

**Estudios sobre
Arte Actual**

**Número 5
Julio de 2017**

83

Artes rentables

Profitable Arts

ANA CRISTINA MEDELLÍN GÓMEZ

Universidad de Querétaro (México)

Resumen:

El propósito del presente artículo es reflexionar sobre las razones por las que algunos artistas regalan su trabajo, por lo cual se usa la frase, “por amor al arte”; también se plantea la importancia de valorar el trabajo artístico con la dignidad requerida, se busca fomentar el análisis de la creación artística, para identificar actividades redituables que reivindican el trabajo de grandes empresas culturales que generan productos artísticos comercializables con grandes ganancias. Para ello se usa como ejemplo a la agrupación Circo del Sol y su crecimiento a nivel mundial. Finalmente, se plantea una ruta crítica para la creación de productos artísticos que se consideren de calidad y se puedan comercializar.

Palabras clave: Arte, ingresos, mercadotecnia, calidad.

Abstract:

This article is intended to think over the reasons of why some artists give their work for free, as a consequence of which the phrase “for love to art” is often used. Also, the importance of valuing artistic work with the dignity it requires is examined, as well as encouraging the analysis of artistic creation to identify profitable activities that vindicate the work of large cultural companies that generate marketable artistic products with large profits. As an example of this, the Cirque du Soleil (Circus of the Sun) and its worldwide growth may be mentioned. Finally, a critical route for the creation of artistic products considered of high quality and marketable is proposed.

Keywords: Art, income, marketing, quality.

1. Introducción

Para cualquier profesión ganar dinero es un aliciente importante, sin embargo, en el campo de las artes escénicas hay una frase muy popular: “por amor al arte” que da por sentado que los profesionales que se desarrollan en el campo de las artes, y que pueden ser intérpretes, creadores, críticos o investigadores, trabajan “por amor al arte”, dejando de lado en muchos casos la remuneración económica. Si bien esa es una creencia común lo cierto es que los artistas, como el resto de las personas, requieren de un salario digno que les permita crear, emprender, innovar y aportar algo a la sociedad a la que pertenecen.

Debido a la importancia de difundir la cultura, los gobiernos reclutan artistas y espectáculos para realizar actividades culturales que se ponen al alcance de las comunidades sin costo alguno, como se observa en la imagen I, se ofrece un concierto gratuito para el espectador pero donde los participantes sí recibieron un pago por su trabajo. Como este ejemplo, en todo el mundo se realizan infinidad de actividades contratadas por los gobiernos, estas actividades en ocasiones son pagadas a quienes las realizan con tarifas justas, pero la mayoría de las veces se pagan por debajo a su valor real.

La Presidencia Municipal de Querétaro, a través de la Secretaría de Desarrollo Humano y Social y el Instituto de Cultura en colaboración con el Museo Regional de Querétaro presenta

ALCALDE CERCAÑO

Camerata
Santiago
de Querétaro
Dir. **JESÚS ALMANZA**

SOLISTAS: **FRANK MORALES - VIOLÍN**
GILBERTO NUÑEZ - VIOLA

J. HAYDN
SINFONÍA NO. 48 EN DO MAYOR "MARIA TERESA"

W. A. MOZART
SINFONÍA CONCERTANTE PARA VIOLÍN, VIOLA Y ORQUESTA



MIÉRCOLES
4 de Octubre a las 20:00 hrs. Teatro de la Ciudad
"30 Aniversario de la Escuela de Laudería"
Homenaje al **Maestro Luthfi Becker**

www.municipiodequeretaro.gob.mx
Facebook/CulturaQroMunicipio

ENTRADA LIBRE

Museo Regional de Querétaro, Instituto de Cultura, Ayuntamiento de Querétaro, Jalisco-Parejo

Imagen I.- Cartel digital del la Camerata Santiago

Si bien todas las culturas han desarrollado actividades artísticas, no todas las actividades artísticas son bien remuneradas; ante la inseguridad de contar con un salario mensual o quincenal como principal fuente de ingresos, los artistas se ven en la necesidad de emprender proyectos redituables por cuenta propia para buscar acceder a una mejor estabilidad financiera. Esta idea, en un principio simple, no es tarea fácil ya que requiere de un cierto entrenamiento y de una visión especial.

Muchos de los profesionales de las artes, tienen más de un trabajo en áreas que no son de su completa formación; algunos se dedican a la docencia sin haber realizado estudios específicos de didáctica o pedagogía, otros combinan su trabajo artístico con la venta de productos de toda índole o realizan tareas esporádicas por bajas remuneraciones, o bien, complementan sus ingresos con retribuciones asociadas a becas del estado que se ganan sobre proyectos, cuya máxima extensión son de tres años, como el caso del Sistema Nacional de Creadores en México.

2. Métodos

A continuación se identifican cinco aspectos que se requieren para realizar espectáculos escénicos redituables:

1.- La importancia de los estudios profesionales en el área de desempeño. Si bien durante muchos años, los artistas en general no necesitaron reconocimientos oficiales que avalaran su creatividad y conocimientos, la mayoría de los artistas creadores e intérpretes de hoy en día no cuentan con títulos profesionales –al menos no en artes– y sin embargo la mayoría de ellos vive de dar clases, pues se ha visto la necesidad de desarrollar habilidades docentes para la supervivencia y para la dignificación de la enseñanza. *“La persona del profesor es tan importante como el contenido que transmite. Cualquier contradicción entre la manera de comportarse hacia los alumnos y la naturaleza de sus palabras neutraliza el mensaje explícito”*. (Le Breton, 2010 pp 83)

Aunque muchos de ellos poseen enorme talento, el no tener un título que los respalde se convierte en obstáculo para poder acceder a algunos puestos de trabajo, como el de impartir clases a nivel universitario. A este respecto, las modificaciones de los sistemas de contratación en el mundo en general y en el arte en particular, han desatado una exigencia familiar y social de contar con estudios universitarios, ese es uno de los principales motivos que impulsa a los intérpretes y creadores artísticos a ingresar en instituciones educativas que les ofrecen un título universitario, a pesar de seguir abiertas las opciones para realizar una formación profesional en instituciones privadas como academias, o públicas que dependen de las instituciones vinculadas al arte y la cultura. Por ejemplo en México, el Centro Nacional de las Artes y la Escuela Superior de Música y Danza de Monterrey, dependen del Instituto Nacional de Bellas Artes y cuentan con reconocido prestigio para la enseñanza profesional de la danza, pero sus títulos de licenciatura no son compatibles con licenciaturas similares en otros países.

Los estudios en arte como carrera universitaria han proliferado rápidamente en los últimos años, y hoy en día, muchas universidades alrededor del mundo ofrecen talleres, diplomados, licenciaturas y postgrados en el área de las artes con enfoques muy diversos. En México, las universidades públicas y privadas ofrecen diversas licenciaturas en el campo del arte. Todas estas carreras están vinculadas y administradas por profesionales de las artes que, en su mayoría, hicieron dos carreras, por un lado la de profesionales de las artes mayormente en escuelas del Instituto Nacional de Bellas Artes, y otra no siempre del área en que realizaron estudios universitarios (como sociología, filosofía o incluso ingenierías) para cumplir con la acreditación necesaria del título en licenciatura y esos maestros son los que trabajan doblemente para cubrir con sus actividades laborales y simultáneamente nivelar el campo profesional de las artes dentro de los parámetros internacionales, aunque esas situaciones han empezado a cambiar desde la inserción de los egresados de las licenciaturas en arte que se fueron

incorporando al campo laboral en las últimas décadas. Como se observa en la imagen II, donde se solicita a la Coordinación de Artes Escénicas de la Facultad de Bellas Artes de la Universidad Autónoma de Querétaro en México, personal profesional para cubrir varias vacantes en el área de docencia, entre las que están licenciados en música y licenciados en danza, entre otros empleos para áreas de ciencias sociales y ciencias exactas.

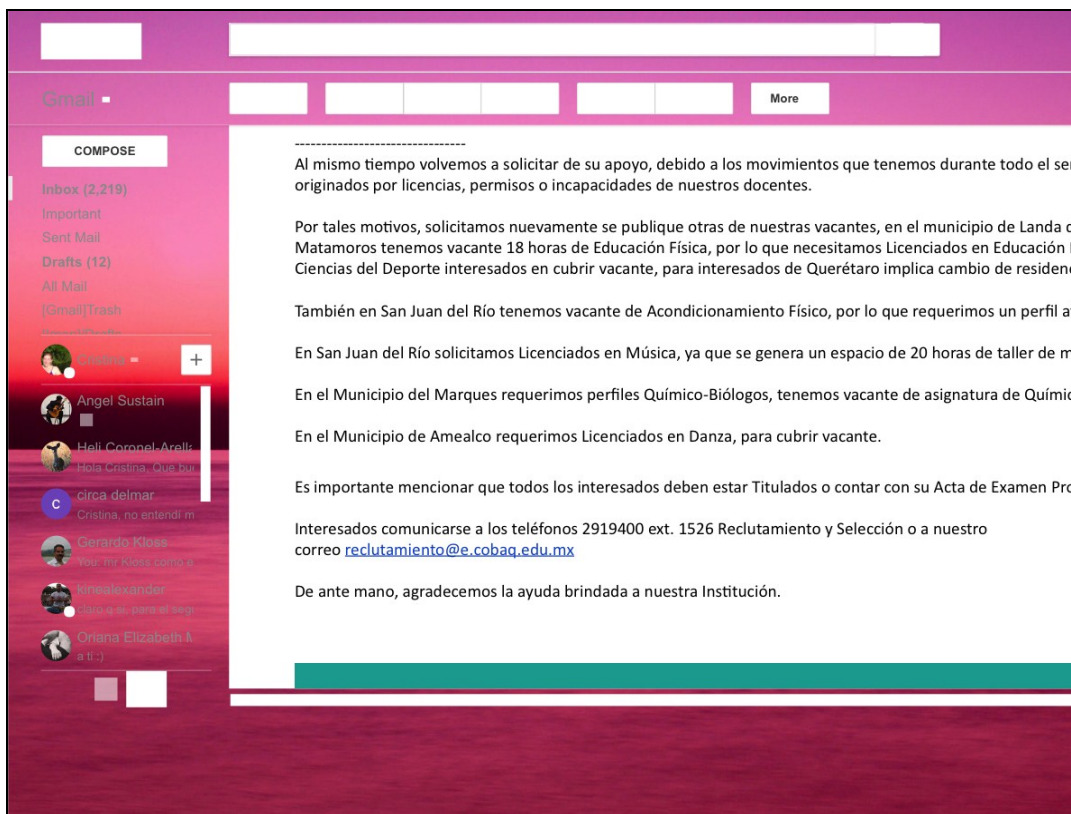


Imagen II.- Foto de pantalla de correo personal de Cristina Medellín.

2.- El enfoque empresarial de las artes desde el ámbito universitario. Hace algunos años que en varios programas educativos del país se identificó como prioridad la importancia de evaluar si sus esfuerzos habían sido suficientes, y se enfocaron no sólo en el éxito artístico, sino que también se propusieron evaluar el éxito económico de sus egresados; pareciera que se carece de enfoque empresarial, desde el cual los proyectos de artes puedan ser productos comercializables de éxito, como lo ha demostrado ser el Circo del Sol; agrupación que se integró a la producción escénica desde su origen en 1984 con intenciones comerciales.

En 1984, Guy Laliberté vio la celebración del 450.º aniversario del descubrimiento de Canadá por parte de Jacques Cartier que tuvo lugar en Québec, como una oportunidad para emprender una gira provincial oficial junto a la compañía. El espectáculo era una sorprendente y sensacional combinación de artes circenses (sin animales) y actos callejeros con trajes alocados y extravagantes, iluminación mágica y música original. Laliberté apodó Cirque du Soleil porque, en sus propias palabras, “El sol simboliza la juventud, la energía y la fuerza”. (Solei, 2000)

Vale la pena mencionar que en el mundo del arte, hasta antes del fenómeno del Circo del Sol, dedicarse al circo era visto como una de las actividades de entretenimiento peor pagadas a nivel mundial, por eso es necesario considerar el hecho de que el Cirque se expandiera rápidamente en un lapso de 10 años (entre 1990 y 2000) al pasar de dos emprendedores: Guy Laliberté y Daniel Gauthier, a 4,000 empleados, que se ha presentado en más de 40 países, con un total de 22 espectáculos exhibidos en 250 ciudades de los cinco continentes (excepto Antártida) y con ingresos al año superiores a 800 millones estimados hasta 2010. Las múltiples funciones ofrecidas actualmente en Las Vegas reciben a más de 9,000 espectadores cada noche, lo cual da un total de 3 millones de espectadores tan sólo en esa ciudad. Los boletos para los espectáculos de Las Vegas, como se observa en la imagen III, pueden alcanzar precios de hasta 1,187 dólares por asiento y dando dos o tres funciones todos los días de la semana.

VIVIDSEATS CIRQUE DU SOLEIL O
Wed, Oct 4, 2017 9:30 PM - Bellagio, Las Vegas, NV

NOTE: Prices set by sellers, may be over face-value. Seats are together, unless noted. Experience Vivid Seats 100% Buyer Guarantee Sell Tickets

FILTER: Qty Any Price \$152 \$1187 Group Selector Help Center

LOWER ORCHESTRA 103 Row K	QTY 2	\$262.00 ea.	BUY
UPPER ORCHESTRA 204 Row Q	QTY 7	\$262.00 ea.	BUY
LOWER ORCHESTRA 103 Row H	QTY 2	\$288.00 ea.	BUY
LOWER ORCHESTRA 104 Row N	QTY 6	\$1021.00 ea.	BUY
UPPER ORCHESTRA 204 Row V	QTY 4	\$1021.00 ea.	BUY
LOWER ORCHESTRA 103 Row G	QTY 2	\$1187.00 ea.	BUY
300 Row R	QTY 6	\$189.00 ea.	BUY
300 Row L	QTY 4	\$199.00 ea.	BUY

SEATING CHART: BALCONY, LOGGA 300 (RIGHT), LOGGA 300, LOGGA 300 (LEFT), UPPER ORCHESTRA, LOWER ORCHESTRA, STAGE, 303, 304, 302, 204, 203, 202, 205, 104, 103, 102.

Charts may not be drawn to scale. Report Chart Errors

Imagen III.- Página de venta de boletos para el espectáculo "O" del Circo del Sol, con precios de octubre de 2017.¹

Este fenómeno de las Artes Escénicas antes no podía considerarse como posible, es por eso que para efectos de lo que en este momento nos ocupa, el enfoque empresarial se apoya en la metodología de la mercadotecnia. De esa manera, tras la revisión y evaluación de los currículos en artes escénicas, las carreras universitarias en artes escénicas alrededor de 2007 comenzaron a incluir en sus programas de estudio materias como: gestión cultural, administración de empresas y mercadotecnia entre otras, que ofrecen a los futuros profesionales herramientas que le permiten ser gestores de sus propias empresas culturales. Así, la gestión cultural se utiliza como metodología creativa donde se aplica el mercadeo para lograr realizar montajes escénicos que sean de interés y estén dirigidos a un sector de la población que esté dispuesto a pagar por ese tipo de entretenimiento.

¹ <https://www.vividseats.com/theatre/cirque-du-soleil-o-tickets/cirque-du-soleil-o-2-25-2505960.html>

Es así cómo se observa que la instrucción universitaria contemporánea no solo debe cubrir los aspectos pedagógicos para ser un buen creador, intérprete o investigador, también se vuelve fundamental generar materias que permitan la construcción de modelos empresariales pertinentes en la sociedad a la que van dirigidos. Esto, tiene como finalidad aportar una metodología de enseñanza que permita el uso de la gestión como proceso para destacar a nivel empresarial.

Como antes se mencionó, la gestión cultural y la mercadotecnia, apenas tienen unos cuantos años incluyéndose como parte del currículo de algunos programas educativos dedicados a las artes, pero son concebidas como instancia relacional, de intercambio y puesta en común para desarrollar modelos de producción escénica que resulten redituables.

3.- La importancia de todos los productos de creación artística. Se debería trabajar en tener claridad en cuanto a qué público van dirigidos y, con esa claridad, generar tabuladores de precios y de gastos de inversión relacionados a la producción y pagos diversos que aseguren su rendimiento económico para poder, desde las artes, incrementar significativamente la inserción intencional al mercado del arte. En dicho campo profesional, se desarrollan creadores, directivos, empresarios, intérpretes, maestros, coreógrafos, críticos o investigadores, todos ellos trabajan para poner en el mercado del arte un producto que les retribuya económicamente. Muchos de estos profesionales no se ven en posibilidades de contar con empleo permanente que sea su principal fuente de ingresos y les brinde un salario mensual o quincenal, por lo que emprenden proyectos temporales que les permitan tener ingresos que por lo general no son suficiente para lograr una estabilidad financiera. A la par de esta situación, muchos de estos proyectos fracasan, debido a que, si bien ganar dinero es un aliciente importante, no es lo único que se debe tomar en cuenta. Lo primordial es considerar que el producto artístico debe ser atractivo al público receptor y debe existir una relación entre el costo del boleto o de la obra y la calidad de la misma.

A pesar de que se trabaja para unificar la calidad de los productos artísticos en todas sus áreas: música, pintura, danza, teatro, etc., cada obra siempre será diferente; no importa si es la misma obra o incluso la misma escena, será diferente tan sólo por el hecho de sabernos diferentes de un día a otro, porque de un día a otro pudimos haber resuelto algún conflicto o viceversa. Es por esto que, cuando vemos a un actor reír a carcajadas, o llorar y hacernos sentir pena por su tristeza, parte de él va en esa risa o llanto, parte de sus vivencias, de sus sueños, de sus anhelos, etc. Sin embargo, y a pesar de que se conoce que la diferencia en los procesos de producción artística es una constante, el creador busca construir la obra perfecta donde todo ocurra en el momento preciso. Para eso se elaboran bocetos, planos, proyectos, estructuras coreográficas y partituras entre muchos instrumentos de apoyo para la creación artística, como las partituras de acciones físicas que se utilizan en la actuación. “ *La partitura del actor consta de los elementos del contacto humano: “dar y tomar”. Hay que tomar otra gente, confrontarla con uno mismo, con la propia experiencia y los pensamientos y ofrecer una respuesta.*” (Grotowsky, 1984 pp 75)

En esta confrontación con la experiencia propia del ejecutante, se interactúa en el trayecto hacia el desplazamiento de las experiencias propias y la construcción de un personaje complejo, es cuando desarrolla la habilidad de recrear las experiencias

humanas para la escena que por su naturaleza se encuentran en constante cambio, así:

“Cualquier escena es una multiplicación infinita de percepciones posibles, incluso si en el centro de una misma colectividad las sensibilidades y el lenguaje son suficientemente cercanos para llegar a entenderse (Le Breton, 2010 pp. 39,169)...este proceso de desplazamiento no puede continuarse indefinidamente” (Cole, 1986 pp 36)

El actor tendrá que encontrar los elementos que le permitan el balance de sublimación-interpretación, que sean adecuados para sostener su personaje durante toda la temporada sin que éste se vuelva una carga psicológica para su persona.

89

En el caso de la danza, también se pretende identificar cuáles son los aspectos observables y medibles en el proceso de interpretación que realiza el espectador al presenciar una coreografía, separando aquellos aspectos que se realizaron desde la intencionalidad del coreógrafo.

No se aprende a hacer coreografía leyendo o escuchando hablar sobre ella, o asistiendo a los conciertos de danza de las principales compañías. Se aprende haciendo coreografía, experimentando; creando pequeños trozos, piezas y frases dancísticas; jugando con los materiales del oficio una y otra vez hasta que se convierten en una segunda naturaleza. (Blom & Chaplin, 1996, p. 56)

En este caso se puede hacer un análisis comparativo entre el proceso creativo de dos importantes coreógrafos; por un lado Merce Cunningham, –que se basa en el azar y en el uso de las geometrías para crear líneas que el espectador interpreta con facilidad como estéticas– a diferencia del trabajo de construcción consensuada de Pina Bausch –que da un sentido de interiorización a cada elemento en el escenario con apoyo de los procesos personales de sus ejecutantes– donde el proceso proviene de un estímulo emocional interno. Así se observa que a pesar de que ambos coreógrafos utilizan formas de creación completamente diferentes, los dos consiguen comunicar con eficacia un mensaje significativo al espectador y en ambos casos sus compañías lograron éxito y estabilidad económica.

4.- La función social de las Artes Escénicas. Es necesario que el producto cumpla con una función social determinada, la idea de crear, emprender, innovar y aportar algo debe responder a satisfacer necesidades sociales desde el aspecto del arte. La sociedad requiere tiempo de esparcimiento y el simple entretenimiento también es viable para la venta de arte.

Los procesos de creación artística, suponen el acto de realizar un discurso específico con una intención personal en el que, de una u otra forma, se cumpla una interacción con el público, siendo su destino final la exhibición.

El trabajo artístico es una elaboración del mundo interno, que se esfuerza por traducirlo y mostrarlo a través de imágenes, movimiento (corporal, espacial), música, argumento, texto, narración, experiencias e interpretaciones subjetivas, sean de orden puramente sensorial, emotivo, psíquico, físico o cualquier otro. Este trabajo implica la apropiación y el conocimiento de una o varias técnicas con las cuales se desarrolle un lenguaje que dé identidad al artista.

El modo de proceder para componer una obra de arte varía considerablemente de una

persona a otra, por ejemplo: Algunos tienen una idea totalmente formada de la obra y cuentan con equipos de trabajo multidisciplinarios, otros trabajan en forma aislada, algunos más dependen totalmente del trabajo de sus colaboradores, como en el caso del cine, teatro, danza y música en vivo. La idea es, en sí, parte del proceso de creación, es decir, un coreógrafo no puede simplemente crear sin tener un camino que seguir. El primer paso, dirían los expertos, es delimitar el fin de la composición. El montaje debe ser coherente con la idea general que se pretende expresar, por ello, clarificarla es parte determinante de la construcción.

Crear empleos y mejorar la calidad de vida de los participantes en dichos proyectos es también un claro objetivo de los creadores independientes y de las empresas culturales. Sin embargo, lograrlo no es tarea fácil, ya que requiere de procesos constantes de autocritica y un entrenamiento especializado en administración de empresas, además de una visión comercial, sin que la palabra comercial signifique abaratar la calidad de los productos artísticos.

5.- Aceptar y utilizar las críticas. Es una tarea necesaria de todos los creadores, requiere de un análisis profundo de las opiniones de críticos y espectadores con referencia a la producción artística que se está realizando, de esa manera se podrán medir con datos reales cuáles son los productos de mejor aceptación y cómo este tipo de productos serán considerados de calidad por el público consumidor.

Esto se puede lograr también analizando casos particulares de creadores consagrados por la crítica, que se identifican con el éxito económico y que pertenecen a un grupo de artistas valorados también por la calidad de sus obras. Cabe puntualizar que se hace referencia de artistas que estando con vida, lograron rebasar el simple hecho de vivir del arte y construyeron empresas culturales multimillonarias en los ámbitos de la música, el cine, la pintura o la literatura.

Por otro lado, también se recomienda estudiar el mercado para determinar cuáles son las mayores atracciones en cuanto a espectáculos masivos que son redituables en la actualidad y cómo se pueden determinar acciones concretas para lograr un mayor éxito económico para las empresas culturales.

3. Materiales

¿Qué preguntas son necesarias antes de iniciar un proyecto de empresa cultural por el que se quiera obtener una remuneración económica?

¿Existe la demanda necesaria para este tipo de proyecto? En caso positivo cuál es la oferta de este tipo de proyectos y a qué tipo de competencia nos enfrentamos?

¿Se conoce a los compradores-objetivo? Y en caso afirmativo ¿estos compradores-objetivo se mueven más por rentabilidad de inversión y por prestigio de firma, que por gustos estéticos definidos?

¿Qué es lo que hace que un proyecto en particular sea atractivo para el público?

También se recomienda, durante el análisis de la viabilidad del proyecto, destacar el uso de la información del mercado del arte, para ello será primordial la observación

sistemática del proceso realizado en las obras que actualmente se consideran de éxito, como lo son las puestas en escena de la empresa cultural que se ha usado de ejemplo: el Circo del Sol. De esta manera, se podrá aplicar el método deductivo para establecer los puntos de relación entre el estudio de las obras antes mencionadas y la creación de un producto redituable determinado.

A manera de conclusión se ofrecen los siguientes pasos a seguir como una propuesta inicial para desarrollar empresas culturales:

- 1.- Realizar una investigación teórica para definir las bases de la gestión en el proyecto que se desea emprender.
- 2.- Establecer una metodología personal para aplicar el uso de la mercadotecnia al servicio del proyecto en particular.
- 3.- Analizar las creaciones previas de los integrantes del proyecto, con la finalidad de establecer si en dichas creaciones, ha existido una relación entre calidad y rentabilidad.
- 4.- Integrar los elementos detectados como comercializables, en favor de un discurso elaborado que se adecue al espectador receptor y permita vender el espectáculo a un precio que genere ganancias.
- 5.- Repetir los pasos anteriores en diferentes ocasiones hasta poder asegurar que se tiene un lenguaje propio que identifique este tipo de productos con la firma de una empresa propia.

Bibliografía

- Le Breton, D. (2010). *Cuerpo Sensible*. Santiago, Chile: Metales pesados.
- Cole, T. (1986). *Actuación un manual del método Stanislavsky*. México: Diana.
- Blom, L. A., & Chaplin, L. T. (1996). *El acto íntimo de la coreografía*. México: Instituto Nacional de Bellas Artes.
- Grotowsky, J. (1984). *Hacia un teatro pobre*. D.F, México: Siglo veintiuno editores.
- Solei, C. (2000, enero 2). *cirquedusolei.com.esp*. Retrieved febrero 20, 2018, from Historia del Aclamado Circo: <https://www.cirquedusoleil.com/es/sobrenosotros/historia>