
e. entre 2000 - 2008	46 espacios	42.2 %

Financiamiento		
a. Privado	46 espacios	42.2 %
b. Estatal Nacional	24 espacios	22 %
c. Mixto	31 espacios	28 %
d. Internacional	3 espacios	2.7 %

¿El espacio mantiene un programa anual de exposiciones?		
a. Si	86 espacios	78.8 %
b. No	21 espacios	19.2 %

¿Cuántos espacios venden obra		
a. Si venden obras	28 espacios	25.6 %
b. No venden obras	81 espacios	74.3 %

Figura 3.12: Encuesta a Espacios de Artes Visuales chilenos 2008

Fuente: Guía Nacionales de Espacios para las Artes Visuales, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, Chile 2008.

³⁹ Obtención de los datos en Guía Nacional de Espacios para las Artes Visuales, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, Chile, 2008

La figura 3.12 aporta datos importantes para la conclusión de ciertos aspectos característicos del funcionamiento del sector en Chile.

Para partir, podemos afirmar que el desarrollo de las artes visuales en Chile se manifiesta de forma centralizada. La mayor parte de los espacios, llegando a un total de 57 espacios equivalentes al 52,3%, se encuentran ubicados en el sector centro del país, específicamente en la Región Metropolitana. Si se considera este dato y se suma el porcentaje de escuelas de artes (tabla 6) existentes en el país, se concluye que la capital, la ciudad de Santiago, concentra por lejos el mayor número de creadores y de especializados en el sector.

También el estudio da cuenta de la transformación que ha sufrido el sector en el tiempo a través de la proliferación de espacios de exhibición. El 42,2% de los espacios fueron abiertos entre los años 2000 – 2008. De este dato se concluye que se trata de un sector en crecimiento. Además, de forma hipotética, podemos establecer una relación directa con la creación del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes y por ende con el fomento y participación a la cultura de forma de ser considerado como un aspecto relevante de las sociedades actuales.

En relación a las formas de financiamiento, el estudio también entrega datos importantes. El 42,2% de los espacios cuenta con financiamiento privado. Este dato colabora en idea política de que la cultura debe ser financiada de forma mixta, conjugando la ayuda pública con el apoyo de la empresa privada y la inversión de capitales propios. De lo cual, podemos concluir que aunque los esfuerzos han sido muy grandes y que la creación de políticas culturales por parte de la administración pública han significado un avance al desarrollo cultural del país, la cultura necesita de la colaboración de capitales privados para su completo funcionamiento. Colaboraciones fomentadas por el propio estado a través de mecanismos de reducción tributaria como la Ley de Donaciones Culturales citada en el capítulo anterior.

Otro dato interesante de analizar obtenido en el estudio corresponde al porcentaje de espacios que comercializan obra. Sólo el 25,6% de los espacios tienen dentro de su programa de financiamiento la comercialización de obra. Este dato revela el débil concepto de coleccionismo y adquisición existentes en el país.

Por último, es interesante considerar la distinción que realiza el estudio referido a los distintas tipologías de espacios dedicados a las artes visuales existentes. La mayor parte (34%) corresponde a galerías, aunque este porcentaje no concuerda con el de espacios que comercializan obra. Cabe destacar, que el uso del nombre “galería” en Chile, no se asocia necesariamente a un espacio de comercialización de obra de arte.

Esta definición de las tipologías de espacios existentes es importante, ya que va ser determinante en el modelo de gestión que propone el proyecto a presentar. Sobre este punto se hará referencia en el próximo capítulo.

Tipos de espacios

De la encuesta se desprenden datos importantes de los espacios especializados en artes visuales existen en Chile, sin embargo es importante clasificar los diversos tipos para completar la cartografía. En este sentido, se distinguen 3 tipos de espacios: 1) Museos, 2) Culturales y Salas de Exposición y 3) Galerías.

Museos

Los museos relacionados al sector de las artes visuales, presentes en el país son pocos. Existen tantos espacios públicos como iniciativas privadas. Aunque algunos de estos presentan una colección importante, la mayoría centra su trabajo en una programación expositiva distinta a la colección, desmarcándose del concepto clásico de museografía relacionado al coleccionismo.

Chile se caracteriza por tener una débil concepción del coleccionismo. Las políticas de estado

han estado relacionadas a la accesibilidad de la cultura y la ayuda directa a artistas, pero por lo general no han existido políticas de adquisición que fomenten el coleccionismo y por ende el fomento al desarrollo de un patrimonio tangible.

“La incidencia de los museos y colecciones en el mercado es muy débil, en gran parte debido a que las precarias políticas de adquisición de los museos públicos dificultan tremendamente la conformación de colecciones sólidas de arte moderno y contemporáneo. Al no participar del mercado del arte, los museos e instituciones de excelencia además no logran entregar lineamientos de inversión, atentando de esta manera contra su poder de reconocimiento, afectando su autonomía.”⁴⁰

Centros Culturales y Salas de exposición

Corresponden en su mayoría a espacios públicos o privados sin fines de lucro. Los espacios privados que son parte de este grupo están relacionados, por lo general, a alguna organización institucional. Muchos de estos espacios se han caracterizado por ser aquellos que han desarrollado una línea editorial propia muy cercana al arte actual y por ende a las tendencias internacionales más experimentales. Son aquellos espacios que presentan una opción presupuestaria que ha permitido incluir exhibiciones internacionales de gran nivel en nuestro país y que se han convertido en referente local para el colectivo especializado.

Galerías

En Chile podemos observar la existencia de dos tipos de galerías. Por un lado nos encontramos con un galerismo tradicional con un enfoque principalmente comercial y que hoy en día, en su mayoría, se encuentra geográficamente ubicado en el sector de Alonso de Córdoba en la ciudad de Santiago⁴¹. Estos espacios se caracterizan por trabajar con técnicas tradicionales del arte como lo son pintura, grabado y escultura. En general se trata de propuestas que vienen del arte-decorativo, que son más fáciles de vender al público y por lo general se asocia a un mercado local.

Por otro lado, existe un galerismo más nuevo, que data de los últimos años y que trabaja con “arte duro”⁴². Estos espacios se caracterizan por presentar una línea más arriesgada, lo que significa establecer estrategias para la inserción de los artistas representados en el mercado local e internacional. El establecimiento de estos espacios denota como el sector ha abierto sus fronteras a expresiones más actuales, asociadas de forma más cercana a las tendencias internacionales.

En este apartado podemos agregar además el hecho de que en general las galerías comerciales tradicionales no trabajaban con una plataforma de artistas estables, conformando un staff de artistas. Más bien funcionaban a través de exposiciones y una trastienda de obras. Este hecho es relevante si pensamos que las galerías son aquellas que cubren la tarea de comercialización e inserción de los artistas en los mercados.

Otros formatos expositivos

En el caso chileno las Bienales, Trienales y desde lo comercial las Ferias, se han transformado en formatos expositivos importantes para la internacionalización de los artistas chilenos.

Considerando que el concepto de representación de artista asociado al rol del galerista es algo nuevo en Chile y, por lo tanto, existe de manera débil, ha cobrado importancia el formato de Bial y Trienal para la difusión en el extranjero del arte chileno. La participación en alguno de

⁴⁰ Berrios, op. cit., p.32 y 33

⁴¹ Zona comercial ubicada en la comuna de Vitacura, que tiene como mercado objetivo los grupos socioeconómicos con mayor poder adquisitivo de la capital chilena

⁴² Idea desarrollada por Pierre Bourdieu y utilizada por María Berrios en “Informe de diagnóstico Artes Visuales, políticas culturales sectoriales”

estos eventos significa el reconocimiento y, por lo tanto, validación de la obra en un mercado más amplio que el local. La participación en estas exposiciones de gran importancia, ha sido efecto de los esfuerzos de artistas y especialistas en abordar y crear vínculos con agentes, comisarios y especialistas extranjeros.

Es necesario destacar que múltiples esfuerzos recientes han sorteado las dificultades descritas, lo que se ha traducido en la participación de algunos artistas chilenos en importantes instancias internacionales, como también en diversas iniciativas intermedias, ambas fundamentales para fomentar la internacionalización del arte chileno. Entre ellos han jugado un rol fundamental algunos espacios de exhibición, especialmente aquellos vinculados a las redes institucionales de excelencia, como también iniciativas curatoriales independientes, a veces en colaboración.⁴³

Es así como en los últimos años la participación de artistas chilenos en este tipo de actividades ha cobrado importancia. Aquí podemos ser alusión a la participación chilena en la última Documenta de Kassel realizada el año 2007, con la participación de tres connotados artistas nacionales.

En relación a las Ferias la participación de espacios chilenos ha tomado algo más de fuerza durante los últimos años. La presencia no tan sólo de galerías sino también de forma netamente expositiva de espacios sin fines de lucro, ha aumentado considerablemente en los últimos años sobre todo en Ferias importantes en la región como ArteBA, ArtBO y Maco entre otras.

Publicaciones y crítica

Por mucho tiempo, el formato editado para la difusión de las artes visuales han sido los catálogos de exposiciones o investigaciones de especialistas autoeditadas. No existe en Chile una tradición editorial fuerte. Por mucho que han existido esfuerzos, investigaciones asociadas a los departamentos de estética y arte de las universidades, el campo es bastante precario y con una tendencia fuerte a la especialización.

Desde este mismo prisma los catálogos que son editados para diversas exposiciones generalmente tienden a ser muy teóricos. Por lo general, se trata de publicaciones que entregan una notoria importancia a los textos críticos de especialistas, ya que de alguna forma significa un reconocimiento y una instancia que no se encuentra en otros medios de publicación.

“Copiar el Edén. Arte reciente en Chile” es la única excepción a la regla. Se trata de una investigación realizada por el crítico cubano Gerardo Mosquera y editado como iniciativa privada por el galerista chileno Tomás Andreu. Copiar el Edén es una iniciativa que por un lado busca hacer una compilación del arte reciente en Chile, entendido reciente como aquel que se produce desde 1973 hasta la fecha. El libro reúne a 74 artistas chilenos y la crítica de 4 especialistas. El libro junta el registro fotográfico de los artistas, acompañado por los textos de los críticos en más de 500 páginas.

El libro pretende ser una plataforma de difusión del arte chileno, tanto a nivel nacional como internacional, y es aquí donde entra a jugar un papel importante la colaboración del estado para hacer circular la edición.

En cuanto a la difusión en los medios de comunicación se podría decir que en Chile funciona en un formato informativo más que crítico. La aparición de las actividades relacionadas a las artes visuales se da principalmente en la prensa escrita, a través de reseñas y algunas críticas de exposiciones. No existe una presencia importante de revistas especializadas y la televisión sólo incorpora información en su cartelera cultural. La existencia de programas especializados es débil.

Todo esto se suma a la falta de especialistas que den una difusión crítica de la actividad que se

⁴³ Berrios. op. cit., p. 46

genera en el país.

Salvo muy pocas excepciones, no existen periodistas especializados en el área, por lo que la cobertura a las artes visuales no logra distinguir instancias de calidad dentro de la creciente oferta de “cartelera de exhibiciones.”⁴⁴

Otro aspecto importante a señalar guarda relación con los centros de documentación. En Chile existen pocos espacios especializados en la documentación de material investigativo relacionado a las artes y la cultura. La información suele ser poca e incompleta por lo que es difícil establecer el volumen de información existente.

Un avance significativo ha sido la creación del Centro de Documentación de las Artes (CEDOC) del Centro Cultural Palacio La Moneda (CCPLM), que constituye un potencial espacio de fomento a la investigación y curatoría del arte nacional. No obstante, el CEDOC, tiene un equipo muy reducido en relación a la envergadura de su colección y labor, a lo que se suma que no cuenta con un equipo de investigación asociado, ni tampoco con instancias de publicación dedicadas a valorizar su quehacer.⁴⁵

Institucionalidad

Fuente: Consejo Nacional de la Cultura y las Artes

Departamento de Creación Artística del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes

Dentro de la estructura organizacional con que cuenta el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes encontramos el Departamento de Creación Artística. Este departamento es el encargado en gestionar todo lo relacionado a la creación artística y formación de audiencias. Se estructura por áreas en relación a aquellos sectores artísticos que no constituyen industrias culturales. Su trabajo se centra en realizar proyectos y actividades relacionados a estos sectores artísticos y del fomento de la actividad a través de la coordinación con el Consejo del Libro, el Consejo De La Música y el Consejo Audiovisual. Además, se encarga de la gestión de los cuatro Fondos de Fomento (Fondo Nacional de Desarrollo Cultural y las Artes más los que se desprenden de los consejos recién nombrados).

Área Artes Visuales del Departamento de Creación Artística del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes

Corresponde al área del Departamento de Creación Artística del CNCA encargada de articular las políticas relacionadas al desarrollo del sector de las artes visuales. A través de diversos programas, su objetivo es crear un diagnóstico de la situación del desarrollo del sector, establecer y mantener un vínculo con los artistas que permita y garantice el flujo de información específica, y promover el acceso y participación de la población creando más y nuevas audiencias.

Programas y actividades gestionadas por el Área:

1. Apoyo a espacios regionales

Una de las políticas establecidas por el Área de Artes Visuales ha consistido en crear una red de espacios especializados en el sector en todo el país. Este interés se centra en la necesidad de expandir el campo de acción de los sectores artísticos a región y de esta forma dar visibilidad a artistas locales a nivel nacional.

2. Administración de Espacios

Significa la ayuda a través de la entrega de herramientas para la administración de un espacio artístico.

3. Coordinación del Día Nacional de las Artes Visuales

⁴⁴ Berrios, op. cit., p.44

⁴⁵ Berrios, op. cit., p.43

Cada año se celebra en el mes de septiembre el Día Nacional de las Artes Visuales, que considera una vasta cantidad de actividades y cuenta con la participación de la mayoría de los espacios y agentes relacionados al sector.

4. Galería Gabriela Mistral

Ggm es el único espacio que depende directamente del Área de Artes Visuales del CNCA. Se trata de un espacio público especializado en las artes visuales que tiene por misión el fomento a la creación, difusión y desarrollo del arte contemporáneo, a través de la promoción de propuestas innovadoras y reflexivas. Este espacio sin lugar a dudas se ha transformado en un referente en el país.

5. Gestión de la Colección de Arte Contemporáneo CNCA

Corresponde a una colección pública de 114 obras de arte de diversas técnicas, que se ha construido a través de donaciones de los artistas que han expuesto en la Galería Gabriela Mistral desde el inicio de su funcionamiento.

El objetivo del CNCA es invertir recursos para el óptimo almacenaje, conservación y catalogación de las piezas. Así mismo coordinar un calendario de exhibición de las obras para su itinerancia por el país.

6. Políticas de las Artes Visuales:

El Área de Artes Visuales también busca constituirse en un puente con los creadores. En este intento de participación se busca establecer con las políticas de área para ser presentada al Directorio Nacional.

El año 2006 el Consejo destino un presupuesto equivalente a un total \$65.000.000 para el desarrollo de los programas y actividades realizadas por el Área de Artes Visuales del Consejo Nacional de Cultura y las Artes. Esto se suma a los \$485.270.158 entregados a 110 proyectos Fondart de Fomento a las Artes Visuales.

Análisis desde la perspectiva del artista

Como se explicó al inicio, uno de los puntos importantes en la metodología de investigación que se utilizó para desarrollar el presente proyecto, fue la formulación y distribución de dos encuestas para la obtención de datos objetivos. Estos datos se transformaron en material fundamental para la configuración del proyecto, entregando información referente a otros modelos similares de gestión y al mercado al que apunta el proyecto.

En relación a los artistas las preguntas se centraron en definir cuáles son las especialidades artísticas más trabajadas y cuáles son las necesidades de este colectivo.

Encuesta artistas

Esta encuesta se distribuyó a 90 artistas de los cuales 27 respondieron dentro de los tiempos planteados. Con la información recolectada se pueden establecer algunas conclusiones que abordan al grupo completo y posteriormente al segmento que estaría dispuesto a utilizar los servicios que se proponen en el proyecto.

La mayoría de los artistas que respondieron la encuesta, un 62%, corresponden a un segmento de edad de entre 26 y 35 años, seguido por el segmento de entre 36 y 45 años correspondiente al 30%.

De estos la mayoría corresponde a artistas que tienen una formación en alguna de las escuelas de arte en las universidades chilenas y un grupo equivalente al 15% ha realizado estudios de postgrados relacionados al arte.

En relación a las respuestas entregadas a continuación se entregan algunos gráficos que contextualizan el desarrollo productivo del sector de las artes visuales en Chile. Los gráficos van contextualizados con su pregunta para su correcta lectura.

Pregunta: ¿Tiene su propio estudio de trabajo o taller?

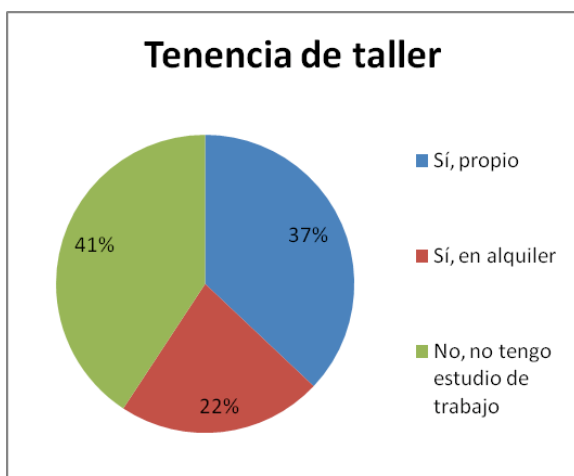


Figura 3.13: Tenencia de taller
Fuente: Elaboración propia

Pregunta: ¿Cuáles son las especialidades artísticas que desarrolla? (puede indicar más de una alternativa)

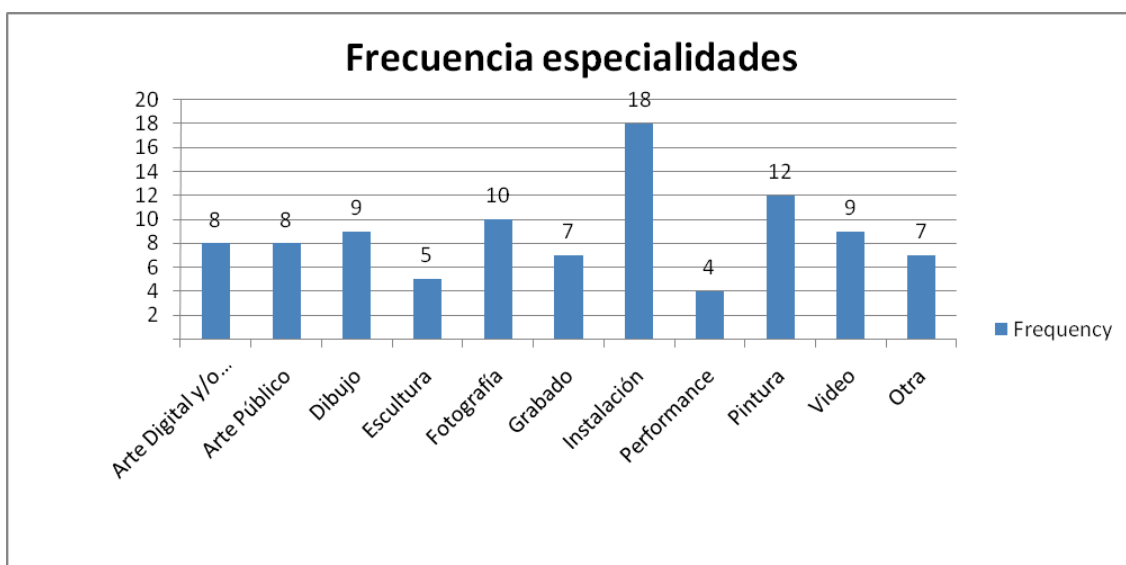


Figura 3.14: Especialidad artísticas
Fuente: Elaboración propia

De las figuras 3.13 y 3.14 podemos concluir algunos aspectos globales de la producción artística en Chile. Si bien la mayoría de los artistas cuenta con un espacio de trabajo, el porcentaje que no cuenta con un espacio es significativo. El 41% de los artistas no tiene un lugar fijo donde trabajar. Además hay que considerar que más allá del espacio mismo un centro de producción considera taller de especialidades por lo que el porcentaje de posibles clientes puede ser mayor que ese 41%.

Con respecto a las especialidades de los artistas observamos que la tendencia en producción está en técnicas como la instalación, pintura, fotografía, video y dibujo.

Pregunta: Valore las siguientes afirmaciones en relación a su grado de acuerdo siendo 1 totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

- La carencia de un espacio de trabajo dificulta mi producción artística
- No poseer equipos técnicos propios condiciona mi producción
- La oferta de equipos técnicos de alquiler es escasa y sus precios son muy altos
- La dificultad de encontrar recursos humanos especializados entorpece la producción
- Los precios de los servicios relacionados a la producción son altos y su financiamiento resulta complejo
- Las subvenciones son difíciles de obtener, lo cual dificulta el financiamiento de mi producción

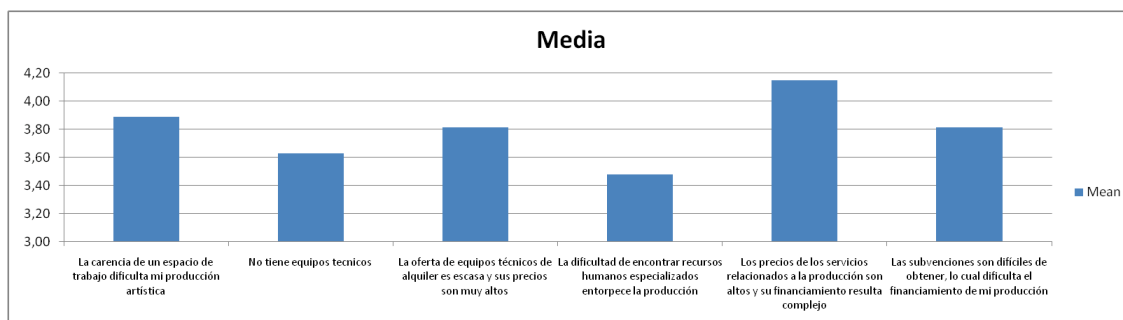


Figura 3.15: Valorización de problemas
Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la figura 3.15 la mayoría de los artistas concuerda que una de las dificultades son los costos asociados a la producción artística y en relación a su financiamiento. Como se ha explicado con anterioridad el colectivo de artistas se caracteriza por no contar con una situación económica demasiado estable y generalmente necesitan de una fuente laboral externa para poder financiarse. Si ha esto se suma los altos costos de producción encontramos un problema. Los artistas necesitan una fuente laboral externa que les permita vivir, pero además que les permita costear su producción artística.

En segundo lugar los artistas señalan la necesidad de contar con un espacio para poder producir.

Pregunta: Estaría dispuesto a pagar por alguno de estos servicios

Disposicion a pagar

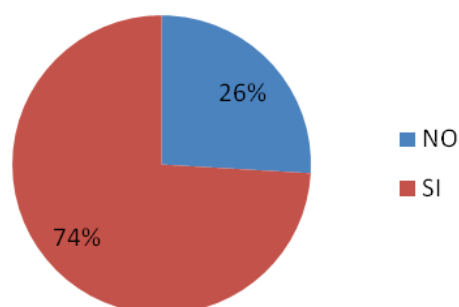


Figura 3.16: Disposición a pagar
Fuente: Elaboración propia

Según lo observado, existe un gran número, el 41% de los artistas encuestados, que no cuenta con un espacio de trabajo. Por lo tanto, es importante la valorización que el colectivo realiza frente a algunos temas, ya que como apreciamos el espacio de trabajo y los altos precios son los problemas que más afectan al colectivo. Sin embargo resulta interesante observar (figura 3.16) que frente a la carencia de servicios especializados, el colectivo en su mayoría (74%) está dispuesto a pagar por servicios. En relación al sistema de pago, los artistas tenían la posibilidad de justificar su respuesta. Surgieron diferentes propuestas que van desde la coproducción, el pago con canje de obra, establecer una relación estrictamente comercial y por otro lado, aquellos que estiman que la producción debería ser subvencionada por el estado u otras entidades.

Por último ante la pregunta de que si consideran importante la existencia de un centro de producción en la ciudad de Santiago el 100% respondió afirmativamente.

A continuación se expondrán algunos análisis referidos exclusivamente al segmento que está *dispuesto a pagar* por servicios, considerando a estos como el potencial público del proyecto. Para llegar a conclusiones se tomaron las respuestas del 74% que contestó afirmativamente a su disposición de pagar.

Pregunta: Señale cuáles de los siguientes requerimientos técnicos necesita para su producción artística y no los tiene cubiertos: (sólo indicar las necesidades básicas)

- Taller de pintura
- Taller de escultura
- Taller de grabado y serigrafía
- Equipos de fotografía
- Laboratorio de fotografía análoga
- Laboratorio de fotografía digital
- Equipamiento de grabación de imagen
- Laboratorio de edición / postproducción de imagen
- Estudio de grabación de sonido
- Laboratorio edición / postproducción de sonido

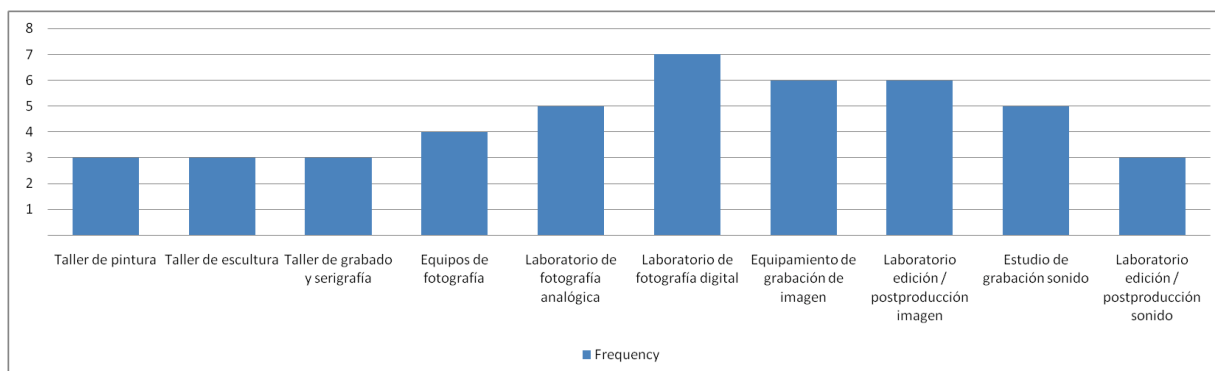


Figura 3.17: Requerimientos técnicos del colectivo
Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la figura 3.17 los requerimientos técnicos más solicitados por los artistas guardan relación con los nuevos medios. Es decir todo aquello relacionado a la era digital tanto a niveles de imagen fija y en movimiento. Este hecho es importante, ya que de alguna forma determina una tendencia que se relaciona directamente con los cambios sociales establecidos por la globalización y la incorporación de nuevas tecnologías. Como se puede observar la incorporación de nuevos medios también ha influido en las tendencias artísticas dando cabida a nuevas formas de expresión desplazando un poco a las técnicas tradicionales como lo son la pintura, dibujo, escultura y grabado.

Pregunta: ¿Qué servicios cree que hacen falta para el desarrollo artístico nacional?

- Alquiler de espacios
- Alquiler de equipos técnicos
- Asesoría de comunicación y marketing para artistas
- Asesorías de producción
- Cursos de formación
- Programa de intercambio con centros nacionales e internacionales

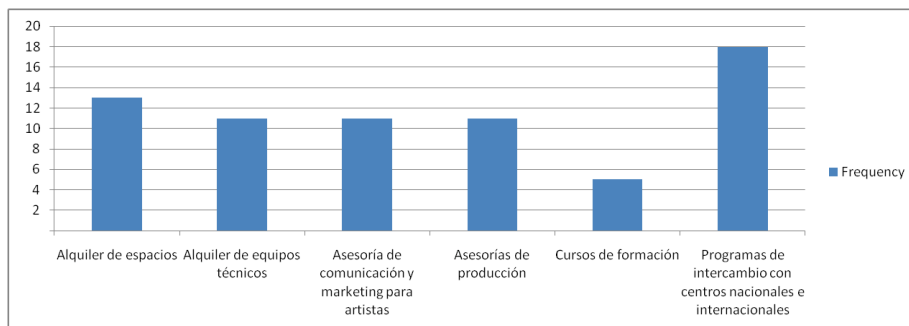


Figura 3.18: Servicios que se necesitan
Fuente: Elaboración propia

La figura 3.18 denota la importancia que el colectivo de artistas le asigna a la internacionalización y a la instancia de contar con experiencias de intercambio. Este hecho da cuenta de cómo funciona el campo artístico y la importancia que se le asigna a la movilidad. El intercambio y la movilidad son fundamentales para poder dar a conocer la obra en nuevos mercados. Sin embargo, esto se podría dar a través de la exhibición y/o comercialización de la obra en otros mercados. Pero el efecto es mayor, y así lo consideran los artistas, cuando hay de por medio una instancia de intercambio reflexivo a través de la producción. Esta es la razón por la cual los programas de residencia en todo el mundo se han vuelto tan importantes.

Pregunta: ¿Qué tipo de infraestructuras cree que hacen falta para el desarrollo artístico nacional? (puede indicar más de una alternativa)

- Infraestructura de comercialización
- Infraestructura de comunicación y debate
- Infraestructura para conferencias
- Infraestructura de creación
- Infraestructura de exhibición
- Infraestructura de producción

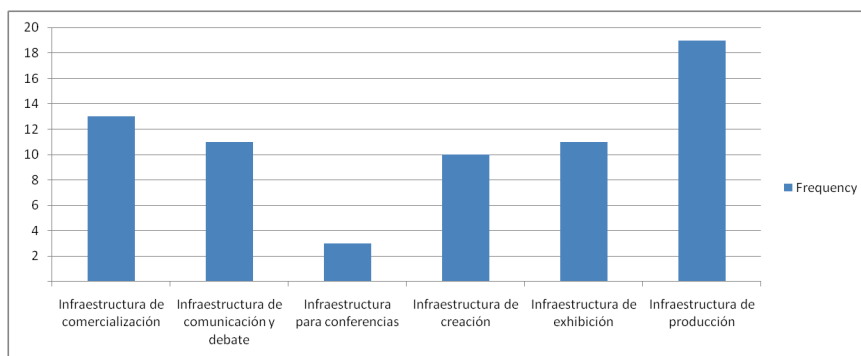


Figura 3.19: Infraestructura necesaria para el desarrollo artístico nacional
Fuente: Elaboración propia

La figura 3.19 es clara en la importancia que el colectivo le asigna a desarrollar un proyecto como el que se plantea en Chile. Interpretando los datos se puede llegar a la conclusión que otras plataformas están bastante cubiertas. Sin embargo el colectivo necesita contar con más soportes para el desarrollo de la producción y para la comercialización. Proyectos con espacios de producción como el que plantea el proyecto no existen en Chile. Quizás existen algunas iniciativas independientes y más pequeñas que trabajan con pocas de las variables que se plantean en este proyecto. En lo referido a la infraestructura para la comercialización, aunque existen galerías en Chile, se cree que un factor importante que ha incidido en la respuesta de los artistas es la ineficiencia en las políticas de adquisición de obra. Chile es un país que a niveles culturales ha crecido bastante en los últimos años, sin embargo el coleccionismo es bastante clásico y no existen políticas de adquisición fuertes para las instituciones públicas.

Pregunta: Señale qué característica debería contemplar el centro, además de ser un espacio de producción artística.

- Ser un punto de encuentro de artistas
- Ser un lugar de debate y reflexión
- Ser una plataforma de difusión
- Trabajar con instituciones internacionales

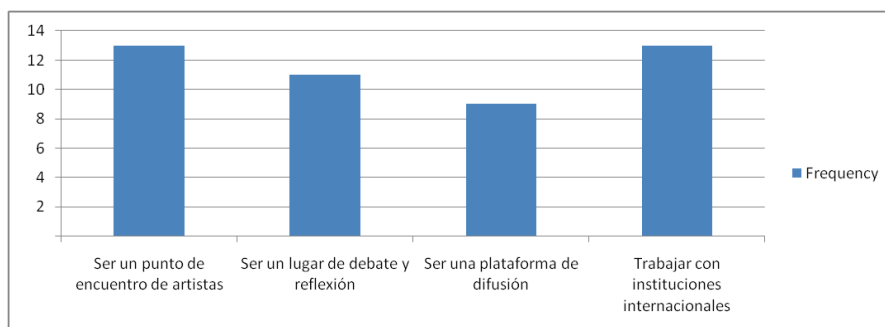


Figura 3.20: Características que debería presentar un centro de producción
Fuente: Elaboración propia

La figura 3.20 afirma nuevamente la importancia que se le asigna a establecer contacto con organizaciones extranjeras. Según los artistas un centro de producción debiera ser un puente de encuentro. Debiera crear instancias de reflexión y estimular el debate entre creadores. Para los artistas es muy importante el comentario crítico que los pares pueden entregar sobre la producción y el desarrollo conceptual de la obra. Además es importante el acceso a otras redes externas y de aquí la necesidad de establecer contacto con organizaciones extranjeras.

Finalmente si hacemos una lectura de las respuestas entregadas por los artistas, que están dispuestos a pagar por los servicios, podemos llegar a conclusiones importantes. El hecho que haya un porcentaje claro que está dispuesto a pagar afirma que los artistas por mucho que busquen y requieran alternativas más económicas para la producción, no consideran que su producción debiera ser completamente subvencionada. Se trata de un colectivo que obviamente requiere de subvenciones y ayudas, pero que comprende que existen costes que hay que pagar.

También podemos concluir que los artistas demandan soportes que los ayuden en relación a la producción. Plataformas destinadas a la producción que contengan un concepto amplio y profesional de la producción artística. Más allá de soportes y equipos especializados un concepto que entregue ayudas generales, servicios y conectividad. Determinante es entender que el 100% contestó que es importante contar con un espacio de estas características. Esto quiere decir que un espacio así se vuelve complementario a otros tipos de soportes, genera

una imagen positiva en relación al campo interno nacional ya que significa un espacio para artistas y para el desarrollo de redes y potenciales proyectos.

En cuanto a los soportes especializados principalmente se demanda soportes para el desarrollo de imagen fija y en movimiento digital, seguido muy posteriormente de espacios para fotografía análoga y grabado. Estas respuestas van a determinar el modelo que se desarrolla en el siguiente proyecto.

Además es interesante observar la necesidad que los artistas le asignan a la conectividad con el extranjero. Por esto muy importante es considerar el desarrollo de redes de trabajo para crear instancias de intercambio y becas de movilidad.

Por último, también es fundamental que este espacio se convierta en un punto de encuentro. Más que un simple espacio de trabajo y producción, es necesario crear los espacios e instancias para potenciar el intercambio de ideas, el debate y reflexión en torno a la creación y a la producción artística.

3.3 referentes en otros contextos: análisis de modelos de gestión

Este capítulo es un acercamiento a los referentes del modelo de gestión propuesto que se encuentran operando. El objetivo describir cuáles son las características que los definen, cuáles son las dinámicas de trabajo que se aprecian al interior de estos espacios y finalmente profundizar en algunos ejemplos de Cataluña.

Espacios de creación y producción artística

Los espacios destinados a la creación y producción se hacen conocer por el nombre de "Fabricas de Creación", debido a como fueron constituidos en sus orígenes.

La dinámica de las fábricas de arte empieza a cobrar fuerza durante los años 70. Correspondieron a iniciativas realizadas por colectivos que buscaban posicionarse desde otra esfera cultural, distinta al sistema impuesto por las políticas de estado y por los mercados. Responde a la carencia con que se topan estos colectivos en el sistema tradicional. Se trata de un grupo que no encuentra en la oferta un modelo con el cual se sienta identificado.

La instalación de este tipo de espacios se asocia a un desafío social que establecen estos colectivos. Significa un quiebre con los estándares oficiales de difusión cultural. Lo que buscaban las fábricas de creación durante este periodo fue convertirse en una opción que presentara mayores libertades en sus formatos de forma de poder hacer convivir diversas manifestaciones y gustos artísticos. Así mismo establecen una manera distinta de convivir desde la creación. Los aspectos comunicativos que se establecen entre si al interior de la construcción de estos modelos significan una reflexión otra en torno a la creación.

El mayor problema que presentaron estos colectivos fue contar con un espacio físico que funcionara desde la legalidad. En general no existía un apoyo municipal para ceder espacios de trabajo. Por esta razón en muchos casos se trata de espacios comerciales o industriales que fueron ocupados ilícitamente por estos colectivos.

De esta forma uno de los objetivos importantes fue obtener el reconocimiento de las gestiones realizadas. El presentarse como grupos importantes que presentan una opción cultural distinta, marcada por iniciativas de participación y que merecen el reconocimiento externo. Este reconocimiento, a niveles de la administración pública, significa optar a ayudas de financiamiento y obtener acuerdos legales en relación a la ocupación de los espacios físicos.

Hoy en día a más de treinta años de los inicios de este tipo de proyectos culturales el formato aún sigue funcionando, pero en la mayoría de los casos con una clara institucionalización de la gestión. Iniciativas de esta índole se encuentran en toda Europa y el resto del mundo. Son

variados los formatos adoptados que difieren bastante entre unos y otros, sin embargo la mayoría se constituyen como espacios culturales autónomos.

Muchos de estos espacios corresponden a antiguos edificios o espacios industriales que han sido recuperados y rehabilitados con un fin cultural. En las grandes ciudades europeas no es fácil encontrar espacios de trabajo idóneos considerando la demanda habitacional existente, el valor del alquiler y sobre todo el tamaño de los espacios que se requieren para la producción artística. Por esto una de las razones de esta rehabilitación es utilizar estructuras existentes que por sus grandes dimensiones sirvan para la creación y producción de actividad artística.

Lo que tienen en común todos estos espacios es que han centrado su función a la creación y producción. Aunque los modelos pueden presentar diferencias de tamaño, gestión o financiamiento, la mayoría trabaja desde la multidisciplinaridad dando cabida a diferentes manifestaciones artísticas, fomentando la experimentación y participación. Significa un compromiso con la creación y con las diversas tendencias existentes.

Existen muchos espacios que trabajan haciendo confluir distintos sectores artísticos. Otros que se centran en algunos más que otros. Lo cierto es que encontramos que la creación y producción ha sido considerada importante por todos los sectores, por los procesos que significa. La música, la danza, las artes visuales, el teatro, etc., todos estos sectores entregan importancia a los procesos creativos destinándole bastante tiempo para lograr un desarrollo óptimo de productividad y calidad.

El proceso de la producción artística está dado por todo lo que considera llevar a materializar una idea, es por esto que este tipo de espacios entregan los recursos para el desarrollo de este proceso sumando la fase previa de creación que supone investigación y experimentación. Un centro de producción es mucho más que una asistencia técnica, reúne estados que trascienden a esferas de reflexión.

El diseño que cada uno de los proyectos adopta, como hemos explicado anteriormente, puede ser bastante diferente de uno a otro centro. En gran medida esto depende de los objetivos que la iniciativa presenta y por supuesto de los recursos con que se cuenta para implementar el proyecto. Los equipamientos pueden ser super variables, desde espacios exclusivamente destinados a los creadores, como espacios que ofrecen una abertura al público. Desde espacios destinados a la creación, talleres especializados, laboratorios multimedia, platós, espacios para residencias, salas de reuniones, salas de exposición o exhibición hasta espacios públicos como cafés, restaurantes o bares.

En relación a la construcción ideológica de la organización y, por lo tanto, al sistema jurídico y de gestión propuestos para este tipo de centros también encontramos diferencias. La mayoría se construyen como asociaciones autónomas de los sistemas culturales institucionales. Sin embargo la mayoría de los espacios necesitan de una fuerte subvención de las administraciones, lo cual puede influir en sus modelos de gestión. Ahora bien cada vez es más común ver de este tipo de espacios que dependen de una planificación cultural pública. Esto responde a la necesidad que los diversos grupos profesionales demandan. Además son proyectos dinamizadores en términos creativos y participativos, en los cuales se establecen instancias de reflexión importantes y permiten la generación de un buen producto artístico. Considerando que muchas veces la producción artística entrega valor simbólico a la imagen país, es considerable para muchas administraciones invertir en el desarrollo de esta producción y fomentar la creación.

Por último en relación a este tipo de organizaciones cabe destacar la importancia que se le asigna el trabajo en red con otras instituciones similares. Estas redes se constituyen en plataformas de apoyo entre espacios fomentando el intercambio cultural y el encuentro social. Varios espacios presentan programas de intercambio con otros espacios o programas de residencias para artistas extranjeros. Además de permitir construir un lenguaje en común significan mecanismos importantes para la internacionalización de los creadores.

El trabajo en red

La figura del artista, como se ha revisado anteriormente, se caracteriza por separarse en algunos aspectos de otros colectivos profesionales. Existen varias características que lo determinan como tal y lo diferencian del resto.

Como se especificó con anterioridad, desde los aspectos profesionales las carreras artísticas presentan un nivel de incertidumbre alto en relación a su potencial laboral. Se vuelve complicado lograr la profesionalización completa, entendiendo profesionalización como la independencia dada por auto sustentación económica desde la propia actividad. En los casos que no se aplica la completa auto sustentación es necesario recurrir a otras actividad laborales. Para un artista que no logra vivir de la producción de su propia obra es necesario buscar otros mecanismos de ingresos. Generalmente se trata de empleos secundarios que restan tiempo a la producción, pero entregan recursos para el vivir o incluso para invertirlos en la producción de obra.

La situación económica de cada artista generalmente no es del todo favorable y, como ya nombramos anteriormente, muy incierta. Las condiciones para lograr una correcta productibilidad también pueden ser adversas. Sobre todo si se considera los altos gastos que pueden estar implícitos en la producción de obra. En determinados casos son las instituciones culturales que adoptan proyectos expositivos, las que absorben los costos de producción. Sin embargo en muchos casos esta ayuda financiera no existe y es el mismo artista quien tiene que financiar su obra. Por otro lado las subvenciones también pueden ser escasas.

En general son pocos los artistas que conforman colectivos artísticos. Un colectivo artístico se considera desde la generación de obra en conjunto. Generalmente los colectivos firman como colectivos y la personalidad individual de cada artista desaparece. Sin embargo en general la producción artística se caracteriza por considerar un proceso individual de creación que contempla la problematización de una temática particular por parte del creador.

Aunque parezca contradictorio en este proceso individual es muy importante el tipo de relaciones que se establecen con otros artistas. El intercambio reflexivo en general es considerado como un mecanismo que ayuda a clarificar los conceptos en torno a una idea. Por esto el trabajo de taller siempre ha sido considerado importante en el proceso creativo. Pero más allá de lo conceptual existen otras instancias en las cuales la relación entre artistas se vuelve importante como lo es un interés común, una sinergia para lograr objetivos específicos, una forma de legitimización o simplemente una forma de ahorrar en recursos.

Ahora bien más allá de las relaciones establecidas entre los propios artistas, o de los artistas con los agentes mediadores (capítulo 2), también es importante las relaciones que se pueden establecer entre organizaciones. Aquí entramos en materia propiamente referida a los centros de producción y la importancia de funcionamiento en red.

Pues bien primero que nada un centro de producción se vuelve una red en si misma en la medida que reúne a un conjunto de creadores quienes conviven conformando un conjunto.

Ahora bien es importante observar como este tipo de espacios ha privilegiado la construcción de relaciones con equipamientos similares. El estar en contacto con otros centros potencia e incrementa la significancia de estos espacios. Pues la expansión supone mayores posibilidades de intercambio, lo cual es un factor valorado por el colectivo de artistas. La creación de redes supone una abertura a otros espacios, a otros artistas, a otros circuitos y a otros mercados.

El establecer este tipo de relaciones, como explicamos, supone una abertura que en muchos casos puede significar también la forma de acercarse a los centros. Geográficamente existen lugares que se encuentran muy alejados de los centros artísticos importantes y para ellos un mecanismo de insertarse en un circuito internacional es promover la movilización de sus artistas y agentes. La movilización que se puede llegar a producir a través de la creación de estas relaciones, también consideran un aumento de la valorización, tanto de las obras como de los espacios, pues según la importancia se genera mayor grado de reconocimiento.

Finalmente las creaciones de redes pretenden convertirse en un mecanismo de colaboración entre espacios que persiguen una línea común para facilitar y optimizar recursos.

Un ejemplo claro de esto lo constituye la Red de Espacios de Producción de Artes Visuales de Catalunya: <http://www.xarxaprod.cat/>. Es una plataforma que reúne información sobre numerosos espacios que trabajan en materia de producción artística en el área de las artes visuales.

Otro ejemplo local es el Programa de Intercambios Internacionales creado por Hangar. Hangar a través de proyectos en colaboración con otros centros de producción ubicados en todo el mundo, ofrece intercambios para realizar residencias en otros centros especializados proporcionando la movilidad a los creadores. Este tipo de programas fomentan el debate, la reflexión y favorece el trabajo creativo.

Algunos ejemplos

Como se explicó en el capítulo 1, la metodología utilizada tuvo como elementos importantes para la captación de datos objetivos la formulación y distribución de dos encuestas. Una de ellas destinada a espacios de producción, espacios que pudiesen entregar información valiosa para la generación del modelo de gestión, referida a cómo se construyen estos espacios y cuáles son las dificultades que presentan.

Además de las encuestas se realizaron visitas a espacios de creación y producción en Catalunya, como complemento a las encuestas para la obtención de datos. Se visitaron dos espacios de los cuales se hace continuación un breve análisis. Estos son Hangar en Barcelona, y Roca Umbert en Granollers.

Hangar

<http://www.hangar.org/>

Hangar es un centro destinado a la producción e investigación artística que data del año 1997. La iniciativa fundada por la Asociación de Artistas Visuales de Catalunya se encuentra ubicada en el barrio del Poblenou en la ciudad de Barcelona ocupando un edificio industrial rehabilitado de 1800 m².

Hangar ofrece una diversidad de servicios destinados a satisfacer las necesidades presentes en la producción artística contemporánea. Estos servicios van desde el alquiler de espacios hasta asesoramiento de producción, alquiler de equipos, programas de talleres de formación y un programa de intercambio con becas de producción.

Es importante en la gestión de Hangar el desarrollo de redes que se ha logrado con instituciones internacionales. A través de este mecanismo Hangar ha desarrollado un interesante programa de intercambio. Así mismo los programas de becas para contar con artistas extranjeros en residencia.

Para desarrollar todos los servicios que el proyecto ofrece, Hangar cuenta con una infraestructura de 15 talleres individuales, un medialab, 2 platós, entre otros espacios.

Organización y gestión

En su estructura jurídica Hangar es una organización privada desarrollada por la Asociación de Artistas Visuales de Catalunya, pero con criterios públicos y vacación de servicio. Se trata de una fundación privada de la Asociación de Artistas. Por lo tanto cuenta con un patronato y un equipo técnico contratado por el patronato.

En su estructura organizativa el equipo técnico es aquel que desarrollan las actividades cotidianas de la institución. Este equipo está conformado por 13 profesionales que se encargan de la gestión y administración del espacio. Además se cuenta con una comisión de programas,

conformada por 5 personas y que tiene por finalidad la dirección artística del centro. Este grupo selecciona los artistas y proyectos que convoca el proyecto.

Por último como fundación privada Hangar tiene un sistema mixto de financiamiento. El proyecto recibe anualmente aportaciones de diversos órganos administrativos. Estos son:

- Generalitat de Catalunya
- Ajuntament de Barcelona
- Ministerio de Cultura
- Diputació de Barcelona
- Fundació Banc de Sabadell

Estas aportaciones ayudan al desarrollo de la gestión del espacio entregando un servicio fuertemente subvencionado y por lo tanto a precios bastante asequible.

Roca Umbert Fàbrica de les Arts

<http://www.rocaumbert.cat/>

Roca Umbert es un proyecto cultural bastante nuevo enfocado a la producción, formación y difusión de la creación artística que se encuentra ubicado en el centro de la ciudad de Granollers. Iniciativa del Ayuntamiento de Granollers, el espacio está emplazado en el recinto fabril de 20.000 m², que correspondía a una antigua fabrica textil.

Granollers es una ciudad catalana, capital de la comarca del Vallès Oriental, que cuenta con una población aproximada de 60.000 habitantes. A niveles territoriales la creación de Roca Umbert tiene como finalidad entregar dinamismo territorial, a través del fomento a la producción cultural.

El proyecto se puso en marcha con la habilitación de equipamientos para el trabajo creativo de diversos sectores artísticos. La idea es que Roca Umbert se transforme en un espacio multidisciplinar donde convivan profesionales de diversos sectores culturales, buscando un intercambio interdisciplinario que fomente la creatividad y el desarrollo de un pensamiento reflexivo. Roca Umbert es un espacio donde se conjugan los aspectos mas actuales de la creación, como lo son la experimentación y la producción.

El proyecto funciona como un proyecto común en el que conviven diferentes proyectos con identidades y personalidades propias. Por más que esto entrega autonomía a cada una de las entidades que conforman el proyecto global, la idea común es convivir compartiendo recursos y fomentar así la colaboración. Roca Umbert se plantea como un barrio de las artes integrado al resto de la ciudad, el cual funciona desde una capacidad de trabajo en colaboración y en coproducción.

El proyecto también considera un plan urbanístico. Se trata de la abertura y urbanización de espacios para la creación, junto a la construcción de espacios público como plazas y un estacionamiento subterráneo como mecanismo de explotación financiera.

La construcción de la fábrica Roca Umbert en Granollers data del año 1904

Organización y gestión

La estructura organizativa de Roca Umbert es bastante compleja. Hay que diferenciar en este sentido que nos referimos como organización a la estructura que lleva la coordinación global del proyecto, ya que cada uno de los equipamientos tiene una personalidad propia, por lo tanto, no entran dentro de la estructura de Roca Umbert.

Como proyecto Roca Umbert es público de liderazgo municipal, en el que participan además otras administraciones como la Generalitat y la Diputación de Barcelona. Esta participación es creciente y, a niveles económicos, necesaria para finalizar la construcción de todos los equipamientos que contempla el proyecto.

La estructura organizativa que coordina el proyecto está comprendida por dos Comisiones. Estas son la Comisión Especial de Seguimiento y la Comité Impulsor, en las que participan personajes municipales y la coordinadora del proyecto. Estas comisiones tienen por objetivo impulsar el desarrollo del proyecto y guiar a la coordinación respectivamente.

En cuanto al personal que trabaja en la Oficina de Coordinación del proyecto, corresponde a un equipo reducido de personas, son sólo cinco personas y se encuentran inscritas en el organigrama municipal dentro del área de Cultura.

La gestión de cada equipamiento recae en el grupo de personalidad propia que lo maneja. Por esta razón la oficina de coordinación resuelve la gestión global del proyecto y el desarrollo del plan director. Es decir por un lado la coordinación general relacionada a programación, comunicación, logística, movilidad y mantenimiento; y por el otro lado la gestión y administración de fondos para completar el proyecto y su función en el marco cultural del país.

La Oficina de Coordinación plantea un trabajo en relación al proyecto en su globalidad e intenta pautar los criterios de convivencia. Para desarrollar acciones conjuntas y gestionar el funcionamiento global de Roca Umbert, se ha creado el Consejo Técnico, formado por los responsables de cada uno de los equipamientos que hay en funcionamiento.

Según lo observado una de las complejidades mayores es poder entregar una unidad al proyecto cuando las gestiones de cada uno de los equipamientos es autónoma. Esto es importante ya que las estrategias que toma la Oficina de Coordinación serán fundamentales para que el proyecto se desarrolle con coherencia.

Encuesta espacios

Considerablemente más complejas resultaron las encuestas distribuidas a espacios. Muchos de estos justificaron el no poder contestar la encuesta debido a la confidencialidad de los datos o por estar gran parte de estos publicados. Sobre un total de 66 encuestas distribuidas sólo se recibió respuesta de seis ubicados en España, Francia y Alemania.

Sin embargo con las pocas respuestas obtenidas se puede realizar una aproximación a los contenidos y estructuras de los espacios.

La encuesta se centró en obtener información concreta sobre el modelo de gestión desarrollado y sobre la eficacia de ésta. Además se considero ahondar en las dificultades que ha presentado la gestión en el tiempo, de manera de poder anteponerse a posibles problemas.

La mayor parte de los espacios poseen una personalidad jurídica de derecho privado. Sólo uno de los espacios corresponde a un equipamiento municipal. La mayor parte cuenta con financiamiento mixto. Uno es público, otra es completamente privado y los cuatro restantes mixtos. De estos cuatro en tres casos es mayoritario el aporte privado y sólo en uno es el financiamiento es principalmente público.

En relación a los presupuestos y a las superficies las respuestas también son bastante disímiles entre los espacios. Esto demuestra que existen distintos modelos de gestión, muy variados entre si y que principalmente dependen de las dimensiones de cada proyecto. Obviamente mientras mayor el proyecto mayor el presupuesto y mayor la superficie. Así también influye la complejidad y especificación del proyecto.

En las siguientes figuras se puede observar algunas tendencias en relación al equipamiento y a los servicios que ofrecen estos espacios.

Pregunta: Servicios que ofrecen a artistas

- Alquiler de talleres para la producción
- Asesorías de comunicación y marketing para artistas
- Asesoramiento para desarrollo de proyectos artísticos
- Asesoramiento jurídico
- Asesoría a la producción
- Cursos de formación
- Espacio de exhibición
- Servicio de contacto con galerías y otros espacios expositivos
- Programa de artistas en residencia
- Programa de intercambio con otros centros internacionales
- Otro (indique cuál)

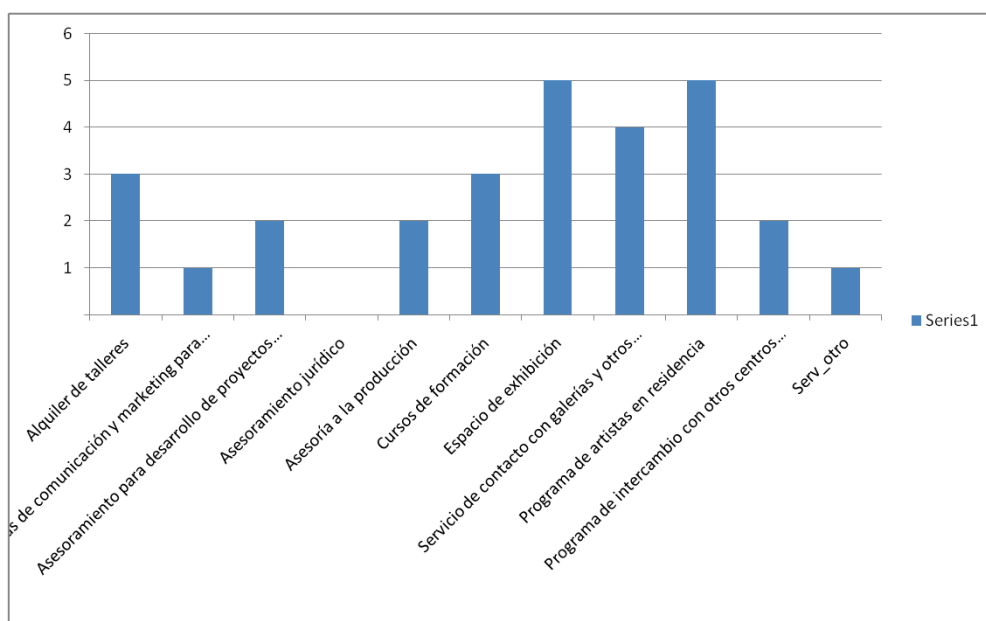


Figura 3.21: Servicios que ofrecen otros centros
Fuente: Elaboración propia

Como observamos en la encuesta de artistas el colectivo le asigna gran importancia a el intercambio e instancias de movilidad, es decir a programas de residencia. Esta demanda se afirma en la figura 3.21, ya que la mayor oferta de los espacios esta relacionada a este ámbito. De esta figura es interesante desprender la idea que estos espacios también cuentan por lo general con un espacio de exhibición. Es interesante, ya que los objetivos generales de estas organizaciones no está relacionada en su mayoría con la exhibición, sin embargo existen como complemento a la producción.

Pregunta: Tipo de espacios que posee

- Talleres
- Salas de exposiciones
- Sala de conferencias
- Auditorio
- Café
- Tienda
- Otro (indique cuál)

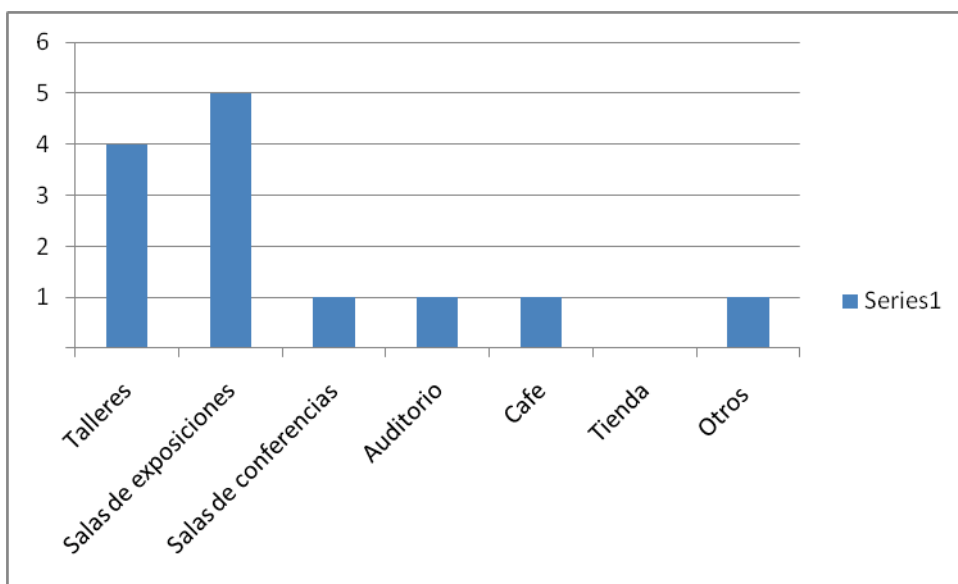


Figura 3.22: Tipo de espacios que poseen otros centros
Fuente: Elaboración propia

Esta figura es complementaria y afirma a la figura 3.21. Aunque la pregunta anterior hacía referencia a los servicios y esta a la distribución espacial, lo importante es desprender como conclusión que la mayoría de los espacios posee un espacio de exhibición.

Pregunta: Equipamiento técnico

- Taller de pintura
- Taller de escultura
- Taller de grabado y/o serigrafía
- Equipos de fotografía
- Laboratorio de fotografía analógica
- Laboratorio de fotografía digital
- Equipamiento de grabación de imagen
- Laboratorio de edición / postproducción de imagen
- Estudio de grabación de sonido
- Estudio de edición / postproducción de sonido
- Otro (indique cuál)

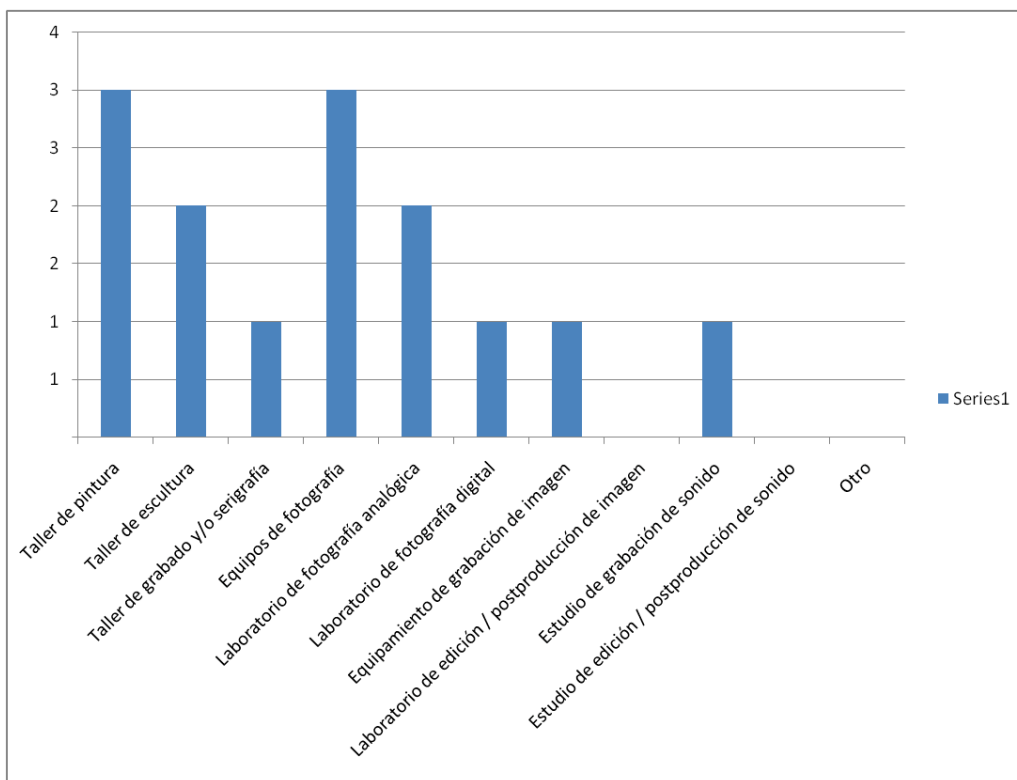


Figura 3.23: Equipamiento técnico que poseen otros centros
Fuente: Elaboración propia

De los espacios que contestaron la encuesta, la tendencia está enfocada a las técnicas de la pintura y la fotografía según la figura 3.23. Esto no necesariamente responde a las mismas necesidades que plantea el colectivo chileno, sin embargo es interesante la fuerza que tiene la pintura en los espacios encuestados. Es importante entender que las tendencias pueden variar mucho de un país a otro respecto a las formas de producción. Aquí es importante recordar el papel que juegan las plataformas educacionales. Si se recuerda, Chile se caracteriza por contar con un gran número de escuelas de arte donde la enseñanza gira en torno a la conceptualización de la obra. Este hecho puede ayudar al desplazamiento de las técnicas tradicionales que se observa en los datos obtenidos, privilegiando la entrada a nuevos medios de producción.

Pregunta: Principales dificultades que presenta la gestión del Centro (puede indicar más de una alternativa)

- Falta de financiamiento para cubrir el presupuesto
- Gasto de personal demasiado alto
- Gasto de operación demasiado alto
- Gasto de manutención
- Falta de subvenciones
- Participación insuficiente de la empresa privada
- Estructura organizativa poco clara
- Desarrollo de la gestión poco eficiente
- Falta de desarrollo de identidad propia, visibilidad
- Falta de comunicación, marketing
- Poca relación con los artistas
- Poca relación con otras instituciones
- Otra (indique cuál)

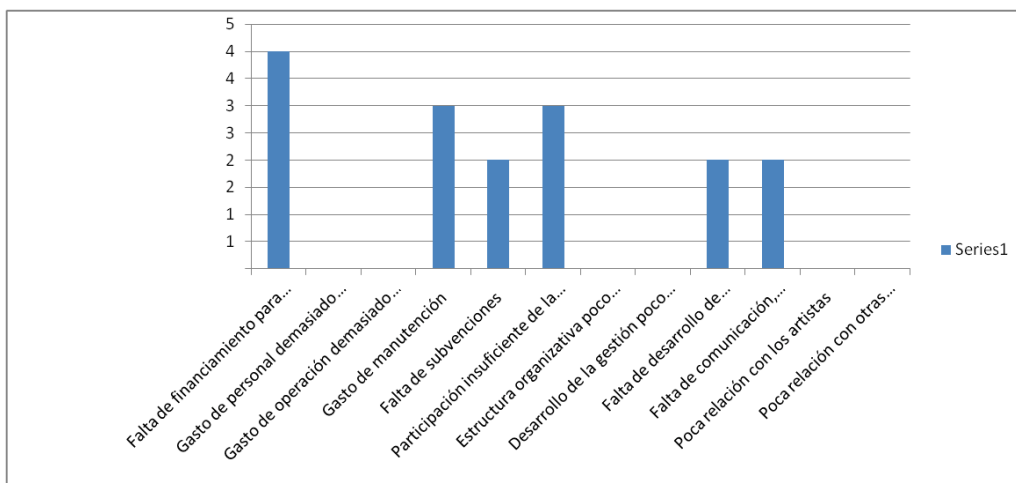


Figura 3.24: Principales dificultades que presentan otros centros
Fuente: Elaboración propia

La figura 3.24 entrega datos bastante importantes, ya que determinar cuáles son las dificultades de los espacios, resulta transversal a la especialización que se adopte. En este sentido se observa que el financiamiento es lo más difícil para este tipo de organizaciones. Este hecho es fundamental de tenerlo en cuenta, considerando que el contexto en que se emplaza el proyecto se caracteriza por contar con menos ayudas públicas que el contexto en que se emplazan los espacios encuestados. El financiamiento puede transformarse en la principal dificultad para llevar a cabo el proyecto de un centro de producción en Chile.

Otros datos recogidos de la encuesta realizada a los espacios, corresponde a respuestas descriptivas. Estas constituyen un material rico en información diversa y transversal a cada espacio. Algunas de las respuestas obtenidas son:

Pregunta: ¿Cuáles son los objetivos y principales líneas de acción del centro?

Triangle: Exhibition of contemporary art and to promote young artists

BÒLIT, Centre d art contemporani, Girona: Desarrollar programas de investigación, producción y exhibición de proyectos artísticos contemporáneos.

CACIS Centre d art contemporani i sostenibilitat del Forn de la Calc: Desarrollar trabajos de pensamiento y actuaciones de relación entre arte, ecología, ciencia y sostenibilidad al tiempo que se mantienen y mejoran las estructuras de los antiguos hornos de cal.

Cite internationale des Arts: To welcome resident artists from all over the world in every discipline, conditions conducive to developing the expression of their talent and creating exchanges with the French art scene. To these ends, the Cite des Arts make all its facilities available.

GlogauAIR: Crear una plataforma de producción para artistas de origen internacional en residencia en Berlín. Crear mecanismos de difusión de arte contemporáneo hecho en Berlín en forma de exposiciones, festivales y muestras.

Pregunta: ¿Cuáles son los puntos fuertes de su organización? ¿Cuál es el valor que aportan respecto a otros centros y qué los diferencia?

Association Triangle France: Exhibition of contemporary art and to promote young artists

BÒLIT, Centre d art contemporani, Girona: El Centro actúa como aglutinante y núcleo catalizador de las iniciativas y programas llevados a término en las comarcas de Girona, buscando la colaboración y el intercambio de proyectos.

CACIS Centre d art contemporani i sostenibilitat del Forn de la Calc: Arte, ecología y sostenibilidad. Situación en entorno natural poco humanizado. Elementos preindustriales (el

conjunto de hornos de cal esta considerado como unos de los 150 elementos de patrimonio industrial mas importantes de Catalunya. Entorno geológico. Estructuras bioclimáticas.

Cite internationale des Arts: The Cite des Arts manages 315 studio-flats for resident artists, and each year it is home to some 800 or 900 artists. The strengths points are :

- the localization in Paris (283 flats in the Marais + 32 on the Montmartre butte
- the service fees charged to resident artists are modest.

GlogauAIR: La ubicación geográfica (Kreuzberg-Berlin), el encanto del edificio, la convivencia de artistas internacionales, la participación en el programa del centro.

Pregunta: ¿Cuáles cree son las razones de que existan las dificultades anteriormente señaladas?

Association Triangle France: Through lack of money

BÒLIT, Centre d art contemporani, Girona: Coyuntura económica y falta de apoyos privados
CACIS Centre d art contemporani i sostenibilitat del Forn de la Calc: Juventud del centro. Y especialmente que en general se concentran las ayudas y subvenciones en elementos urbanos.

Cite internationale des Arts: the size of the building + modest participation of the City of Paris

GlogauAIR: Es difícil conseguir ayudas económicas en Berlín ya que hay mucha competencia de proyectos parecidos y la ciudad goza de poco capital.

Pregunta: ¿Qué aconsejaría tener en cuenta como ejes principales para la creación de un centro de producción artística?

BÒLIT, Centre d art contemporani, Girona: Contacto con el contexto, investigación, creación de redes, trabajos en proceso, implicación de la ciudadanía, etc...

CACIS Centre d art contemporani i sostenibilitat del Forn de la Calc: Programa claro y valores de referencia. Implicación social

Cite internationale des Arts: none

GlogauAIR: la parte económica, la energía y el positivismo

Pregunta: ¿Cuál considera usted es la importancia de contar con este tipo de organizaciones?

CACIS Centre d art contemporani i sostenibilitat del Forn de la Calc: Si están bien definidos y con una línea de trabajo clara pueden ser referencias y bases de apoyo para el desarrollo de trabajos artísticos con valor social.

Cite internationale des Arts: Highly important

GlogauAIR: Se adaptan a la estructura económica del sector cultural en nuestro sistema actual, donde los artistas se financian con ayudas públicas para la producción de proyectos concretos. La producción y el proceso tienen mas relevancia que un resultado o obra física final.⁴⁶

De la encuesta realizada se pueden obtener varias conclusiones. Según las primeras preguntas, referidas a la descripción formal y a la organización de los diversos centros, se puede afirmar que los datos demuestran que los espacios pueden tener diversas especificaciones técnicas y diferentes modelos de gestión. Estas especificaciones técnicas dependen de las necesidades que presenta el colectivo local y responden a los objetivos de cada organización. En aspectos físicos resulta curioso que la mayoría cuenta con espacio de exhibición. Es decir, también es importante poder difundir lo que se realiza en el interior a un público observante.

Otro elemento importante de analizar es la importancia que se le asigna a los programas de residencia de artistas como mecanismo de intercambio y dinamización. Este hecho es relevante ya que es una tendencia que se observa y que concuerda con la importancia que le

⁴⁶ Se mantuvieron los idiomas originales en que se recibieron las respuestas para transmitirlos de forma inequívoca.

asigna el colectivo de artistas. Como ya se ha explicado anteriormente a niveles de experiencia las residencias significan un intercambio referido a los conceptos y sistemas de producción. Significa poder conocer dinámicas externas y muchas veces muy distintas a las que un artista encuentra en su entorno cercano. Por otro lado a niveles de dinamización las residencias son parte de una estrategia para poder entrar a nuevos circuitos y mercados del arte. Muchas veces dependiendo del lugar pueden tener un objetivo social o puede significar la internacionalización de un artista.

Con respecto a las respuestas descriptivas podemos obtener conclusiones importantes que nos entregan parámetros más globales y referidos a la gestión propiamente tal. Algunas de estas conclusiones son:

- Los modelos son variados y dependen de los objetivos de cada espacio. Estas diferencias se dan en relación a las especialidades que adopta cada espacio, a los modelos de gestión que los determinan, a la estructura organizacional de cada uno y por supuesto a las dimensiones de cada proyecto.
- Importante para el correcto desarrollo e imagen del espacio es la coherencia y fuerza del proyecto. Esto no tan sólo responde a un factor profesional en sentido de cumplir los objetivos y obtener un reconocimiento, si no que también es fundamental a la hora de poder obtener ayudas de financiamiento y encontrar socios para el proyecto.
- Es importante según su ubicación geográfica los objetivos territoriales que se desarrollan. Claramente para algunos proyectos dependiendo de donde se localicen esta idea puede ser determinante. Sin embargo considerando la importancia del desarrollo de los proyectos culturales en relación al beneficio social que pueden producir, es importante que cada proyecto desarrolle una estrategia territorial. Significa el retorno inmediato con el entorno cercano.
- El financiamiento es uno de los grandes problemas de este tipo de organizaciones, de ahí la importancia en crear modelos de gestión eficientes y coherentes. Es importante prever los gastos que el proyecto contempla de forma de poder hacer un plan de financiamiento real.
- Es importante el estudio del entorno y del mercado con la finalidad de establecer estrategias que faciliten la ejecución del modelo de gestión creado. Determinar con exactitud el mercado en que se va a actuar y como funciona este.

Los datos obtenidos de esta encuesta tienen que ser complementados con la información rescatada de los espacios visitados y con la información obtenida de las páginas web de otras organizaciones que no respondieron a la encuesta (esta última información complementaria se encuentra en el anexo # 1).

De esta forma el universo de proyectos similares aumenta circunstancialmente entregando más puntos de comparación respecto a modelos y tendencias.

Lo más importante es establecer que el universo de acción es bastante grande. Los modelos son bastante disímiles entre si y dependen exclusivamente de los objetivos y dimensiones que tenga cada proyecto. Es fundamental realizar un proyecto claro con ideas coherentes.

CAPITULO4_ análisis dafo y diagnóstico

En este capítulo se realiza un diagnóstico a partir de la interpretación de todas las aristas estudiadas y posteriormente un cuadro de posicionamiento que de cuenta de la situación en la que contextualiza el proyecto. Es importante enfatizar que el proyecto se plantea en el contexto chileno que presenta características distintas al español y que por lo tanto la interpretación de datos se realiza según un enfoque para este país.

4.1 análisis dafo

Este análisis dafo responde a la interpretación de todos los datos obtenidos y del contexto estudiado. La finalidad es definir cuales son las potencialidades del proyecto y cuales son los problemas a los cuales se puede enfrentar para encontrar posibles estrategias anticipadamente. Existen cuatro variables que a lo largo de esta investigación se han estudiado que son significantes a la hora de realizar el diagnóstico. En un principio hablamos del campo global de las artes visuales, las relaciones que se crean a su interior y su funcionamiento. En segundo lugar nos referimos al contexto cultural chileno y especialmente el de las artes visuales, incluyendo los agentes y espacios involucrados en el desarrollo del sector. En tercer lugar el estudio, a través de encuestas e entrevistas realizadas, de espacios similares al que se plantea en este proyecto. Referentes europeos, espacios de producción que funcionan en todo el mundo. Por último, también a través de encuestas, el testeo del potencial mercado al que se quiere optar, es decir las necesidades que presenta el colectivo de artistas visuales chilenos.

Oportunidades y Amenazas

Oportunidades

- O1 Desarrollo de la institucionalidad cultural. Políticas culturales de fomento y desarrollo
- O2 Crecimiento de la actividad cultural en Chile
- O3 Crecimiento del apoyo financiero estatal y privado en materia de cultura
- O4 Marco jurídico que fomenta la participación de la empresa privada en cultura. Ley de donaciones culturales
- O5 No existe otra organización similar en el contexto
- O6 La mayoría de los artistas encuestados creen necesario la existencia de una organización como la que se plantea
- O7 Los artistas chilenos presentan necesidades reales en su proceso de producción de obra
- O8 Se podría decir que existe un nicho en mercado que puede suponer el éxito del proyecto

		Probabilidad de éxito	
		alta	baja
ATRACTIVO	alta	O6 O7 O3 O5 O8 O4	O1 O2
	baja		

Figura 4.1: Cuadro oportunidades
Fuente: Elaboración propia

El contexto cultura chileno a cambiado bastante en los últimos años. La institucionalidad de las políticas culturales ha creado un clima benefactor para el desarrollo de la actividad cultural y de la apertura de nuevos espacios. El apoyo estatal ha crecido, existen más subvenciones y plataformas de fomento a la creación, producción y difusión. Además el marco jurídico establecido, a través de la Ley de Donaciones Culturales, ha sido importante para la implicancia de la empresa privada en materia de cultura. Todas estas son razones para que la actividad haya crecido en el tiempo y mejorado las condiciones del contexto. Por mucho que los proyectos culturales en un país como Chile sean difíciles de financiar y realizar, el contexto ha mejorado indiscutiblemente, constituyéndose hoy en día el sector cultural en un área en crecimiento.

Por otro lado en Santiago de Chile no existen espacios como el que se propone en este estudio. La falta de competencia directa hace que exista un nicho tangible en el mercado, transformándose en una oportunidad para realizar el proyecto. Así lo da cuenta la entrevista realizada a los artistas chilenos quienes afirman la importancia de contar con un espacio destinado a la producción artística y la falencia existente en el mercado para cubrir esta demanda.

Amenazas

A1 Bajos ingresos de los artistas

A2 Los problemas que tienen los artistas para financiar su producción

A3 Circuito pequeño, pueden ser pocos los consumidores

A4 Financiamiento, que los gastos de funcionamiento no se cubran con los servicios entregados

		Probabilidad de ocurrencia	
		alta	baja
IMPACTO	alta	A4 A1 A2	
	baja		A3

Figura 4.2: Cuadro amenazas

Fuente: Elaboración propia

La mayor amenaza que encontramos es que el colectivo de los artistas se caracteriza por ser un sector débil y con poca capacidad adquisitiva. Por lo general no se trata de un sector que tenga una realidad económica que les permita invertir demasiado. Aunque se trata de un sector bastante serio es necesario tener en cuenta que la gestión que se realice tiene que ser muy eficiente para que los servicios que se entreguen no sean más caros que los del mercado.

Otra amenaza posible es que los gastos del espacio no sean cubiertos con los servicios facturados. Importante en el modelo a presentar es considerar muy bien cuales son estos gastos y que estos no sean demasiado altos. Una buena solución es tener un equipo humano muy reducido pero de gran profesionalidad.

Fortalezas y Debilidades

Fortalezas

- F1 Ser la única organización con estas características
- F2 Desprendimiento de la institucionalidad de la cultura, mayor libertad
- F3 Modelo estudiado
- F4 Profesionalidad de los trabajadores
- F5 Conexiones internacionales

Debilidades

- D1 Alto riesgo
- D2 Alto costo de implementación, financiamiento
- D3 Dificultades para encontrar patrocinadores
- D4 Creación de imagen, visibilidad

Fortalezas / Debilidades (por área de función)

	valoración										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
A. Finan.							F3	D1		D2 D3	
A. Produ							F2			F1 F5	
A. Mkt						D4					
A. RRHH										F4	

Figura 4.3: Cuadro fortalezas y debilidades
Fuente: Elaboración propia

Existen varios puntos para considerar que el proyecto propuesto puede convertirse en un modelo de éxito. Existe todo un estudio metodológico que afirma la necesidad e importancia de este tipo de infraestructuras.

Bajo este punto de vista ser el único espacio en el contexto con este tipo de características es una fortaleza tremenda, ya que no existe competencia directa. Si pensamos por qué no existen otras organizaciones con estas características llegaremos a la conclusión que se debe a su alto valor de implementación y por otro lado que no son instituciones primordiales en las políticas culturales. Sin embargo con una buena gestión y un equipo profesional que garantice la calidad del servicio a entregar el proyecto puede funcionar.

Las grandes debilidades del proyecto son su alta valor de implementación y el riesgo implícito. Al tratarse de un producto nuevo en el contexto no se sabe como el proyecto va a responder frente a la demanda.

4.2 diagnóstico

Del estudio metodológico realizado se pueden afirmar las hipótesis planteadas sobre las dificultades que presenta la producción artística. En relación a esta etapa de la obra artística el principal problema que presentan los artistas es que no cuentan con los soportes que faciliten la producción. Aunque por lo general los costos de alquiler de espacios son bastante bajos en comparación a ciudades como Barcelona, el colectivo de artistas se caracteriza por no tener un soporte económico que le permita movilizarse demasiado. Es decir muchas veces no existen los recursos financieros para que la producción se realice de manera fácil y sin ataduras. Los costos de producción son muy elevados y muchas veces las obras se deben modificar y ajustar a los gastos.

Aunque por lo general todo el colectivo de artistas presenta problemas, los más afectados dentro del grupo corresponden al segmento más joven. Aquellos artistas recién egresados que están comenzando una carrera o que llevan pocos años trabajando en el circuito.

Las razones se centran en que en la mayoría de los casos este segmento no cuenta con un reconocimiento estable y por lo mismo sus obras no alcanzan valores significantes de venta. Son los más perjudicados ya que su obra es difícil de vender, es difícil de ser incluidos en exposiciones importantes y generalmente no tienen una segunda fuente laboral que les permita independizarse y producir tranquilamente.

Además de los altos costos que presenta la producción que se ve afectada por la condición económica incierta de los artistas, otro de los grandes problemas es que muchas veces no se encuentra un equipo técnico profesional especializado para desarrollar la obra. Generalmente las complicaciones técnicas que puede presentar la producción hay que solucionarlas a través de conocidos que trabajen en el sector.

Frente a este panorama un Centro de Producción puede convertirse en una buena solución y puede llegar a transformarse en un espacio viable. Según las encuestas realizadas la necesidad de contar con soportes que faciliten la producción es evidente en el colectivo de artistas visuales.

Finalmente el desarrollo de una institución de estas características fomenta la creación y producción. Muchos artistas agobiados por las dificultades existentes y las pocas opciones de financiarse a través de la propia producción terminan desistiendo de la carrera artística. Contar con una plataforma, que aunque no sea gratuita se transforme en un soporte auxiliar, sin lugar a dudas estimula la práctica cultural.

Árbol de Problemas

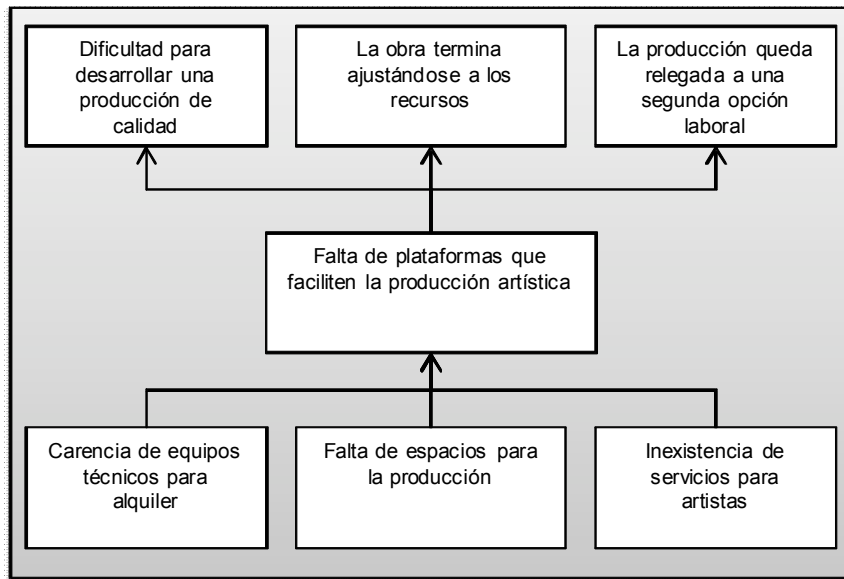


Figura 4.4: Árbol de problemas
Fuente: Elaboración propia

Árbol de Objetivos

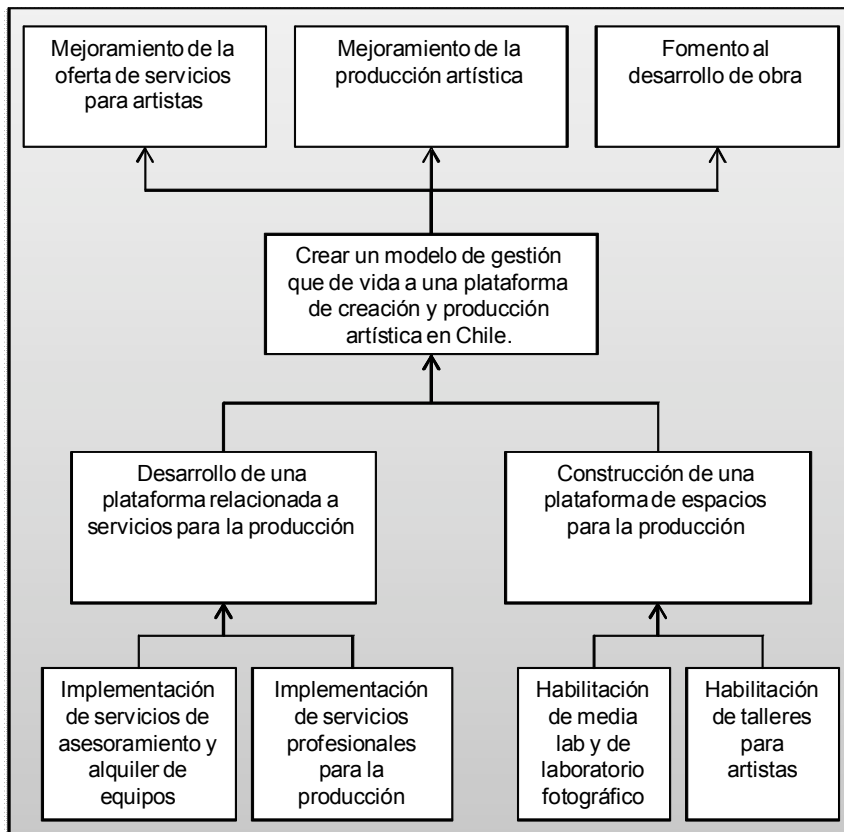


Figura 4.5: Árbol de objetivos
Fuente: Elaboración propia

CAPITULO5_ diseño del proyecto

A lo largo de la investigación realizada se ha recolectado y analizado información para el desarrollo del modelo de gestión que se presenta en el siguiente capítulo.

El capítulo se estructura a través de tres partes, que van desde lo general hasta los planes específicos del modelo de gestión que se plantea. De esta forma en la primera parte se especifican y fundamentan los objetivos del proyecto. La segunda parte describe los contenidos del proyecto. Finalmente la tercera especifica los planes específicos y las estrategias a utilizar en la estructuración del modelo.

5.1 objetivos y fundamentos

Este apartado considera lo más general del proyecto, es decir cuales son los objetivos de éste y cuales son los fundamentos para su desarrollo.

Objetivo general

Considerando los antecedentes entregados a través del estudio metodológico se puede determinar como objetivo general del proyecto lo siguiente:

Crear un modelo de gestión que de vida a una plataforma de creación y producción artística que responda las necesidades de los artistas y presente una viabilidad económica y financiera sostenibles en el tiempo.

Objetivos específicos

La idea de poder desarrollar el objetivo general se da a través del desarrollo de objetivos específicos que generan los parámetros de acción del centro de producción que se propone.

- fomento de la creación y producción artística, a través del asesoramiento especializado y la oferta de servicios
- facilitación de espacios y servicios a artistas plásticos para el desarrollo y producción de obra
- creación de una red relacionada a la creación y producción, a través de la vinculación a entidades extranjeras
- fomento del intercambio a partir del establecimiento de relaciones y programas de residencias
- creación de dinámicas para potenciar la reflexión en torno al arte

Fundamentos

El campo de las artes visuales se caracteriza por ser complejo por la cantidad de agentes e instituciones que lo conforman. Como se ha profundizado en los anteriores capítulos los diversos componentes actúan de diversas formas y cumplen distintas finalidades al interior del campo. También se definieron 4 etapas en el proceso que se refiere a las obras. La creación, producción, exhibición y comercialización de la obra. Es en estas etapas en donde los agentes e instituciones funcionan de una u otra forma.

Por otro lado se trata de un sector en constante transformación, tanto por sus componentes como las tendencias de la producción propiamente tal. En las últimas décadas los procesos productivos se han expandido abriéndose a nuevas formas y formatos, incluso en algunos

casos cruzando las líneas artísticas para acceder a otros medios. Es por esta razón que cada vez se necesitan más soportes, más medios y más personal especializado para poder desarrollar la producción artística completamente. A niveles conceptuales podríamos afirmar además, que hoy en día la obra de arte se caracteriza por ser la materialización de una idea que busca cierto impacto, más que el resultado de un técnica utilizada con talento. Es decir la discusión sobre si la obra de arte tiene que ser realizada necesariamente por la mano del artista está más que pasada de moda. Entendiendo esto podemos afirmar que los procesos de producción se han vuelto complejos y las necesidades de los artistas son cada vez mayores.

Otro factor importante a considerar es la amplitud del circuito internacional del arte. Como es de suponer, entendiendo la tendencia de aumento tanto de la oferta como de la demanda en materia de cultura, cada vez el colectivo de artistas en su globalidad es mayor. Este hecho también interfiere en los distintos mercados que se pueden crear al interior del campo. Por esta razón la movilidad del artista es importante en el minuto de su inserción internacional. En el proceso de profesionalización de un artista se vuelve fundamental el intercambio internacional, ya que potencia el diálogo, la reflexión y la incorporación en nuevos mercados. Cuando existen plataformas que crean programas de intercambio se facilita mucho que la inserción internacional se produzca, pero cuando no existen el proceso de internacionalización del artista puede ser más difícil o lento.

La creación de un centro de producción puede ser de gran ayuda para solucionar estas dificultades relacionadas a las necesidades presentes en la producción artística. La creación de un centro de producción supone un soporte idóneo para cubrir estas falencias y apoyar el proceso completo de creación y producción de la obra de arte, potenciando la investigación y la experimentación. Considerando la importancia de esta fase del proceso, contar con un espacio que funcione como soporte, es absolutamente benefactorio para el colectivo de artistas. Significa una opción real para contar con apoyo en el desarrollo de la obra.

Como ya vimos referentes para este proyecto encontramos en todo el mundo, son muchísimos proyectos tanto públicos como privados que se han mantenido en funcionamiento generando este tipo de soportes para creadores. La existencia de estos espacios con distintos diseños y modelos de gestión afirman su importancia en el proceso de creación y el desarrollo de la actividad artística en general.

Son muchos los beneficios asimilados a la creación de un espacio de tales características. Significa una mejora en cuanto a la infraestructura profesional en el desarrollo de obra de los artistas, ofrece recursos especializados a este colectivo, favorece la investigación y experimentación en la creación artística, estimula la creatividad e innovación, funciona como soporte para el potencial desarrollo de proyectos interdisciplinarios, estimula el diálogo y supone una instancia de debate colectivo reflexivo, sirve como espacio de reunión para artistas potenciando el intercambio de ideas y finalmente estimula el intercambio internacional a través del trabajo en red con instituciones de similares intereses.

Finalmente la importancia del proyecto es constituirse como una plataforma de investigación, desarrollo y producción para el arte contemporáneo. Para esto ha sido fundamental establecer cuales son los criterios del espacio y de funcionamiento propuesto para concretar un modelo que sea económicamente y financieramente viables y sostenibles en el tiempo.

5.2 descripción y contenidos

Como hemos visto anteriormente existen diversos mecanismos de funcionamiento, distintos modelos de gestión y estructuras en relación a los referentes analizados.

Que un centro de producción tenga unas u otras características responde a las necesidades presentes en el mercado local y la implicancia del sector privado o público con el proyecto. Claramente el contar con la ayuda de la administración pública, en relación al presupuesto, supone un soporte económico importante que puede facilitar la puesta en marcha y funcionamiento de un proyecto de estas características. Además una ayuda de este tipo

también significa un beneficio para la demanda, ya que puede significar un descuento en los precios de los servicios entregados al entregarse estos como servicios subvencionados.

Ahora bien considerando el análisis referido al contexto cultural chileno, referido a los aportes directos en área infraestructura cultural, el presente proyecto se plantea desde el sector privado como la opción más válida para ser desarrollado.

La construcción de un espacio de producción en Santiago de Chile responde a las necesidades de los artistas por encontrar un espacio de trabajo que entregue facilidades a la producción de obra. El presente proyecto se construye desde una estructura que se enmarca en las políticas culturales del país. El presente proyecto pretende construirse en una iniciativa autónoma, lo cual puede dificultar su puesta en marcha y financiamiento, sin embargo la separación de la institucionalidad significa una mayor libertad de acción.

Por estas razones el proyecto se plantea a largo plazo para ser construido a través de etapas y de esta forma poder acceder a ayudas de financiamiento de subvenciones públicas o fundaciones privadas para completar su infraestructura y crecimiento en el tiempo. Para esto se han planteado tres diversas etapas que se profundizan más adelante. Las decisiones referidas a la forma de construcción de la organización responden por estas mismas razones a elementos financieros tomando en consideración las necesidades descritas por el colectivo de artistas.

El proyecto se divide a su vez en dos bloques temáticos uno referido a servicios y otro a espacios.

El primero se refiere a servicios entregados al colectivo de artistas que supone una ayuda o un asesoramiento a la producción y al desarrollo de proyectos.

El segundo hace referencia a las instalaciones propiamente tal y como estas son ofrecidas para su uso a los artistas.

Localización y territorio

El contexto cultural chileno se caracteriza por ser bastante centralizado. La mayor parte de los artistas habitan en la ciudad de Santiago, capital del país. En la capital también se ubican la mayor cantidad de espacios e instituciones que trabajan en la exhibición y comercialización de obra.

Las políticas culturales han puesto un acento en la descentralización de la cultura. Existen mecanismos que apuestan a realizar proyectos fuera de Santiago. Un apoyo de la institucionalidad para desarrollar una acción importante en regiones. Un ejemplo de esto fue la primera Trienal de Artes Visuales Chile 2009. Se trató de un evento realizado durante los meses de octubre y diciembre del presente año y que contó con la curatoría general de Ticio Escobar, curador y Ministro de Cultura de Paraguay. Este evento se construyó a partir de exposiciones en diversos lugares de la capital y de todo el país con la finalidad de potenciar los circuitos regionales.

A pesar que existen instancias importantes de descentralización generadas desde la propia administración el escenario propicio y menos riesgoso para desarrollar el proyecto es la ciudad de Santiago. Esta ciudad contiene las mejores condiciones para establecer el proyecto tanto por la posible demanda como por la cercanía de los circuitos comerciales asociados a las artes visuales. Además al no existir en el circuito artístico chileno y localmente en Santiago proyectos similares la competencia es baja.

Santiago es el principal núcleo urbano de Chile y una ciudad que, según el último censo del año 2002 realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas, cuenta con una población en el área metropolitana de 5,5 millones de habitantes aproximadamente. La ciudad está dividida por 37 comunas que ocupan una superficie de 641,4 km².

Estos datos demuestran lo extensa que es la ciudad y por lo tanto instalarse en una comuna u otra no tendría la misma implicancia para el proyecto. De las comunas que se muestran en la figura 5.1, las que son consideradas como una opción viable para desarrollar el proyecto son: Providencia, Recoleta, Santiago Centro y Estación Central. Estas comunas son bastante disímiles entre sí, pero constituyen el núcleo más central de la ciudad y sobre todo poseen la mejor conectividad. Recoleta y Estación Central son aquellas comunas en las cuales se puede acceder a espacios industriales o comerciales de mayor tamaño, sin embargo son también las que se encuentran más alejadas. Providencia es una comuna con una fuerte rotación debido a su población flotante. La comuna se caracteriza por concentrar una gran cantidad de comercio y edificios de oficina. Por último Santiago Centro corresponde al centro histórico de la ciudad donde confluye además comercio, oficinas y los principales órganos de gobierno.

Finalmente, en relación a la concentración de espacios culturales en el área de las artes visuales podemos definir cuatro polos.

- **Vitacura:** En esta comuna, en un sector particular, se concentran un gran número de galerías de arte con un marcado acento comercial. Se descarta como sector ya que el valor del suelo es muy alto.
- **Santiago Centro:** Aquí se concentran la mayor parte de espacios institucionales destinados a las artes visuales. Corresponden a instituciones que dependen del gobierno o de centros universitarios.
- **Providencia:** En esta comuna encontramos galerías de arte con un corte bastante más experimental cercano al modelo actual internacional. Además existen algunos espacios institucionales.
- **Quinta Normal y Estación Central:** Justo en la frontera de estas dos comunas se ha creado en los últimos años un polo cultural importante constituido principalmente por espacios institucionales.



Figura 5.1: Mapa de Santiago con su distribución por comunas.
Fuente: Wikipedia http://es.wikipedia.org/wiki/Santiago_de_Chile

Descripción física

El promedio de superficie que presentan los espacios encuestados es bastante grande debido a la necesidad espaciales que presentan los artistas para desarrollar su producción de obra. La producción artística supone la utilización de amplios espacios de trabajo y complejos equipamientos.

La implementación del espacio físico del proyecto dependerá de la oferta inmobiliaria presente en la ciudad de Santiago. No es fácil encontrar espacios amplios en una ciudad tan grande como Santiago que ha sido construida en horizontal. Además el proyecto conjuga la necesidad de espacialidad con ubicación. Es importante que el proyecto se ubique en un sector no demasiado lejos de los centros financieros y comerciales, ya que o sino los traslados y tiempos de movilización son demasiado largos y engorrosos.

La situación ideal la constituiría un polígono industrial de mediano tamaño que pueda ser habilitado y ampliado en las distintas etapas que considera el proyecto y que se ubique en las comunas anteriormente señaladas.

Estas observaciones determinan la elección de lugar físico para emplazar y construir el proyecto. Considerando estas circunstancias y las necesidades presentadas por el colectivo de artistas chilenos, el proyecto estaría conformado por los siguientes espacios:

- 8 talleres individuales de entre 30 y 50 m²
- 1 Medialab de 30 m²
- 1 Plató de 60 m²
- 1 Taller de grabado y serigrafía de 100 m²
- 1 Laboratorio fotográfico 100 m²

- 1 Sala exhibiciones 100 m²
- 1 Área para debate 50 m²
- Oficinas 50 m²

Estos espacios conforman la superficie total del proyecto. La distribución de los espacios en relación al total de la superficie construida sería la siguiente:

- 38% en talleres para artistas
- 42% para laboratorios especializados
- 20% para áreas de debate y difusión

A continuación se desarrolla un diseño tentativo con la distribución de los diferentes espacios que conforman el proyecto. Es importante considerar que se trata de un diseño inicial que cumple el objetivo de visualizar como debería ser un espacio como el que se plantea. Este diseño en su implementación debería obedecer al espacio físico que se logre encontrar para el desarrollo del proyecto.



Figura 5.2 Esquema de distribución
Fuente: Elaboración Propia

La figura 5.2 corresponde a una planta tipo de distribución de los espacios para el proyecto. Da cuenta aproximada de las proporciones espaciales de los espacios que contempla el centro.

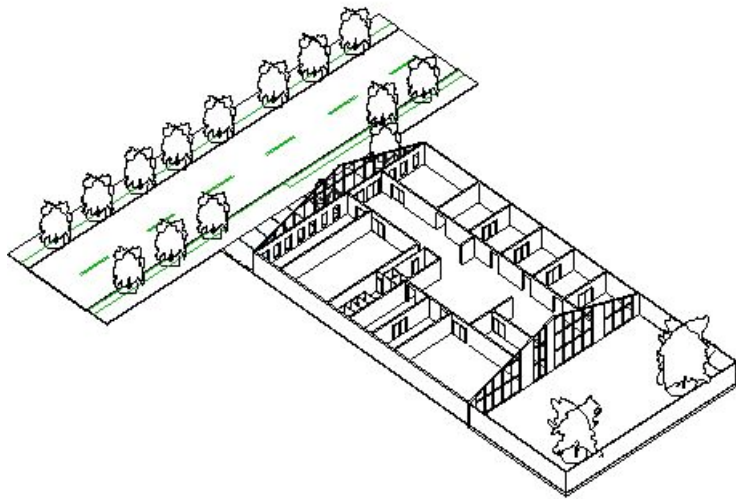


Figura 5.3 Elevación planta abierta
Fuente: Elaboración propia

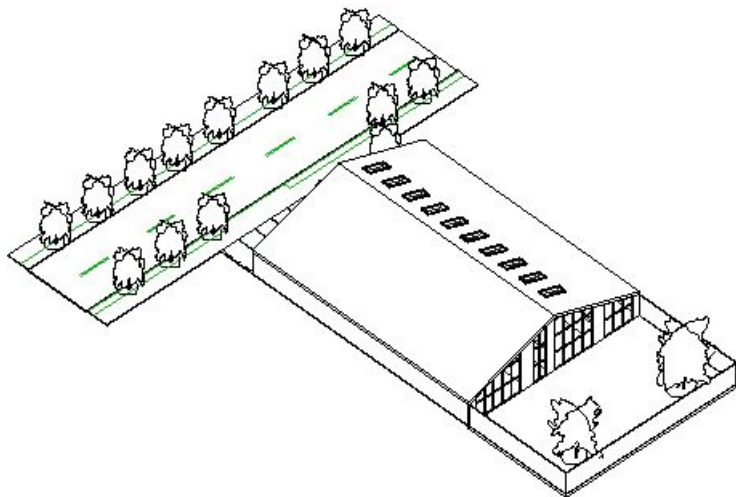


Figura 5.4 Elevación planta tejada
Fuente: Elaboración propia

Como se aprecia en las figuras 5.3 y 5.4 el diseño se realizó pensando en un polígono industrial simple. Se trata de un sitio industrial de 1.150 m², de los cuales 850 m² corresponden al área construida de un galpón. El diseño en esta primera instancia propone una construcción en una sola planta, sin embargo esto podría variar dependiendo del predio que se encuentre.



Figura 5.5 Render 3D (sin cubierta)
Fuente: Elaboración propia

La figura 5.5 corresponde a un render que entrega una visualización 3D del proyecto. Esta imagen nos entrega información de como se vería espacialmente el diseño que se propone y la proporción entre los diversos espacios.

Componentes

El proyecto para el centro de producción en la ciudad de Santiago de Chile considera una estructura que funciona principalmente en dos grandes líneas. La primera se relaciona a la infraestructura del centro, como talleres de artistas y laboratorios especializados para el uso directo de artistas. La segunda línea se refiere a servicios profesionales entregados a artistas para la producción de obra y desarrollo de proyectos.

Aunque éstas son las líneas fuertes que constituyen el producto del modelo que se presenta, existe una tercera área enfocada a establecer el debate y reflexión en torno a la creación y producción artística que funcionaría de forma ocasional.

Área Infraestructura

El área de infraestructura supone el equipamiento técnico y espacial para el uso directo de artistas. Esta parte se irá completando a través de las distintas etapas que supone el proyecto.

Talleres para artistas: Corresponde a la habilitación de talleres individuales para ser utilizados por artistas o colectivos para el desarrollo de obra o de un proyecto específico. El tiempo máximo de utilización de estos espacios es de dos años con el fin de buscar rotación en el colectivo que habite regularmente el espacio. El funcionamiento de estos espacios es a través de alquiler y para su utilización es necesario contactarse con la coordinación de espacios. La dimensión de estos espacios debería de ser de entre 30 y 60 m² y estar habilitados con toma de corriente eléctrica, agua y conexión a Internet (wifi). Estos espacios están considerados en la primera etapa de implementación del espacio.

Medialab: Este espacio supone la habilitación con equipos técnicos para el desarrollo de obra en el campo digital en vídeo e imagen. Además de los equipos propios para el desarrollo de obra supone un plató para rodaje y captación de imagen. Este espacio puede ser utilizado directamente por los artistas o a través de la contratación de servicio con técnicos especializados. Para esto existirá un calendario de uso del espacio destinando días para su uso libre y días para uso con técnicos propios del centro.

Taller de grabado y serigrafía: Implica la habilitación de un espacios con equipamiento técnico para el desarrollo de grabado y serigrafía. Además del equipamiento del espacio se podrán encontrar suministros propios del mundo de la impresión que podrán ser utilizados con un precio adicional (tintas, papeles, etc). La utilización del espacio, al igual que el Medialab, se realizará a través de un calendario destinando días para su uso libre y días para la producción por encargo.

Laboratorio fotográfico: Espacio destinado a la producción de imagen análoga. Considera cuartos oscuros con ampliadoras B/N y color.

Área Servicios

Esta es la línea que aporta asesoramiento a la producción de los artistas o al planteamiento de proyectos.

Asesoramiento para proyectos: Soporte de asesoramiento para proyectos y artistas en las áreas jurídica, laboral, fiscal, marketing, comunicación, financiamiento, presupuestos, optimización de recursos, etc. La idea es poder funcionar como un soporte auxiliar a la gestión de la creación, producción y difusión artística.

Asesoramiento técnico a la producción: Consiste en dar un servicio de asesoramiento técnico profesional a la producción de obras que lo necesiten. Ser soporte en materias donde ciertos artistas no están especializados, pero que pueden ser parte importante de la producción. Algunos ejemplos son soluciones técnicas a proyectos concretos, captación y postproducción de imagen fija y en movimiento, ediciones serigráficas, etc.

Alquiler de equipos técnicos: Materiales técnicos importantes para la producción de obra, registro y documentación de obra; y finalmente para le montaje de obra. Estos son equipos de bricolaje, equipos de vídeo, equipos de audio y equipos fotográficos. Para el alquiler y uso de estos equipos es necesario demostrar conocimientos de uso o si no es imprescindible alquilar con técnico del centro. Este equipamiento es parte en su mayoría del Medialab.

Programa de intercambio y movilidad: Importante en la profesionalización de los artistas es la internacionalización de estos. Conocer y entrar a campos extranjeros. Para esto es importante desarrollar programas de intercambio con centros de producción extranjeros que promuevan la movilidad de los artistas. Esto se realiza a través del trabajo en red con otras entidades y el establecimiento de convenios.

Contacto con espacios y galerías: Uno de las finalidades de un centro de producción es desarrollar un trabajo en red con instituciones de similares características. Sin embargo también es importante crear relaciones estrechas con instituciones, espacios y galerías que trabajen en la exhibición y comercialización de obra artística para facilitar la inserción de los artistas y su producción en el campo local e internacional.

Todos estos servicios están considerados en la primera etapa de implementación del centro.

Área difusión y debate

Corresponde a un área que funcionaría de forma ocasional dependiendo de las necesidades que presente el colectivo y tiene por objetivo establecer el debate y reflexión en torno a la creación y producción, además de convertirse en una eventual plataforma de difusión.

Publicaciones especializadas: Dentro de la capacidad que se logre desarrollar se considera posible la realización y edición de publicaciones especializadas.

Conferencias, debates y mesas redondas: Dependiendo de las necesidades de los artistas y de los recursos con que cuente el centro de producción se considera la opción de realizar instancias de reflexión que cuenten con la invitación de personajes trascendentes en el área.

Espacio de exhibición: Aunque la finalidad de un centro de producción es la creación y producción de obra se considera importante contar con un pequeño espacio de exhibición para fomentar la difusión del espacio y de los artistas participantes. Esta plataforma significa un puente entre la producción y una etapa posterior de difusión y comercialización.

Jornadas talleres abiertos: Con la finalidad de establecer una relación directa entre los artistas y un potencial público se desarrollaran jornadas de puertas abiertas. Éstas tienen por objetivo que el público conozca el entorno inmediato de los artistas y comprender la importancia del proceso respecto a la producción.

El público destinatario

El segmento de público al cual esta enfocado el proyecto lo conforma todo el colectivo de artistas y creadores nacionales e internacionales que puedan necesitar de alguno de los servicios que ofrece el centro. El segmento es bastante amplio ya que considera como potenciales clientes no tan sólo a los artistas sino a creadores de otras disciplinas que pueden trabajar sobre las mismas técnicas. Aunque los talleres están pensados para artistas visuales existen servicios que pueden ser utilizados por otros colectivos de creadores. La idea es abrir el espectro de creadores para potenciar el intercambio y la reflexión.

En relación a la segmentación por edad ésta se estima en dos bloques dependiendo del servicio. Se estima que los espacios de producción o talleres serán aprovechados principalmente por un segmento joven que son aquellos que por lo general no tienen un espacio de trabajo. Sin embargo en relación a la utilización de equipos especializados se estima que estos sean utilizados por una segunda generación mayor de artistas o creadores.

Cronograma

Esta investigación supone la construcción de un modelo de gestión para un centro de producción artística. Corresponde al trayecto analítico que antecede a la construcción y puesta en marcha de cualquier proyecto.

El proyecto global de un centro de producción contiene varios etapas importantes para su consolidación. Para la correcta inserción y funcionamiento en el campo de las artes visuales es importante marcar acento en varias etapas. Éstas corresponden tanto a aspectos de diseño del proyecto tanto conceptual como referidos al espacio físico y de ciertas estrategias de funcionamiento necesarias de implementar.

Las distintas etapas que considera la construcción del proyecto son:

Diseño del modelo

Corresponde a la primera fase en la realización del proyecto, consiste en la investigación analítica del contexto y del mercado en el cual se quiere instaurar el proyecto.

Búsqueda del espacio

Teniendo un diseño armado que de cuenta de cuales son los componentes que tendrá el proyecto se puede definir que tipo de espacio sería idóneo para la construcción del proyecto.

Es decir se puede tener claro cuales son las características espaciales que el proyecto demanda. Con esta idea clara la búsqueda del espacio físico donde emplazar el proyecto se puede realizar de forma concreta según la oferta inmobiliaria que exista.

Desarrollo de diseño arquitectónico de rehabilitación

Habiendo encontrado el espacio físico para emplazar el proyecto la siguiente fase la constituye el diseño de un modelo arquitectónico de rehabilitación del espacio. Este diseño conyuga espacio con necesidades, de tal forma que se creen los espacios idóneos para desarrollar la actividad.

Construcción – Obras

Proceso en el cual se llevan a cabo las obras que le darán la estructura final al espacio. El proyecto considera una incertidumbre en la obtención de financiamiento para la construcción completa de un centro que opere en varias áreas técnicas de la producción artística. Por esta razón la construcción global del proyecto se pensó en tres diferentes etapas. La idea es considerar ampliaciones según los recursos financieros que se consigan en el tiempo para la implementación de nuevos servicios.

Puesta en marcha – Etapa 1

Constituye en la habilitación del espacio y apertura al público con la oferta de servicios. En esta primera etapa se considera la habilitación de los talleres para artistas, el Medialab, el equipamiento técnico para alquiler y los espacios para debate y difusión. El Medialab está constituido por un sala de trabajo con equipos de edición más la habilitación del Plató utilizado para sesiones de filmación y fotografía. Los talleres de artistas corresponden a 8 espacios medianos para el uso individual de artistas. Finalmente los espacios destinados a difusión y debate corresponden a un espacio multiuso y a una sala de exhibición.

Puesta en marcha – Etapa 2

Esta segunda etapa considera la implementación del taller de grabado y serigrafía con el equipamiento técnico necesario. El taller de serigrafía y grabado contempla la habilitación de un espacio de 100 m2 aproximadamente con el equipamiento necesario para trabajar con las diversas técnicas que considera. Por esta razón se trata de un espacio que necesita un buen diseño, ya que en grabado se trabaja con materiales peligrosos como lo son ácidos para trabajar las matrices. Es fundamental el asesoramiento técnico oportuno para diseñar la salida de gases tóxicos producidos por el trabajo con estos ácidos.

Puesta en marcha – Etapa 3

La tercera etapa y final considera la habilitación del laboratorio para fotografía análoga con el equipamiento específico. La habilitación de un laboratorio fotográfico contempla una compleja distribución espacial. Por un lado se necesitan salas oscuras con ampliadoras y espacios para revelado y por otro lado se necesita un gran espacio de luz natural con maquinaria de secado y equipamiento para trabajar con imagen color. El revelado de la imagen color no es necesario realizarlo en la sala oscura, ya que utiliza equipos especiales.

Un cronograma de actividades o etapas que se llevarían a cabo sería aproximadamente como el que se propone a continuación. Este cronograma se plantea a tres años considerando que el proyecto se construye en su totalidad a largo plazo.

Año 1:

Actividad	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Diseño proyecto	x	x	x	x								
Búsqueda espacio					x	x						
Diseño arquitectónico							x	x				
Construcción									x	x	x	
Difusión								x	x	x	x	x
Abertura Etapa 1												x

Figura 5.6: Cronograma actividades primer año
Fuente: Elaboración propia

Año 2:

Actividad	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Funcionamiento Etapa 1	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Postulaciones Etapa 2	x	x	x	x	x	x	x	x	x			
Abertura Etapa 2										x		
Funcionamiento Etapa 2											x	x

Figura 5.7: Cronograma actividades segundo año
Fuente: Elaboración propia

Año 3:

Actividad	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Funcionamiento Etapa 1	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Funcionamiento Etapa 2	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Postulaciones Etapa 3	x	x	x	x	x	x	x	x	x			
Abertura Etapa 3										x		
Funcionamiento Etapa 3											x	x

Figura 5.8: Cronograma actividades tercer año
Fuente: Elaboración propia

Las figuras 5.6, 5.7 y 5.8 son cronogramas que grafican la distribución de actividades en el tiempo.

De esta forma el año 1 considera el diseño y construcción del proyecto para su final puesta en marcha con los recursos básicos y más solicitados por lo artistas. El año 2 propone el desarrollo de las debidas postulaciones para ampliar el equipamiento técnico. El año 3 supone la consolidación del centro completando sus servicios a entregar.

Claramente el éxito de estas etapas constructivas en relación al modelo dependerá de tres factores determinantes. El primero que la demanda esperada sea igual o mayor a la que se estima en este proyecto. Este punto está en absoluta concordancia con el segundo que responde a la eficacia de la gestión que se realice. Por último un tercer factor responderá a la obtención de las subvenciones para la implementación de nuevos servicios.

5.3 estructura y planes de gestión

Como organización la creación de un centro de producción contempla el establecimiento de una estructura al igual que cualquier entidad. Esto significa una personalidad jurídica, un estructura organizacional y un modelo de gestión conforme a planes estratégicos en áreas de recursos humanos, marketing, patrocinio-subsvenciones y financiamiento. El siguiente apartado profundiza en cada una de estas áreas entregando la construcción de un modelo de gestión.

Marco jurídico

La personalidad jurídica constituida como entidad con personalidad propia, reconocida por el ordenamiento jurídico y con atributos propios dentro del estado de derecho, es la figura que según su elección acompañan los objetivos y misión de una entidad.

La legislación chilena en materia de construcción de personalidad jurídica es bastante similar a la española existiendo sólo unos pocos puntos disímiles. En ambos casos encontramos que las personalidades jurídicas pueden ser de derecho público o privado; y que pueden perseguir o no lucro en su actividad. En cuanto a las diferencias pueden variar los nombres de las diversas formas y algunos de sus requisitos.

Como hemos observado a lo largo del análisis en Chile las instituciones culturales generalmente son entidades de derecho privado sin fines de lucro. Incluso la mayoría de las instituciones que reciben financiamiento anual del estado chileno están constituidas como entidades de derecho privado.

Por estas razones se cree oportuno que el proyecto de un centro de producción se enmarque en esta línea. Es decir que sea una entidad de derecho privado sin fines de lucro.

El que sea una institución de derecho privado responde a la necesidad de crear un proyecto autónomo que se enmarque bajo las políticas públicas en materia de cultura, pero guardando independencia de la administración para lograr libertad de gestión.

El enmarcarse dentro de los modelos que no persiguen lucro responde a los objetivos de la organización que se plantea. El objetivo general del proyecto es crear un modelo que de vida a una plataforma para creadores que facilite y sirva de soporte al proceso de producción artística. La idea no se centra en crear un modelo de negocio que beneficie a los socios, sino un modelo con fines altruistas que tiene como ideal ayudar y hacer crecer al colectivo de creadores. Además este modelo ayuda a la obtención de posibles ayudas financieras tanto del mundo privado como público.

Bajo estos criterios la personalidad jurídica que representa las ideas y los objetivos del proyecto es la Corporación privada sin fines de lucro que se explica a continuación.

Corporaciones y fundaciones. Son entidades cuya personalidad jurídica es concedida por Decreto del Presidente de la República a través del Ministerio de Justicia y se encuentran reguladas por el Título 33° del Código Civil, el Decreto 110, de 1979 y por el Decreto Ley N° 1.183 de 1975, modificado por el Decreto Ley N° 1.382 de 1976, sobre ordenamiento de ingresos y recursos de las instituciones que no persiguen fines de lucro. La personalidad jurídica es concedida luego de un procedimiento administrativo iniciado ante el Ministerio de Justicia (o el respectivo SEREMI en regiones).⁴⁷

Más información respecto a los modelos de personalidades jurídicas que encontramos en la legislación de Chile se encuentra en texto de Felipe Montero Morales en el anexo 2.

Estructura organizacional y recursos humanos

Siguiendo los objetivos que presenta el proyecto que plantea un modelo de gestión para el desarrollo de un centro de producción, la construcción de la estructura organizativa en esta primera instancia sigue líneas de acuerdo por un lado con la legislación que acoge la personalidad jurídica elegida y por otra lado un criterio de simplicidad para minimizar los costos.

Los objetivos que persigue el proyecto se asocian a convertirse en una plataforma de soporte para la producción artística, en la cual los servicios que se ofrecen están destinados a un público que no se caracteriza por tener gran poder adquisitivo, por lo tanto, la política de precio está relacionada a ofrecer un servicio igual o preferentemente más barato que el resto del mercado.

Por lo general, los costos asociados a personal son los más caros en el presupuesto de una organización. Mantener un gran equipo de trabajo es muy costoso para cualquier entidad y aquellas que cuentan con gran número de empleados muchas veces no optimizan la capacidad productiva de los individuos.

Estas son razones para estructurar la organización con un equipo humano pequeño, pero especializado. La idea es plantear una organización simple con pocas personas con el fin de minimizar los gastos de personal y poder beneficiar los gastos de inversión. Además estas estructuras presentan facilidades de coordinación y mientras la división de tareas sea clara debería funcionar de forma eficiente. Esta estructura busca una forma de trabajo dinámica y flexible por parte del equipo, buscando la continua comunicación entre áreas para el correcto desarrollo de la actividad que se propone.

Por otro lado, entendiendo que la estructura organizacional responde en cierta medida al marco legislativo en que se enmarca la personalidad jurídica, es necesario considerar en nuestro caso la construcción de un directorio y la formulación y aprobación de unos estatutos.

El organigrama de la organización tendría la siguiente interpretación:

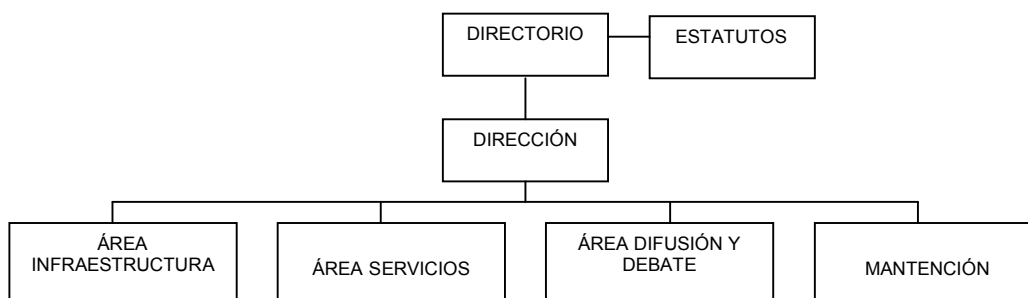


Figura 5.9: Organigrama sugerido
Fuente: Elaboración propia

⁴⁷ Felipe Montero Morales, Capítulo Personas jurídicas, en “Habilitación y Administración de Espacios para las Artes Visuales, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, p.72

La figura 5.9 plantea en primer lugar un directorio que responde a los requerimientos de la construcción legal de una corporación. Este grupo toma decisiones de manera global y evalúa la gestión realizada por el grupo de trabajo cotidiano.

La dirección y las tres áreas propuestas son aquellas que tienen la responsabilidad de ejecutar las tareas relacionadas a la actividad del centro y su difusión al exterior.

Dirección es el cargo de responsabilidad que tiene por objeto coordinar las tareas, definir los roles, establecer los contenidos y velar por el correcto ejercicio de la actividad. Además es la parte encargada de llevar la administración del centro.

Área Infraestructura es la encargada de coordinar el correcto uso de los espacios con que cuenta el centro, establecer los tiempos de trabajo y programar los funcionamientos de estos.

Por su parte el Área de Servicios es la encargada de desarrollar los servicios que se ofrecen al colectivo de creadores y velar por que estos siempre respondan a estándares de calidad.

El Área de Difusión y Debate es la encargada de desarrollar actividades, proponer programas y desarrollar los contenidos de comunicación relacionados al centro.

Por último Manutención es una parte fundamental para el correcto funcionamiento del espacio. Busca la duración y estabilidad de los equipamientos en el tiempo y evaluar el correcto uso de estos. Permite mantener el orden y crear las condiciones idóneas de limpieza y claridad para el trabajo en el espacio.

Plan de marketing

De alguna forma el estudio realizado nos ha dejado claro el mercado en el cual queremos posicionar nuestro proyecto y el entorno en que se contextualiza.

Queda claro como funciona el campo de las artes visuales, como son las relaciones que se establecen en su interior y a nivel de mercado como se comercializan las obras de arte. En relación a la entrega de servicios para artistas, por mucho que el colectivo afirma que necesita de este tipo de soportes, no podemos afirmar su funcionamiento ya que no existen iniciativas similares en mercado chileno. Tenemos algunos parámetros que nos entregan los referentes estudiados, sin embargo el funcionamiento depende bastante de las ayudas y subvenciones que presenta cada modelo.

En relación al entorno queda claro que el contexto chileno nos da el beneficio de ser un país en crecimiento. Aunque esta razón quizás entrega la desventaja de contar con menos recursos en comparación a otros países, lo cierto es que se trata de un sector con tendencia a crecer en el tiempo.

Ahora bien considerando todo esto es fundamental establecer las estrategias en relación al proyecto para definir el mecanismo con que se abordará al mercado y el posicionamiento del proyecto en éste.

Precio

El proyecto por un lado está enfocado al producto que se entrega. Es decir se busca la diferenciación y establecerse como un espacio único en el campo. Sin embargo considerando que el segmento al que se apunta no se caracteriza por presentar grandes condiciones económicas, los precios de los servicios que se ofrezcan tienen que estar bastante bien estudiados. Al tratarse de una organización que no da por hecho la subvención como mecanismo de financiamiento, los precios tienen que estar en sintonía con el mercado sin dejar de lado la consideración sobre el estatus del colectivo.

Podemos concluir que el proyecto busca constituirse en una plataforma de soporte que entregue un servicio especializado y profesional pero a precios accesibles. Por estas razones es fundamental el análisis de los costos de los servicios y de los gastos de la organización.

Distribución

En el caso del siguiente proyecto nos encontramos con distribución como localización del establecimiento, el lugar físico que se elige para establecer el servicio. En una primera instancia en donde el servicio se realiza directamente con los artistas no existen agentes intermediarios relacionados. Diferente es el caso en que se logre concretar un programa de intercambio internacional o de residencias donde quizás la elección esta dada por la organización con la que se estable la relación.

Como se especificó anteriormente el proyecto se localizará en Santiago de Chile por ser esta la ciudad en que habitan el mayor número de artistas chilenos.

Comunicación

Importante para la comunicación es establecer el segmento de público al que se quiere llegar. Como hemos explicado anteriormente el segmento de clientes a los cuales está enfocado los servicios que propone el proyecto son el colectivo completo de creadores principalmente los artistas visuales. Para llegar a este segmento y comunicar los servicios que se ofrecen se consideran tres estrategias comunicacionales.

Estrategia 1: En un principio es fundamental dar a conocer el proyecto y los servicios que ofrece. Por esta razón es importante utilizar los mecanismos clásicos de difusión que permitirán hacer visible el proyecto.

Se recogen dos mecanismos:

- Medios de comunicación, se creará una campaña para abordar distintos medios de comunicación como revistas y prensa escrita. La idea es aparecer en aquellos medios especializados de forma que el colectivo al que se dirige el proyecto se entere de su existencia.
- Página web y boletines, además de crear una página web que entregue información del proyecto y de los servicios que contempla, se utilizará el medio de boletines para entregar información continua de las actividades que se desarrollan. Para este tipo de organizaciones crear una base de datos para entregar información electrónica es un mecanismo barato y funcional.

Estrategia 2: Con la finalidad de poder hacer una correcta difusión que tenga alcance a todo el colectivo nacional es muy importante establecer relaciones estratégicas con ciertas asociaciones. Consiste en crear una red de colaboración con instituciones y asociaciones chilenas que trabajen en artes visuales, principalmente con las instituciones y organizaciones que ejercen cierta sinergia con los artistas.

Estas, entre otras serian:

- Universidades que implanten la carrera de bellas artes, cine, fotografía y diseño
- APECH Asociación de Pintores y Escultores de Chile
- ACA Asociación Arte Contemporáneo

- Asociaciones y organizaciones que creen contenidos teóricos y críticos en el área de las artes visuales

Estrategia 3: Por último con la finalidad de ampliar el campo de acción del proyecto y entregar posibilidades atractivas para el colectivo de artistas, se establecerá como una de los objetivos desarrollar relaciones con instituciones internacionales. Establecer este tipo de relaciones tiene por finalidad entrar en redes de colaboración internacionales para poder desarrollar programas de intercambio y de residencias. Estos programas son parte importante y un mecanismo actual y muy utilizado para la movilización e internacionalización de los artistas. Dan la alternativa a creadores de tener una experiencia importante en su carrera de profesionalización, la cual proporciona estados de diálogo y reflexión que oxigenan el discurso del artista.

Plan de patrocinios y subvenciones

La mayoría de los proyectos culturales necesitan de ayudas económicas para poder llegar a ser desarrollados. El mecanismo para recibir una ayuda depende tanto de las políticas públicas en materia de cultura de un país como de los contenidos de un proyecto.

De manera comparativa, mientras que para desarrollar un nuevo proyecto en España se necesita en gran medida la ayuda procedente de las administraciones públicas, en Estados Unidos se realiza mediante una asociación.⁴⁸

En cuanto a la naturaleza de la ayuda económica una división sería subvenciones públicas por un lado y patrocinio o mecenazgo por el otro lado.

El apoyo puede manifestarse de dos formas: mecenazgo y patrocinio. Mientras que las ayudas por mecenazgo pueden provenir de personas, fundaciones o empresas, el patrocinio procede sólo de empresas. El mecenazgo es normalmente un acto filantrópico o altruista, mientras que el patrocinio es una iniciativa promocional sustituta de otra modalidad de comunicación como es la publicidad. Los patrocinadores se comprometen en función de los beneficios comerciales que calculan de antemano.⁴⁹

En un país como Chile es importante desarrollar alianzas con los dos sectores. A través del sector público se puede acceder a subvenciones para proyectos específicos. Más complicado es obtener subvenciones anuales, las cuales sólo se entregan en pocos casos y a proyectos principalmente de gobierno. Sin embargo como hemos explicado con anterioridad la participación del sector privado es importante en materia de cultura. Existen muchas empresas que apuestan por cultura como receptor de patrocinios con la finalidad de fortalecer el posicionamiento de su imagen.

En relación al proyecto específico la estrategia de patrocinios o mecenazgos y subvenciones se desarrolla de la siguiente manera:

Ayudas para equipamiento

Considera la presentación de las diversas etapas del proyecto como proyectos específicos para conseguir los fondos necesarios para la implementación y equipamiento de los espacios. En esta instancia la idea es probar tanto con fundaciones nacionales e internacionales (fundaciones de cooperación internacional para el desarrollo cultural) como con las convocatorias propias del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. También se puede intentar con empresas privadas relacionadas al rubro de trabajo.

⁴⁸ De Tocqueville, A. Democracy in America, volumen II, "Relation of Civil to Political Associations", <http://www.xroads.virginia.edu/~hyper/detoc/home.html> en "Marketing de las Artes y la Cultura", F. Colbert y M. Cuadrado, 3ra ed., Ed. Ariel Patrimonio, España, 2008, p. 71

⁴⁹ F. Colbert y M. Cuadrado, "Marketing de las Artes y la Cultura", 3ra ed., Ed. Ariel Patrimonio, España, 2008, p. 72

Patrocinios en bienes y/o servicios

Busca establecer alianzas con la empresa privada para obtener partners tanto en materia de comunicación, espacios publicitarios e insumos. Aquí encontramos dos tipos de patrocinios:

- **Patrocinios en servicios:** Empresas de servicios que puedan ser socios del proyecto. Considera un aporte cuantificable en bienes o servicios útiles para el desarrollo de la actividad que genera la institución.
- **Media partners:** Supone relaciones estratégicas con medios de comunicación que se relacionen con la línea del proyecto. Se trata de llegar a aquellos medios que se identifiquen mejor con la actividad y el segmento de público que define la organización. Considera espacios comunicacionales como radio, prensa escrita, revistas especializadas y televisión.

Como se ha explicado por general los patrocinios buscan un intercambio de valores. Es decir los patrocinadores busca a cambio presencia de marca, prestigio, etc. Por esto algunas de las prestaciones que se podrían ofrecer a los potenciales patrocinadores son:

- Identificación de logo y marca en todo el material de difusión del año
- Identificación de logo y marca en los medios publicitarios y sus soportes
- Crear instancias de visitas con los clientes de la empresa para ver los talleres y las obras de los artistas.
- Link al sitio del patrocinador desde la página web de la organización.
- Crear un proyecto específico según el patrocinador para realizar los regalos corporativos de la empresa para navidad en conjunto con algún artista de residencia en el espacio.

Plan de financiamiento

Como se ha analizado a lo largo de esta investigación el financiamiento de proyectos de esta índole presenta complicaciones y dificultades. Muchos son los espacios que necesitan de una subvención y ayudas para desarrollar su actividad. Sin embargo una conclusión clara, que trasciende a todas las organizaciones culturales de forma transversal, es la necesidad de crear modelos de gestión que se caractericen por ser claros y eficientes.

En el caso preciso del proyecto que se presenta, el plan de financiamiento se separó en dos bloques. Uno trata de los gastos de operación y difusión y el segundo en los gastos de inversión que supone el proyecto.

Los primeros es necesario que se cubran a través de los ingresos que genere la actividad que se desarrolla. Considerando que Chile es un país en el cual las subvenciones anuales a instituciones son escasas, es necesario crear un estrategia de financiamiento que no haga depender la actividad de este tipo de entradas económicas. El modelo de financiamiento tiene que ser independiente y autosuficiente.

Sin embargo obtener ayudas económicas puntuales para desarrollar etapas constructivas o actividades determinadas es un poco más accesible. Por esta razón todos los gastos de inversión que significa el proyecto en su globalidad están considerados ser financiados a través de subvenciones y patrocinios del estado chileno o otras entidades nacionales e internacionales.

Ingresos

Los ingresos del proyecto corresponde a todo lo que entre en dinero por servicios que se presten. Es decir el alquiler de espacios físico para trabajo, alquiler de los espacios específicos por hora, día o mes; y todos los servicios que se ofrecen y que los artistas pueden demandar.

Estos deberían poder cubrir los gastos de operación que la actividad genera, lo cual se especifica en el presupuesto.

Considerando que este punto es el más complicado de desarrollar, se han creado algunas estrategias adicionales para obtener ingresos. Estas son:

- **Socios:** Por concepto de socio se entiende el pago de una cuota mensual que permite utilizar los diversos espacios de producción según las condiciones de estos. Esto supone un ingreso mensual seguro y busca la dinamización del espacio a través de una afluencia de un número mayor de artistas.
- **Comercialización de obra:** Esto supone una estrategia que tiene dos finalidades. Por un lado busca ampliar la esfera de acción del proyecto entregando un valor agregado a los artistas que es el de la promoción y comercialización de obra. Por otro lado supone un ingreso de dinero extra que ayuda a cubrir los gastos que se generan. Este tipo de acciones son exclusivamente para los artistas que trabajan en el espacio y el mecanismo de funcionamiento es igual al de una galería, a través de porcentajes por venta de obra.

Además existen otras entradas cuantificables que se contemplan en este apartado. Estas guardan relación con entradas que no son generadas por vías propias de la actividad. Estas son:

- **Patrocinios:** Corresponde a montos cuantificables en bienes o servicios. Por esta razón se incluye en el presupuesto de ingresos, pero no en la cuenta de resultado provisional, que se adjunta en el anexo # 3.
- **Préstamo:** Con la finalidad de tener un monto de maniobra desde un principio en la tesorería del centro, se contempla el pedir un préstamo por un monto de 12.000 euros a alguna identidad bancaria.

Gastos

A continuación se detallan todos los gastos que puede suponer la puesta en marcha y funcionamiento del proyecto. Para esto y según como se ha explicado en el plan de financiamiento se han dividido los gastos en dos grupos, gastos de inversión que deberían ser financiados a través de subvenciones y patrocinios o mecenazgos; y los gastos de operación que corresponden a los gastos propios de funcionamiento de la organización.

A. Gastos de inversión

Supone todos aquellos gastos que significan la implementación del proyecto en sus diversas etapas de desarrollo, desde su diseño a la implementación de las tres etapas.

Gastos inversión primera etapa:

La primera etapa supone la compra del bien inmueble y su remodelación. Los valores entregados en el presupuesto corresponden a precios contextualizados en el mercado chileno. Estos presupuestos suponen la compra de una propiedad categoría industrial con una construcción de 850 m². El valor aproximado de venta en este tipo de construcción en el mercado chileno es de 125 euros el m². Además se consideró un valor de 140 por m² por rehabilitación espacial y 16 euros por m² en el diseño arquitectónico.

Además esta etapa considera la compra de equipamiento técnico para la habilitación del Medialab. Este equipamiento corresponde a cámaras de fotografía, cámaras de vídeo, micrófonos, computadores, scanner, impresoras, equipos de iluminación, etc.

Los gastos de esta etapa son los siguientes:

- Implementación del proyecto
- Asesoramiento jurídico
- Creación de marca y conceptos
- Conceptualización ejecutiva del proyecto
- Inversión, compra de bienes
- Obras de remodelación e iluminación
- Equipos

Gastos inversión segunda etapa:

A diferencia de la primera etapa se excluyen de este presupuesto los gastos referidos al diseño e implementación del proyecto en general. En esta etapa el proyecto ya se encuentra funcionando por lo que también se descartan los gastos por compra del bien inmueble.

Esta etapa supone la habilitación del espacio destinado como taller de grabado y serigrafía; y el equipamiento de este. El equipamiento para un taller de estas características contempla la habilitación de espacios de trabajo y espacios para trabajar con materiales peligroso (ácidos). Además contempla la compra de prensas, secadores, cubetas, rodillos para grabado y de bastidores y mesas de luz para serigrafía.

Gastos inversión segunda etapa:

La inversión de esta tercera etapa contempla la habilitación de un espacio para trabajar con fotografía análoga. Esto significa implementar los cuartos oscuros con ampliadoras b/n y color, y cubetas para revelado. También la habilitación de un espacio de trabajo con luz natural y secadoras. Este espacio no es menos importante, ya que en el trabajo a color el proceso de revelado no se realiza en los cuartos oscuros.

B. Gastos de operación

Los gastos de operación del espacio supone todo gasto que se genere durante el año que no corresponda a inversión, compra de bienes y/o habilitación de espacios. Estos gastos han sido divididos en tres grupos.

Gastos fijos y actividad:

- Suministros
- Actividades y exposiciones
- Seguridad
- Otros

Recursos Humanos:

Nominas para los cinco empleados que considera el proyecto. Estos son:

- Dirección
- Coordinación Infraestructura
- Coordinación Servicios
- Coordinación Difusión y Debate
- Manutención

Las nóminas están cuantificadas en su valor bruto, es decir no han sido descontados del total los gastos de seguridad social. Esto se debe a que el sistema chileno de seguridad social es complejo, en la medida que los beneficiarios tienen derecho a elegir respecto a la previsión y a sanidad. Por ejemplo si los empleados eligen un mecanismo de sanidad privada el coste de la seguridad es mayor. Por esta razón en Chile las nóminas generalmente se manejan en valores brutos.

Gastos de comunicación y marketing:

- Mantención página web
- Desarrollo material gráfico
- Diseño e impresión

Gastos financieros:

Préstamo: uno de los gastos corresponde al pago de dividendo que supone el préstamo adquirido para comenzar la actividad del centro. El dividendo de este préstamo, por un valor de 12.000 euros, considera una tasa de interés de un 4% anual.

Presupuestos

En este apartado se han desarrollado varios presupuestos de forma de entregar toda la información referida al plan financiero para la creación del centro de producción. Esta información se complementa con el Anexo # 3, en el cual se han desarrollado presupuestos más detallados con una división mes a mes de los contenidos.

Presupuestos Gastos de Inversión

Presupuesto Inversión 1ra Etapa

TIPO DE ACTIVIDAD	TOTAL
INVERSIÓN	
Concetalización del proyecto	4.000 €
Asesoramiento jurídico	1.000 €
Creación de marca y conceptos	5.000 €
Implementación del proyecto	4.000 €
Inversión	108.000 €
Diseño remodelación espacial	10.400 €
Obras de remodelación	91.000 €
Equipos etapa 1	20.000 €
Total gastos inversión 1ra etapa	243.400 €

Figura 5.10: Presupuesto inversión 1ra etapa
Fuente: Propia

Presupuesto Inversión 2da Etapa

TIPO DE ACTIVIDAD	TOTAL
INVERSIÓN	
Diseño proyecto segunda etapa	1.000 €
Diseño remodelación espacial	1.600 €
Obras de remodelación	14.000 €
Equipos etapa 2	15.000 €
Total gastos inversión 2ra etapa	31.600 €

Figura 5.11: Presupuesto inversión 2da etapa
Fuente: Propia

Presupuesto Inversión 3ra Etapa

TIPO DE ACTIVIDAD	TOTAL
INVERSIÓN	
Diseño proyecto tercera etapa	1.000 €
Diseño remodelación espacial	1.600 €
Obras de remodelación	14.000 €
Equipos etapa 2	17.000 €
Total gastos inversión 3ra etapa	33.600 €

Figura 5.12: Presupuesto inversión 3ra etapa
Fuente: Propia

Presupuesto Total Gastos de Inversión

TIPO DE ACTIVIDAD	TOTAL
INVERSIÓN	
1ra Etapa	243.400 €
2da Etapa	31.600 €
3ra Etapa	33.600 €
Total gastos inversión	308.600 €

Figura 5.13: Presupuesto total gastos de inversión
Fuente: Propia

Las figuras anteriores (5.10, 5.11, 5.12 y 5.13) muestran la distribución de gastos de inversión considerando las 3 diversas etapas de construcción del espacio. De aquí podemos sacar como conclusión que el proyecto tiene un gasto de inversión total de 308.600 euros aproximadamente.

Presupuesto de Ingresos

TIPO DE ACTIVIDAD	MES	TOTAL
PATROCINIOS		
Bienes y servicios		12.000 €
Media y comunicación		6.000 €
subtotal	0 €	18.000 €
OTROS INGRESOS		
Socios	1.600 €	19.200 €
Alquiler de Espacio (talleres)	1.200 €	14.400 €
subtotal	2.800 €	33.600 €
SERVICIOS		
Servicios		142.000 €
Comercialización		20.000 €
Actividades especiales		10.000 €
subtotal	0 €	172.000 €
FINANCIERO		
Préstamo		12.000 €
subtotal		12.000 €
Total ingresos		235.600 €

Figura 5.14: Presupuesto de ingresos
Fuente: Propia

En el caso de los ingresos (figura 5.14) cabe especificar que los conceptos de socios y alquiler de espacios están calculados de la siguiente manera:

- **Socios:** la cuota por socio equivale a 80 euros por mes, lo cual da derecho a utilizar todos los talleres y laboratorios especializados. El cálculo está realizado previendo contar con 20 artistas por mes mínimo.
- **Alquiler de Espacios:** se considera la existencia de 8 espacios para alquilar. El cálculo está realizando considerando un valor de alquiler de 150 euros mensuales por espacio. Esta cifra de derecho a utilizar también los talleres y laboratorios especializados.

Si se consideran estos ingresos como ingresos fijos y se suma la estimación que se realiza de comercialización y otras actividades especiales llegamos a una cifra estimativa de lo que debería generar la actividad propia en cuanto a servicios. Esto quiere decir que la actividad debería generar un flujo de caja anual por servicios realizados de 142.000 euros aproximadamente.

Presupuesto Gastos de Operación

TIPO DE ACTIVIDAD	MES	TOTAL
GASTOS FIJOS Y ACTIVIDAD		
Suministros	1.200 €	14.400 €
Actividad y exposiciones	1.500 €	18.000 €
Seguridad	1.500 €	18.000 €
Manutención	800 €	9.600 €
Otros	1.000 €	12.000 €
subtotal	6.000 €	72.000 €
RECURSOS HUMANOS		
Dirección	4.000 €	48.000 €
Coordinación Infraestructura	1.700 €	20.400 €
Coordinación Servicios	1.700 €	20.400 €
Coordinación Difusión y Debate	1.700 €	20.400 €
Manutención	850 €	10.200 €
subtotal	9.950 €	119.400 €
COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN		
Mantenimiento página web	500 €	6.000 €
Desarrollo material gráfico	500 €	6.000 €
Diseño e impresión	500 €	6.000 €
subtotal	1.500 €	18.000 €
FINANCIERO		
Préstamo	1.040 €	12.480 €
subtotal	1.040 €	12.480 €
Total gastos actividades		221.880 €

Figura 5.15: Presupuesto gastos de operación
Fuente: Propia

En la figura 5.15 se especifican los gastos de operación según lo comentado en el plan de financiamiento.

Presupuesto de Ingresos y Gastos

TIPO DE PRESUPUESTO	TOTAL
INGRESOS	
Patrocinios	18.000 €
Otros Ingresos	33.600 €
Servicios	172.000 €
Financiero	12.000 €
Total Ingresos	235.600 €
GASTOS	
Gastos fijos y actividad	72.000 €
RRHH	119.400 €
Comunicación y Difusión	18.000 €
Financiero	12.480 €
Total Gastos	221.880 €
Total Año	13.720 €

Figura 5.16: Presupuesto ingresos y gastos
Fuente: Propia

A través de este presupuesto entregado en la figura 5.16, se especifican los resultados que deberían tener la actividad del centro en un primer año. Estos resultados son estimativos, ya que suponen un cierto flujo en relación a los servicios. En el anexo # 3 se entrega información con mayor detalle de la actividad.

CAPITULO6_ viabilidad del proyecto y conclusiones

El proyecto desarrollado para la obtención del grado académico de Master en Gestión Cultural plantea un modelo de gestión para el desarrollo de un centro de producción en el área de las artes visuales en Santiago de Chile.

El desarrollo de este proyecto consideró una investigación relacionada a la definición del campo de las artes visuales, la implementación de la institucionalidad cultural en Chile, el análisis del funcionamiento del sector de las artes visuales en Chile, las necesidades presentes en el colectivo de artistas chilenos y la observación de otros modelos de gestión enfocados a la producción artística ubicados en otros países del mundo.

A partir de esta investigación se llegaron a conclusiones importantes para el desarrollo del proyecto. Conclusiones que determinan el modelo de gestión propuesto y su inserción en el circuito artístico nacional.

A modo de resumen se puede comentar que el proceso de institucionalidad de la cultura en Chile se produce de manera tardía en comparación a otros países. Recién desde el año 2003 se cuenta con un organismo de gobierno que define y regula las políticas a implementar. Aunque la institucionalidad de la cultura se realizó lentamente se reconoce hoy en día una estructura organizada, que trabaja firmemente en fomentar y transmitir el concepto más amplio de cultura a sus ciudadanos.

También se puede concluir que el mecanismo de acción del Estado chileno en materia de cultura, se sitúa en un término intermedio en relación a modelos extranjeros. Existe una posición activa del Estado, a través de un plan de desarrollo cultural que contempla programas de acción y que establece las líneas estratégicas, los objetivos y las medidas a impulsar. Sin embargo los esfuerzos no son suficientes para el desarrollo completo de la actividad. Es necesaria la participación activa de la empresa privada como cofinanciador de las acciones que se realizan. Por esta razón, las políticas de Estado conciernen tanto a agentes públicos como a privados que operan en el sector, de modo de crear conciencia y establecer mecanismos de participación que son común para todos los agentes comprometidos.

De esta información cabe destacar el crecimiento que se observa en el sector cultural en Chile. Este crecimiento es importante, ya que ha significado un aumento en la actividad y en los espacios destinados a cultura. Cada día son más las organizaciones que trabajan en el sector cultural, lo cual claramente está apoyado por la ampliación de las ayudas estatales para el desarrollo cultural.

De estas afirmaciones se puede concluir que el escenario es favorable para el desarrollo de nuevos proyectos culturales. Aunque existe más competencia en la medida que son más proyectos lo que postulan a la obtención de subvenciones, también son más las ayudas existentes. Así mismo el compromiso de la empresa privada con la cultura ha crecido considerablemente en el tiempo.

En relación al sector específico de las artes visuales también los datos son favorables. El crecimiento en el número de establecimientos educacionales que imparten la carrera de bellas artes significa un aumento en el número de artistas existentes en el país. Si bien esto conlleva dificultades referidas al campo laboral existente para este alto número, para el proyecto significa un aumento en el potencial número de clientes.

Como se logró apreciar en las encuestas realizadas, el colectivo de artistas chilenos avala la implementación de un centro de producción. Un proyecto de estas características significa un aporte al circuito local, en la medida que se logre obtener prestigio y reconocimiento. El proyecto trata de un espacio para artistas, que fomente el diálogo, el intercambio y la reflexión crítica en torno a la obra de arte.

Por último en relación a los modelos existen pudimos concluir que los modelos y características de cada proyecto pueden ser muy disímiles entre sí. Lo que es común y transversal son las

dificultades económicas que presentan este tipo de espacios. Por esta razón la definición y coherencia del proyecto es fundamental y la estrategia más importante radica en crear un proyecto que presente un modelo de gestión realista y eficiente.

Se podría decir que estos son los puntos fundamentales en cuanto a la investigación realizada. Es en este escenario en el cual se diseñó el proyecto a presentar. El proyecto plantea la simplificación de una estructura organizacional. Si bien en cuanto a sus componentes, referido a los servicios que propone, puede ser complejo y amplio, el modelo se estructura en función de pocos empleados pero especializados. Reducir la planta administrativa tiene por objeto reducir los costos de nóminas y distribuir de forma concreta las tareas que atañen a cada empleado.

Relacionado al planteamiento financiero el proyecto hace la distinción entre lo que son los gastos de inversión y los de operación. Este hecho es determinante, ya que como organización lo que se busca es la sostenibilidad de la actividad y no de la inversión. Es decir el proyecto tiene que generar los ingresos necesarios para cubrir los gastos de operación, sin embargo la inversión que supone el proyecto responde a patrocinios o subvenciones.

En cuanto a los componentes del proyecto se desarrollaron tres áreas de acción. Estas áreas responden a las necesidades observadas en los artistas chilenos y de algunos puntos observados en los otros modelos analizados.

El diseño en este sentido tiene por objetivo convertirse en un proyecto que entregue una diversidad de servicios para los artistas. De forma global persigue convertirse en un espacio que desde la fase de producción de obra de cabida a la mayor cantidad de artistas posibles. Sus servicios buscan reunir a los artistas, ofrecerles soluciones o convertirse en una plataforma auxiliar. Es decir ser un soporte y un espacio de reunión para fomentar la discusión.

La construcción del espacio se plantea en el proyecto por fases. La finalidad de realizar el proyecto de esta forma responde a la necesidad de búsqueda de financiamiento. Esta forma se constituye en una alternativa que aliviana el proyecto desde su inversión y permite diversificar la búsqueda de fondos. Además constituye un mecanismo que permite dar opciones de prueba al proyecto.

En este sentido la estrategia es la siguiente. El proyecto crece o no según si los indicadores de evaluación del proyecto son positivos o no. Esto también está determinado por si se ha logrado o no levantar los fondos necesarios que supone la inversión del proyecto.

La evolución del proyecto depende de los resultados que se obtengan de la construcción y puesta en marcha de su primera fase. La expansión a sus otras fases constructivas dependerá de la valoración que se realice del proyecto tanto desde la evaluación del diseño mismo como de su ejecución.

Los indicadores de evaluación serían los siguientes:

- Verificar el flujo de prestaciones de servicios que se realizan y si estas concuerdan con lo esperado.
- Confirmar que el flujo de tesorería y el resultado de explotación respondan a lo planificado.
- Comprobar, a través de encuestas, si el servicio que se entrega cumple con los estándares de calidad propuestos.
- Estimar, también a través de encuestas, si realmente el centro se constituye como el soporte que se planteaba.
- Determinar si la construcción del centro ha funcionado como plataforma que facilita la producción del colectivo de artistas chilenos (también a través de encuestas).

- Establecer el número de servicios realizados a artistas, que conocen la existencia del centro, por medio de otros artistas.
- Evaluar el reconocimiento recibido por parte de los medios de comunicación y la administración pública (esto a través del número de apariciones en medios de comunicación y la obtención del respaldo de la administración pública).

Con respecto a la viabilidad del proyecto se puede concluir que el contexto y el entorno son propicios para la realización de un proyecto como el que se plantea. No existe una iniciativa similar que se haya realizado en el contexto chileno hasta ahora. El colectivo de artistas ratifica la necesidad de la existencia de un espacio con estas características y está dispuesto a utilizar los servicios que se proponen.

Su construcción y puesta en marcha dependerá exclusivamente de la gestión que se realice. El proyecto es viable, sin embargo depende de cómo se ejecute la planificación realizada. En una primera instancia esta gestión se relaciona al levantamiento de fondos y los mecanismos que se desarrollen para captar los capitales que se necesitan para su construcción. En una segunda etapa la gestión comprende los resultados de la actividad para que estos logren cubrir los gastos que se generan.

Por último cabe destacar que el proyecto logra su importancia en su relación con otras instituciones. Es importante analizar como se estructura el contexto local en el que se sitúa. Es fundamental en el desarrollo artístico de cualquier sector cultural, que el campo sea equilibrado y variado. Se vuelve trascendental la existencia de las diversas plataformas que comprende el ciclo artístico. Es decir, que existan las organizaciones que acojan la creación, producción, valorización y comercialización de la obra de los artistas. En este sentido Chile ha crecido considerablemente en las últimas décadas enriqueciendo el tejido de cada sector cultural y el sector específico de las artes visuales contempla un crecimiento importante. Sin embargo es importante seguir construyendo plataformas para seguir avanzando hacia el futuro y es aquí donde se considera el valor al proyecto que se presenta.

CAPITULO7_ bibliografía

AVAM, Artistas Visuales Asociados de Madrid (2007), “Estudio: Implantación de un Centro de Producción Artística en Madrid”

BENHAMOU, F. (1997), “La economía de la cultura”, Montevideo: Ediciones Trilce.

BONET, L. (2007), “Aproximación al análisis económico de la oferta y la demanda cultural”, RUBIO, A. (ed.) Curso de gestión cultural, Madrid: Comunidad de Madrid.

BOURDIEU, P. DARBEL, A. (2003) “El amor al arte. Los museos europeos y su público”, Edit. Paidós Estética.

COLBERT, F. CUADRADO, M. (2008) “Marketing de las Artes y la Cultura”, Ariel Patrimonio, Barcelona.

HEINRICH, N. (2002) “La sociología de las artes”, Buenos Aires, Nueva Edición.

RAFFIN, F. “Au temps des hybriques culturelles. Les fabriques de culture. La mise en culture des friches industrielles à Poitiers, Genève et Berlin” artículo publicado en <http://www.lafriche.org/nta/ressources/contributions/fraffin2.html>

Publicaciones del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, Chile

- “Chile quiere más cultura, Definiciones de Política cultural , 2005-2010”, Chile, 2005.
- ” Habilitación y Administración de Espacios para las Artes Visuales”, Chile, 2005
- “Memoria” 2006
- “Guía Nacional de Espacios para las Artes Visuales”. 2008

Páginas web:

www.consejodelacultura.cl

Página web del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, Chile.

www.bcn.cl

Página Biblioteca del Congreso nacional de Chile

www.minjusticia.cl

Página Ministerio de Justicia

www.dibam.cl

Página Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos

www.sii.cl

Página Servicio Impuestos Internos Chile