



## El emprendimiento cultural, una alternativa para el artista de hoy

*Elvira Silvia Pantoja Ruiz*

### Resumen

Dentro del contexto de los agentes culturales encargados de la producción, gestión y promoción, existen matices que propician la discusión teórica entre gestores, creadores y empresarios. Esto se debe a que las divergencias entre lo público y lo privado presentan un escenario discrepante, como si no fuese posible conciliar convenios entre ambos; debido a que lejos de vincularse en su mutua necesidad, se ha fragmentado el concepto.

La postura del artista se ha centrado sólo en lo creativo o interpretativo, de modo que sus propuestas teórico-artísticas se basan en la formación disciplinaria, la experimentación, el entrenamiento y la creación, dejando de lado las políticas públicas y la gestión como tal. El estudio de las políticas culturales no encuentra vínculos directos con la producción y creación artística, ya que rectores y teóricos en la materia como García Canclini, Martín Barbero, Julieta Fierro, y Eduardo Nivón, entre otros, son mayoritariamente antropólogos y sociólogos, siendo que el artista profesional no figura entre los grandes teóricos de la gestión cultural, ni en cargos públicos del arte y la cultura.

El empresario cultural es mayormente comercial y ha implementado los beneficios de la administración en la producción artística y cultural, sacrificando en gran parte los fines artísticos por aquellos más lucrativos, buscando la masificación y priorizando la cantidad sobre la calidad.

Es necesario aprovechar las políticas fiscales y proponer iniciativas que optimicen la asignación de presupuestos para subsidiar la cultura, obtener apoyos institucionales de divulgación que amplifiquen el impacto social de las artes, impulsar el intercambio con otras culturas en representación de un país. La relación que debe existir entre los gestores artístico-culturales con los sectores público y privado debe ser fructífera; es por ello que esta maestría plantea una interdisciplinariedad que integre los elementos de la gestión cultural, administrativa, financiera y legal en la producción artístico-cultural.

**Palabras clave:** *Emprendimiento, industria, cultura, artista*

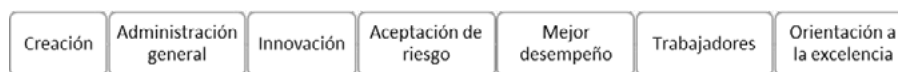


La inevitable globalización cultural y el inminente crecimiento de la población mundial se han salido de control para muchos gobiernos y este descontrol se ha venido transformando en un problema social. Esto ha orillado a las grandes urbes a descentralizar sus dependencias con la finalidad de generar desarrollo y crecimiento económico en las mismas y, por ende, buscar una mejora en el ámbito social de las regiones, generando así tasas de crecimiento económicas que beneficien a las poblaciones locales, nacionales e internacionales. ¿Es posible que el artista de hoy sea capaz de convertirse en un emprendedor cultural? Pero ¿qué es un emprendedor?

Harper (1991) lo identifica como una persona capaz de revelar oportunidades y poseedor de las habilidades necesarias para elaborar y desarrollar un nuevo concepto de negocio; esto es, tiene la virtud de detectar y manejar problemas y oportunidades mediante el aprovechamiento de sus capacidades y de los recursos a su alcance, gracias a su autoconfianza (Alcaraz, 2011, p. 2).

Si nos remontamos a décadas pasadas, el artista siempre ha sido gestor de sus propias obras, sin embargo, en la actualidad existe la necesidad de tener más especialización en cada una de las tareas que deben realizarse al momento de generar nuevas ideas que conlleven a la ejecución de un proyecto artístico-cultural. Esto demanda en el artista ciertas competencias que lo hacen convertirse en un verdadero emprendedor.

### Conductas y acciones de un emprendedor



Fuente: Elaboración propia basada en las definiciones de VanderWerf y Brush (1989).

Cada una de las ideas generadas en los hemisferios de nuestro cerebro pueden discernirse para elegir solo las más fáciles de realizar, o bien las más factibles de llevar a cabo de acuerdo al contexto en el que se pretende aplicarlas. No obstante, en algunas ocasiones solo se quedan en ideas.

El emprendedor genera ideas creativas, pensando en una empresa o unidad de negocios. Después las organiza eligiendo las que son factibles de llevarse a cabo, propiciando siempre algo nuevo (innovador). El siguiente paso es la aceptación de riesgo, esto quiere decir que siempre

estará dispuesto a arriesgarse en la búsqueda del cumplimiento de metas y objetivos, desempeñándose de la mejor manera y volviéndose un adicto al trabajo para obtener resultados mediatos ya que consideran que todo es posible, eso los hace sentirse orgullosos y satisfechos de las tareas realizadas.

Para iniciar un proyecto emprendedor no es suficiente una idea innovadora, se requiere integrar un plan para llevarla a la práctica. Aunque no es conveniente forjar muchas ideas al mismo tiempo, cabe recordar que las empresas deben mejorar en forma continua; es decir, no hay que descartar las ideas que no se apliquen, ya que es posible incluir innovaciones poco a poco, centrándose en una cada vez para controlar, facilitar y asegurar su aplicación (Alcaraz, 2011, p. 11).

No es solo decir que el que genera ideas es un emprendedor. Más allá de propiciar alternativas para crear nuevos proyectos que impacten de manera positiva en un sector social específico, debe pensarse en una visión muy amplia en la se busque una réplica de dichos proyectos para que haya un mayor número de beneficiarios.

Se habla mucho del gestor y promotor cultural como pioneros en proyectos de intervención social con alto impacto económico sin embargo, Olmos y Santillán (2008) en su libro *Culturar las formas del desarrollo*, mencionan que frente a los modelos culturales cerrados un gestor cultural o promotor cultural creativo será aquel que desde su práctica cotidiana produzca cambios que deriven en la construcción de modelos culturales abiertos capaces de dinamizar y orientar nuevas estrategias de comunicación y contacto humano que lleven, a su vez, a la construcción de nuevos modelos y nuevas aperturas (Alcaraz, p. 27).

### **¿Por qué el emprendimiento cultural es una alternativa para el artista de hoy?**

Las instituciones culturales del país promueven la producción artística apelando al conocimiento administrativo del artista, es decir, en un sentido de apoyo económico y en ocasiones de organización. Se olvidan de la planeación, dirección, control, manejo de recursos, etc., por lo que las instituciones

culturales asumen su rol de cooperadoras y olvidan el de asesoras de la producción artística. Ante tal panorama, es entonces que el artista se encuentra en un ambiente demandante de conocimientos administrativos, pero no ofertante del mismo.

La UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) señala que “Una tasa de crecimiento sostenida, asociada a patrones repetitivos, constituye lo que se ha llamado crecimiento económico moderno, dicho crecimiento está ligado a las oleadas de descubrimientos científicos e inventos tecnológicos de la era moderna, a los que se deben los cambios de la organización económica y el aumento de la productividad (UNESCO, 2016).

Reflexionando un poco sobre la aportación que hace un artista al momento de presentar un espectáculo, considerado un proyecto de intervención en donde los espectadores son niños, jóvenes, adultos y adultos mayores, el nivel de impacto social se refleja en la demanda que ellos mismos refieren al final de cada evento, así lo afirma Mac Gregor (2016) en su libro *Proyectos Culturales: sus configuraciones y desafíos para el cambio social*: “La gestión cultural más que una disciplina para la investigación, es para la acción transformadora del entorno social donde incide” (2016, P. 19).

En impulsar cada día más los proyectos de emprendimiento cultural, es decir, introducirlos a manera de proyectos de intervención social que se dirijan hacia los diferentes sectores de la sociedad y con apoyo de inversiones públicas y privadas. El producto artístico y cultural debe explotarse y darse a conocer en cualquier sector social y medir su nivel de impacto en el mismo.

Así mismo la UNESCO publica que los beneficiarios incluyen una diversidad de partes interesadas en las zonas seleccionadas de los Programas de intervención, en particular las mujeres, jóvenes, minorías étnicas, personas indígenas, representantes del sector privado (es decir, aquellos que participen en las industrias culturales y creativas), y organizaciones de la sociedad civil (incluyendo la comunidad y los líderes religiosos), así como las autoridades gubernamentales (a nivel central y descentralizado) y las instituciones públicas, ilustrando así la repercusión de los programas conjuntos en todos los niveles de la sociedad (UNESCO, 2016).

El mayor reto legal para los emprendedores artístico-culturales es sin duda enfrentarse a este constante proceso de transformación de la sociedad mexicana. Las políticas culturales representan una alta prioridad como factor generador de acciones identificadas con los más altos intereses nacionales. La cultura y la educación son, cada vez más, factores prioritarios dentro de las políticas gubernamentales.

En el ámbito internacional, la política educativa, científica y cultural gubernamental se orienta a complementar los esfuerzos productivos de la sociedad y a fortalecer los vínculos de solidaridad con todos los países. “Por ello, es muy difícil hablar de políticas culturales fuera de contextos económicos y de impacto social, particularmente en el ámbito comunitario” (Marcelli, 2018, p. 19).

La globalización se sustenta en una economía integral en donde sus características principales detonan un avance exponencial de la información y el conocimiento. Este proceso se ha visto acompañado de la necesidad de identificación de los grupos sociales. Se han reivindicado así las tendencias de agrupación regional, y la defensa de las peculiaridades culturales, es por eso que la cultura y el arte constituyen hoy en día elementos fundamentales de identidad individual y colectiva. “Propiciará un reordenamiento del tablado jurídico para un desempeño eficaz del empresariado cultural” (Cruz, 2016, p. 106).

Las industrias culturales requieren una política de apoyo adecuada para poder llevar adelante propuestas y, en pro de las mismas, existe una amplia legislación específica. Ella está compuesta por artículos constitucionales, disposiciones sobre administración cultural y diversas leyes y reglamentos que rigen la normatividad del sector cultural. “Marcelli (2018) menciona que, en el campo cultural, la rentabilidad de un proyecto cultural no se agota en el intercambio entre costos y ganancia, sino que se extiende en el impacto y el beneficio social del proyecto cultural mismo” (Cruz, p. 20).

Durante muchos años, la cultura en México estuvo regulada por varios organismos hasta el año 2015, que entra en operaciones la Secretaría de Cultura; sin embargo, ésta misma sigue apegándose a los diferentes reglamentos, decretos, acuerdos y algunas disposiciones que contienen referencias sobre el arte o la cultura. “El paso de la era industrial a la era del conocimiento plantea nuevos escenarios para el desarrollo, la economía y, por supuesto, para el sector cultural” (Neugovsen, 2016, p. 124).

Las empresas desempeñan un papel muy importante en la economía de los países, ya que toman decisiones sobre qué producir, la cantidad y calidad de los bienes que producen, cómo y con qué los elaboran y

para quién están destinados. Los bienes y servicios producidos por las empresas constituyen la oferta en una economía.

En México existen aproximadamente cuatro millones 15 mil unidades empresariales, de las cuales 99.8 % son pequeñas y medianas empresas (PyMES). Las PyMES actualmente generan 52 % del Producto Interno Bruto (PIB) de acuerdo con la Banca Empresarial Banamex, así como también el 72 % de los empleos en el país. De estas PyMES el 23% son PyMES Culturales (INEGI, 2010).

Hasta hace una década, no se le daba apoyo a las PyMES culturales, pero ahora la situación para muchas de ellas ha cambiado ya que las instituciones privadas en su mayoría han impulsado estas empresas a través de sus fundaciones. Sin embargo, todavía no existen regulaciones al respecto, sobre todo en lo fiscal ya que quienes se ven favorecidas son las fundaciones (como intermediarias) mas no el creador, productor y/o gestor del proyecto artístico-cultural.

Las industrias creativas y las empresas culturales son parte del rostro productivo de México. Generan una gran diversidad de bienes, servicios y productos, dinamizan el empleo y la economía a la vez que benefician a la sociedad. Por ello, hemos diseñado un programa integral que incluye capacitación y financiamiento para impulsar el crecimiento y desarrollo de industrias y empresas basadas en insumos creativos, en su capacidad de innovación y en su historial en el mercado (Instituto Cultural de León, 2014).

### **¿Qué es una industria cultural y creativa?**

Para la Unesco las industrias culturales y creativas son: “[...] aquellos sectores de actividad organizada que tienen como objeto principal la producción o la reproducción, la promoción, la difusión o la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial” (UNESCO, 2016).

La Secretaría de Cultura Federal estableció en su estrategia 2.2 dentro del Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 que se deberá “Fortalecer la profesionalización de artistas, promotores, gestores y trabajadores de la cultura” (Secretaría de Cultura Federal, 2017). Fortalecer la profesionalización de todos los actores inmersos en proyectos culturales, implica fomentar e impulsar el emprendimiento con los artistas y no artistas

que estén interesados en llevar a cabo sus ideas innovadoras para el beneficio propio y social.

Las estadísticas sobre el éxito de los emprendimientos no son nada alentadoras ya que algunos estudios realizados por economistas expertos afirman que “en los próximos 15 años se perderán más de 800 millones de puestos de trabajo por esta transformación productiva, pero también señalan que los trabajos que menos serán afectados son las actividades basadas en la creatividad y en la interacción humana, dado que las máquinas no pueden replicar estos procesos (Santa Cruz, 2018).

La recuperación económica, si nos ceñimos exclusivamente al ámbito de la iniciativa privada, será a través de pequeñas redes de mercado y de PyMES culturales. Como se muestra en la siguiente tabla, se puede observar la aportación que impacta en el PIB (Producto Interno Bruto) de acuerdo a cada actividad cultural registrada en el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) en el 2016.



Fuente: Elaboración propia de acuerdo a datos del INEGI (2016).

A manera de conclusión, los beneficios sociales-económicos inmediatos y evaluables a partir del funcionamiento de empresas culturales a través de proyectos de intervención social serían:

- Incremento en la proyección profesional del artista (mediante la ampliación del espectro de difusión, distribución y promoción de la producción artística y cultural).



- Mayor impacto social de la producción artística y cultural (mediante la planeación y dirección de programas de formación de públicos y marketing social).
- Sustentabilidad económica del creador y gestor (mediante proyectos de autoempleo y captación de fondos).
- Fortalecimiento de vínculos con el estado (mediante el conocimiento de los mecanismos administrativos públicos culturales, normas, funciones, facultades, presupuestos, organigramas, transparencia y servicio civil de carrera).
- Mayor comunicación con la sociedad (mediante la vinculación con los diferentes actores de un contexto social específico)
- Vinculación social y sustentabilidad

El Foro Económico Mundial alertó, también, que el 60% de los trabajos actuales desaparecerán en las próximas décadas debido al avance de la “automatización” y que los tres requerimientos que tomarán en cuenta en el futuro los empleadores serán: la resolución de problemas complejos, el pensamiento crítico y la creatividad (Santa Cruz, 2018).

La evolución de la tecnología y la automatización como lo menciona Santa Cruz (2018) en el párrafo anterior, han generado que poco a poco se sustituyan las actividades del ser humano por la programación tecnológica y, en algunos casos, la robótica; sin embargo, algo que no podrán sustituir los robots ni la tecnología de punta será la capacidad de crear una condición que el artista de ayer, hoy y siempre no podrá perder por muy globalizado que el mundo esté. Es por eso de la importancia de fomentar el emprendimiento cultural para propiciar una mejor calidad de vida en los ciudadanos de cualquier entidad y al mismo tiempo contribuir al desarrollo y crecimiento económico de una nación. *Albuquerque (1996) menciona que:*

[...] desarrollo local es: aquel proceso reactivador de la economía y dinamizador de la sociedad local que, mediante el aprovechamiento eficiente de los recursos endógenos existentes en una determinada zona, es capaz de estimular su crecimiento económico, crear empleo y mejorar la calidad de vida de la comunidad local” (Olmos & Santillán Güemes, 2008, p. 54).

Como conclusión de este artículo, retomaré una de las características más importantes que debe tener el emprendedor cultural, y ésta es, sin

duda, el tomar riesgos e ir en búsqueda de la excelencia. Todo es perfectible, nada está garantizado al primer intento hasta que no se realiza y se miden los alcances y se trabaja en las debilidades. Los organismos locales, nacionales e internacionales están volteando a ver cada vez más las Industrias Creativas y Culturales (ICC) porque ponen todas sus expectativas en que éstas mejorarán y ayudarán a disminuir las problemáticas sociales mundiales.

Teniendo en cuenta este contexto, es más sencillo entender por qué el impacto producido en la economía por el progreso de las Industrias Creativas y Culturales (ICC) acapara la atención de los economistas, que comenzaron a ver en ellas una fuente de desarrollo que permita una vía de solución al problema del desempleo, sobre todo en esta parte del mundo (Santa Cruz, 2018).

## Bibliografía

- Alcaraz, R. R. (2011). El emprendedor de wéxito: guía de planes de negocios. México: Mac Graw Hill.
- CONACULTA. (24 de marzo de 2016). Secretaría de Cultura. Recuperado de Secretaría de Cultura: <http://sic.conaculta.gob> (NO ABRE LINK)
- Cruz Vázquez, E. (2016). Sector Cultural: Claves de acceso. México: Editarte.
- Instituto Cultural de León. (2014). Programa Nacional de Fomento y Estímulo a las Industrias Creativas y Empresas Culturales. Instituto Cultural de León, 1. (No esta claro de que es esta referencia)
- Mac Gregor, J. A. (Coord.). (2016). Proyectos Culturales: sus configuraciones y desafíos para el cambio social. México: INTERSECCIONES. (Es una recopilación de ensayos, Mac Gregor fue el coordinador)
- Marcelli, A. (2018). "Prólogo". En A. Gras, Fondos y recursos alternos. Emprendimientos culturales y artísticos (p.p.. 19-20). México: INTERSECCIONES.
- Olmos, H. A. (2018). Gestión Cultural e Identidad: Claves del desarrollo. Buenos Aires: Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo.
- Olmos, H. A., & Santillán Güemes, R. (2008). CULTURAR, Las formas del desarrollo. Buenos Aires: CICCUS.
- Santa Cruz, D. (17 de mayo de 2018). Industrias creativas y culturales: ¿La cuarta revolución industrial? Recuperado de Industrias creativas

- y culturales: ¿La cuarta revolución industrial?: <https://www.lanacion.com> (NO ABRE LINK)
- Secretaría de Cultura Federal. (28 de febrero de 2017). Informe-de-Avances-PECA-2016. Recuperado de Informe-de-Avances-PECA-2016: <https://www.gob.mx> (Da a la pagina principal del sitio, no a la información exacta)
- UNESCO. (13 de marzo de 2016). UNESCO y Cultura. Recuperado de UNESCO y Cultura: <http://www.unesco.org/>
- Universidad Nacional de Cuyo. (2005). Formulación de Proyectos Culturales. Buenos Aires: Turismo y Cultura.

