



Universidad Central de Venezuela
Facultad de Humanidades y Educación
Comisión de Estudios de Postgrado
Maestría en Gestión y Políticas Culturales

**BUENAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN CULTURAL DE LOS ARTISTAS
PLÁSTICOS EN VENEZUELA.
CASO: COLECTIVA UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA 2014-2018**

Trabajo de Grado para optar al grado de
Magister Scientiarum en Gestión y Políticas Culturales.

Autora: Ing. Rocío Azuaje Contreras.
C.I-12.229.545

Tutora: Msc. Melany Centeno Korschunov
C.I-17.075.762

Caracas, enero de 2020



UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
COMISIÓN DE ESTUDIOS DE POSTGRADO



VEREDICTO

Quiénes suscriben, miembros del jurado designado por el Consejo de la Facultad de Humanidades y Educación de la Universidad Central de Venezuela, para examinar el **Trabajo de Grado** presentado por: **ROCIO ZAIRET AZUAJE CONTRERAS** Cédula de identidad N° 12.229.545, bajo el título **"BUENAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN CULTURAL DE LOS ARTISTAS PLÁSTICOS EN VENEZUELA. CASO: COLECTIVA UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA 2014-2018"**, a fin de cumplir con el requisito legal para optar al grado académico de **MAGÍSTER SCIENTIARUM EN GESTIÓN Y POLÍTICAS CULTURALES**, dejan constancia de lo siguiente:

1.- Leído como fue dicho trabajo por cada uno de los miembros del jurado, se fijó el día **27 de Febrero de 2020** a las **10:30 AM.**, para que **la autora** lo defendiera en forma pública, lo que ésta hizo en **el aula 14, piso 3 del Centro Comercial Los Chaguaramos**, mediante un resumen oral de su contenido, luego de lo cual **respondió satisfactoriamente** a las preguntas que le fueron formuladas por el jurado, todo ello conforme con lo dispuesto en el Reglamento de Estudios de Postgrado.

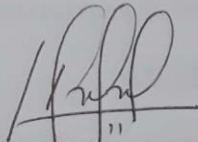
2.- Finalizada la defensa del trabajo, el jurado decidió **aprobarlo**, por considerar, sin hacerse solidario con la ideas expuestas por la autora, que se ajusta a lo dispuesto y exigido en el Reglamento de Estudios de Postgrado

Para dar este veredicto, el jurado estimó que el trabajo examinado cumplió con los criterios fundamentales de evaluación, a saber: **A) Coherencia. B) Relevancia. C) Precisión. D) Consistencia Teórica-Metodológica.** Asimismo el jurado consideró que es un aporte a la investigación desde una perspectiva novedosa y actual al estudio de las buenas prácticas de la gestión de las artes visuales. De igual modo, se recomienda incorporar las observaciones señaladas al Trabajo de Grado por el jurado designado.

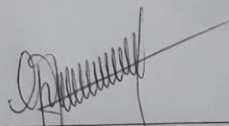
3.- El jurado por unanimidad decidió otorgar la calificación de **EXCELENTE** al presente trabajo porque constituye una referencia para el desarrollo de futuras líneas de investigación aplicadas al campo de la gestión cultural. En tal sentido, el Jurado por unanimidad recomienda su **PUBLICACIÓN** por lo argumentado anteriormente.

En fe de lo cual se levanta la presente ACTA, a los **27** días del mes de **Febrero** del año **2020**, conforme a lo dispuesto en el Reglamento de Estudios de Postgrado, actuó como **Coordinadora** del jurado la Profesora **MELANY ALEXANDRA CENTENO KORSCHUNOV** C.I. 17.075.762.

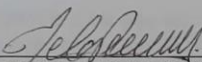
El presente trabajo fue realizado bajo la dirección de MELANY ALEXANDRA CENTENO KORSCHUNOV.



**PROF. CARLOS ENRIQUE GUZMÁN
CÁRDENAS**
C.I. V-5.610.738
Universidad Central de Venezuela
ININCO-UCV
Profesor Asociado



PROFa. MORAIMA B. GUANIPA U.
C.I. V- 7.604.299
Universidad Central de Venezuela
Escuela de Comunicación Social
Profesora Asociada



PROFa. MELANY ALEXANDRA CENTENO KORSCHUNOV
C.I. V-17.075.762
Universidad Central de Venezuela
ExtreModamente C.A
Tutora.



UCV. ININCO
RF.-27/2/2020



CONSTANCIA DE ASIGNACIÓN DEL NÚMERO DE DEPÓSITO LEGAL

Yo, **RAMÓN EDUARDO CORTEZ MATEUS**, venezolana, mayor de edad, titular de la cédula de identidad N° 17.115.898, en mi carácter de Director de Programa de Servicios Técnicos Bibliotecarios, Según consta en Providencia Administrativa N° 064-2019 de fecha 17 de septiembre 2019, emanada de la Dirección del Instituto Autónomo Biblioteca Nacional y de Servicios de Bibliotecas en uso de la atribución legal contenida en el Artículo 14° de la Ley de Depósito Legal, en concordancia con los Artículos 31° y 41° del Reglamento de la citada Ley; por medio del presente documento doy constancia que se le ha asignado a el editor / productor: **ROCIO ZAIRET AZUAJE CONTRERAS**.

TÍTULO DE LA OBRA / PRODUCTO / PRODUCCIÓN	NÚMERO DE DEPÓSITO LEGAL
Buenas prácticas de Gestión Cultural de los Artistas Plásticos en Venezuela. Caso: Colectiva Universidad Nacional Abierta 2014-2018	DC2020000264

Cabe destacar que el (los) número (s) indicado (s) deberá (n) ser impreso (s) conforme a lo establecido en los Artículos 16°, 17°, 18° y 19° del Reglamento de la Ley de Depósito Legal, y deberá consignar ante la División de Depósito Legal los ejemplares de la obra, producto o producción dentro de los treinta (30) días siguientes a su publicación y antes de su circulación, distribución y venta. En consecuencia dentro del lapso antes citado, deberá remitir un escrito indicando la cantidad de ejemplares que consigna con las especificaciones contenidas en los Artículos 15° y 21° del Reglamento de la Ley de Depósito Legal. El incumplimiento de las obligaciones que impone la Ley de Depósito Legal, acarrearán la imposición de una multa conforme a lo previsto en el artículo 11° en concordancia con el Artículo 51° del Reglamento de la citada Ley. El número asignado de Depósito Legal es válido para el año en curso tal y como lo contempla el artículo 31 del Reglamento de la Ley de Depósito Legal. En caso de que el número otorgado no sea utilizado, el mismo deberá ser devuelto por medio de notificación a la División de Depósito Legal, tal y como lo contempla el Artículo 34° del citado Reglamento. Constancia que se expide en Caracas, el día Lunes, 2 de Marzo de 2020.

RAMÓN EDUARDO CORTEZ MATEUS



1967



DC2020000264

AGRADECIMIENTOS

Cada día de mi vida consigo algo por lo cual estar agradecido y es una lección poderosa. Alice Barret

Agradecer es un buen motivo para atraer mayores energías positivas, es por eso que quiero agradecer la culminación de esta investigación a estos maravillosos seres:

En primer lugar, a Dios por darme la energía de seguir adelante y tener fuerzas para cumplir mis metas.

A mi familia amada, que siempre me apoyan infinitamente.

A mi querida tutora, Melany, una fuerte impulsora de la economía naranja y de los emprendedores de este país. Gracias por ser tan especial y motivadora. Definitivamente el naranja es el color de la felicidad.

A los artistas plásticos dispuestos a entregarme información valiosa, cada palabra y cada historia se quedaron en mi corazón.

A mis queridos hermanos que me regaló la vida y la UCV: Silenia, Alicia, Francis, Johana, Rosita y Francisco. Siempre seremos el equipo campeón.

A mi familia de la Dirección de Cultura de la UNA, por el apoyo constante a mi gestión y por su soporte constante.

A mi estimado Prof. Carlos Guzmán que siempre nos motivó para culminar esta meta a pesar de la adversidad.

A todos los profesores de la Maestría que siempre aportaron lo mejor de sí para ser críticos y curiosos ante los procesos de gestión y políticas culturales.

TABLA DE CONTENIDO

Lista de cuadros	viii
Lista de Figuras	ix
RESUMEN	xi
INTRODUCCION	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....	3
1.1. Planteamiento y formulación del Problema.....	3
1.2. Objetivos de la investigación	8
1.3. Justificación de la investigación	8
1.4. Antecedentes de la investigación	10
CAPÍTULO II: BUENAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN CULTURAL.....	13
2.1. Noción de cultura.....	13
2.2. Concepciones de la Gestión cultural.....	14
2.2.1. Modelos de Gestión Cultural	15
2.3. Buenas prácticas de Gestión Cultural	16
CAPÍTULO III: ARTES PLÁSTICAS EN VENEZUELA.....	33
3.1. Una aproximación a las Artes Visuales	33
3.2. Cadena de valor de las artes visuales.....	34
3.2.1. El artista plástico en la cadena de valor.	38
3.3. Creatividad como insumo en las artes plásticas.....	39
3.4. Gestión cultural en las artes visuales	40
3.5. Las artes plásticas en Venezuela.....	40
3.5.1. Museos y salones de arte en Venezuela	43
3.5.2. Colectiva Nacional de Artes Plásticas de la Universidad Nacional Abierta .	45
CAPÍTULO IV: MARCO METODOLÓGICO	49
4.1. Tipo de investigación.....	49
4.2. Diseño de la investigación	49
4.3. Población y Muestra	50
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	50
4.5. Técnicas de análisis de datos	52
CAPÍTULO V: ANÁLISIS DE RESULTADOS	57
4.1. Caracterización de la Dimensión: Competencias	57
4.2. Caracterización de la Dimensión: Calidad.....	70

4.3. Caracterización de la Dimensión: Instrumentos	76
4.4. Caracterización de la Dimensión: Gestión de propiedad intelectual y derecho de autor	85
4.5. Caracterización de la Dimensión: Políticas Culturales	89
4.6. Caracterización de la Dimensión: Recursos Humanos	94
4.7. Caracterización de la Dimensión: Gestión económica	99
4.8. Valoración de las buenas prácticas de gestión Cultural de los artistas plásticos	105
4.9. Caracterización de las condiciones acompañantes	112
4.10- Elementos que influyen en el desarrollo de las buenas prácticas de gestión cultural de los artistas plásticos en Venezuela.	121
CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	125
6.1. Conclusiones	125
6.2. Recomendaciones	128
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	132

LISTA DE CUADROS

Nº

1. Autores consultados.....	10
2. Sistema de las categorías predefinidas de las buenas prácticas.....	55
3. Resumen de método de la investigación	56
4. Tabulación de Dimensión: Competencias	58
5. Tabulación de Dimensión: Calidad	71
6. Tabulación de Dimensión: Instrumentos	76
7. Tabulación Dimensión: Gestión de propiedad intelectual y derecho de autor	85
8. Tabulación de Dimensión: Políticas Culturales.....	89
9. Tabulación de Dimensión: Recursos Humanos.....	94
10. Tabulación de Dimensión: Gestión económica	99
11. Valoración de los criterios de Buenas prácticas de Gestión Cultural.....	105
12. Perfil de artistas entrevistados	113
13. Orden de puntuaciones por casos	121
14. Grupo de mejores buenas prácticas de gestión cultural.....	121
15. Grupo con deficientes prácticas de gestión cultural	122

LISTA DE GRÁFICOS

Nº

1. Factores de la Dimensión Competencia	21
2. Factores de la Dimensión Calidad	23
3. Factores de la Dimensión Instrumentos.....	25
4. Diagrama de redes de la categoría: Eficacia.....	60
5. Diagrama de redes de la categoría: Eficiencia.....	62
6. Diagrama de redes de la categoría: criterio	64
7. Diagrama de redes de la categoría: Elabora presupuesto	66
8. Diagrama de redes de la categoría: Conoce sobre emprendimiento.....	68
9. Diagrama de redes de la categoría: Se adapta a los cambios.....	70
10. Diagrama de redes de la categoría: define una buena propuesta artística	72
11. Diagrama de redes de la categoría: define una buena propuesta artística	74
12. Diagrama de redes de la categoría: desarrolla proyectos sociales.....	75
13. Diagrama de redes de la categoría: posee guía escrita de procesos.....	77
14. Diagrama de redes de la categoría: Elabora proyectos de financiamiento	78
15. Diagrama de redes de la categoría: Identifica su segmento de mercado	80
16. Diagrama de redes de la categoría: Promociona sus proyectos.....	82
17. Diagrama de redes de la categoría: Valora su gestión.....	84
18. Diagrama de redes de la categoría: Conoce sobre leyes de propiedad intelectual y derecho de autor.....	86
19. Diagrama de redes de la categoría: Acciones para proteger la obra.....	88
20. Diagrama de redes de la categoría: Conoce sobre políticas culturales.....	91
21. Diagrama de redes de la categoría: Esta agremiado	93
22. Diagrama de redes de la categoría: Contrata a terceros.....	96
23. Diagrama de redes de la categoría: Contrata a terceros.....	98
24. Diagrama de redes de la categoría: Define estructura de ingresos y egresos	101
25. Diagrama de redes de la categoría: Cálculo de precio de obras	104
26. Artistas graduados formalmente en arte	112
27. Trabajo complementario de los artistas	114
28. Mayor fuente de ingreso	116
29. Aspectos que inciden en el logro de las buenas prácticas de gestión cultural.....	124
30. Lineamientos para el fortalecimiento de las buenas prácticas.....	130

LISTA DE FIGURAS

Nº

1. Buenas Prácticas de Gestión Cultural según Canut Ledo.....	18
2. Dimensiones de las Buenas Prácticas de Gestión Cultural.....	20
3.Cadena de valor de las artes visuales.....	35
4. Cadena de valor del mercado del arte.....	36
5. Cadena de valor en las artes	38
6. Soporte organizativo de la Colectiva Nacional de Artes Plásticas.	46
7. Síntesis de la Colectiva Nacional de Artes Plásticas	47
8. Buenas prácticas de los artistas plásticos	111
9. Condiciones acompañantes.....	118

Universidad Central de Venezuela
Facultad de Humanidades y Educación
Comisión de Estudios de Postgrado
Maestría en Gestión y Políticas Culturales

**BUENAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN CULTURAL DE LOS ARTISTAS
PLÁSTICOS EN VENEZUELA.
CASO: COLECTIVA UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA 2014-2018**

AUTOR: Rocío Z, Azuaje C.

TUTORA: Msc. Melany Centeno K.

AÑO: 2020

RESUMEN

El presente estudio tuvo como finalidad identificar los aspectos que inciden en el logro de las buenas prácticas de gestión cultural desarrolladas por los artistas plásticos en Venezuela. Caso: Colectiva Universidad Nacional Abierta 2014-2018. La variable de estudio considerada fue: buenas prácticas de gestión cultural. El tipo de investigación es descriptiva con un diseño de campo. Las unidades de estudio son los artistas plásticos que han participado en la Colectiva Nacional de Artes Plástica. Esto representa una muestra confiable considerando que en la exposición colectiva de la UNA participan artistas emergentes y de trayectoria de todo el país. Se aplicó una guía de entrevista a las unidades de estudio y se determinó que entre las buenas prácticas destacadas se tiene la definición de objetivos y el esfuerzo de crear buenas propuestas artísticas. Igualmente se promocionan por las redes sociales. En cuanto a la propiedad intelectual, muchos desconocen las normativas pero aplican medidas de respaldo de protección a sus obras. La mayoría siente carencia de políticas culturales y apoyo de gremios en el país. La gestión económica es una oportunidad de mejora. Entre las condiciones acompañantes se encontró que los artistas con buenas prácticas, tienen una profesión alterna, cuentan con redes informales de artistas y el arte es su mayor fuente de ingreso. Como lineamientos propuestos, se tienen 4 ejes fundamentales: capacitación, modelo de negocios, redes artísticas y observatorio de buenas prácticas

Palabras clave: Gestión cultural, artistas visuales, buenas prácticas de gestión cultural

INTRODUCCION

La gestión cultural ha incorporado nuevos sectores de la sociedad como vía de expresión y de formalización de diversas manifestaciones artísticas y culturales. Acorde con ello, Martinell (2001), refiere que la gestión demanda de un esquema estructurado de objetivos para alcanzar las metas culturales planteadas. De igual forma, es importante que los artistas encaminen su obra creadora hacia la sostenibilidad económica y profesional, formalizando su profesión como parte de un ecosistema de industrias culturales que tantos aspectos positivos han traído a varios países.

De forma que, tras la visualización de la necesidad encontrada en esta área de las áreas visuales, se pretende con la investigación, la identificación de los aspectos que inciden en el logro de las buenas prácticas de gestión cultural desarrolladas por los artistas plásticos en Venezuela. Caso: Colectiva Universidad Nacional Abierta 2014-2018. Se ha partido de dicha actividad de la UNA debido a que, en este ámbito cultural universitario, hacen presencia, artistas diversos: emergentes y de trayectoria en todo el país. Todo ello será un gran aporte para los artistas venezolanos que aspiran gestionarse de manera eficiente y adecuada a través de las artes plásticas.

Conocer las buenas prácticas de gestión cultural de los artistas plásticos, permite visualizar experiencias con resultados deseables para el logro de determinados objetivos. Toda esta información será un insumo para estos creadores que deben fortalecer los aspectos concernientes a la comercialización y difusión de sus proyectos, y por supuesto, a la sostenibilidad económica, que le hará considerar al arte, como una fuente importante de ingresos. Todo lo anterior, será un aporte a largo plazo para la evolución económica del país.

Es por ello que en el **Capítulo I** se contextualiza ***El problema*** o la situación inicial encontrada en la unidad de estudio. También se establecieron los objetivos que se pretenden alcanzar y la justificación del estudio. Finalmente se encuentran los antecedentes relativos a la variable de estudio.

Por su parte, en el **Capítulo II** titulado: *Buenas prácticas de gestión cultural*, develan algunos basamentos teóricos sobre cultura, gestión cultural y buenas prácticas. Dichos elementos fueron un insumo importante para el análisis de datos que se ejecutó posteriormente.

El **Capítulo III**, muestra lo relativo a las *Artes plásticas en Venezuela*. Empezando con una definición general de arte, la cadena de valor de las artes visuales, la creatividad como insumo de esta área cultural y las artes plásticas en Venezuela.

Por su parte, en el **Capítulo IV**, se tiene el *Marco Metodológico* o el camino seguido para alcanzar los objetivos planteados inicialmente. Allí se definió lo concerniente al tipo y diseño de investigación. Sumado a esto, se tiene la metodología del estudio.

El **Capítulo V** ya revela el *Análisis de Datos* que pudo arrojar hallazgos importantes relativos a las buenas prácticas de gestión cultural de los artistas plásticos basada en las categorías predefinidas (categorías estipuladas por la *Associació de Professionals de la Gestió Cultural de Catalunya*). Se muestran también las condiciones acompañantes a las buenas prácticas no esperadas.

En último lugar, las *Conclusiones y Recomendaciones*, sintetizan todos los hallazgos en la investigación, lo que permitió dar un breve aporte para comenzar a fomentar buenas prácticas de gestión cultural entre los artistas plásticos.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento y formulación del Problema

En la actualidad las industrias culturales han representado elementos de importancia para el desarrollo de los países. De acuerdo a Ovalles y otros (2018), el Estado, en su mayoría, ha procurado generar actividades en este sector, debido al incremento de la productividad, que coadyuva a una mejor calidad de vida y que responden a una demanda de carencia de empleos o insatisfacción en los que ya lo poseen.

Sumado a ello, el Ministerio de Cultura de Colombia (s/f), ha destacado que las actividades producto de la economía creativa, aportan positivamente al sector económico de las naciones y generan infinidad de beneficios sociales, fomentan la cohesión social y la participación ciudadana. En otras palabras, mejoran la calidad de vida de la sociedad. El artista o creador, deberá formalizar sus conocimientos en pro de la sostenibilidad económica de sus bienes o servicios culturales. En otras palabras, estas personas deben orientarse al posicionamiento de su marca artística y a la expansión de sus actividades para hacer su actividad sustentable.

Dentro de este sistema de bienes y servicios culturales, se encuentran a los artistas visuales. La Associació D'Artistes Visuals de Catalunya (2006), refieren que el artista visual puede ser definido como “el diseñador de una experiencia visual con consecuencias específicas para el público de la obra, apelando a recursos emocionales, sensoriales, racionales y críticos para lograr el resultado buscado”. (p.118). Esta Asociación expresa también, que en este proceso creador, los artistas hacen uso de sus conocimientos técnicos, investigaciones, sentido de comprensión de la realidad circundante. Todo ello ha conllevado a dejar un testimonio claro de la “...construcción de memoria, conciencia e identidad”

Complementado a su proceso creador, el artista debe tener otras competencias y habilidades. Para un desarrollo pleno, es preciso que los creadores concienticen que su

arte tiene que ser reconocido y remunerado, con el propósito de que sea una forma de vida y por supuesto, sea sostenible económico y profesionalmente (Díaz, 2017)

Por consiguiente, una de las herramientas para adquirir dichas competencias, pueden ser canalizadas mediante la gestión cultural. Se conceptualiza como una actividad o acción que involucra la planificación, organización, dirección y control de los procesos culturales en función de los objetivos planteados y sistematizados acorde con las necesidades del entorno. Dichas funciones son de vital importancia para que el artista plástico pueda alcanzar sus metas profesionales.

Al respecto, el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes del Gobierno de Chile (2011), visualiza a la gestión cultural como un proceso metodológico que se orienta hacia el cumplimiento de un objetivo cultural. Se encauza en un proceso administrativo y que abarca objetivos, planes, actividades y tareas.

De igual manera, Guédez (citado por Escudero y Encalada, 2014), aporta que la gestión cultural se orienta por los procesos de administración cultural junto a las dimensiones de su quehacer, entre las que se encuentra: la creación, producción, comercialización y preservación, las cuales deben tener alineadas las funciones básicas de planificación organización, dirección y control para el logro de metas.

Es significativo considerar, además, las buenas prácticas de gestión cultural, que son conceptualizadas por Canut Ledo (2014), como la actuación de determinado proyecto que brinda respuestas satisfactorias y que se adecuan a diversos criterios. El autor resalta que una buena práctica es parte del “saber hacer” de la persona u organización cultural y por consiguiente de su capital intelectual. Esta variable sin duda redundará en la mejora de la eficacia hacia el cumplimiento de ciertos objetivos y metas.

Una buena práctica para un artista plástico, permitirá que el área pueda comprender sus propias realidades y contextos, mediante la minimización de errores y mejoras en los procesos que llevan a cabo. Contar con este tipo de información, será útil para la gestión de cada artista en las artes visuales.

Sin embargo, Peña (2017) arroja unos datos muy interesantes pertinentes a la sostenibilidad económica de los artistas plásticos y visuales. Uno de ellos son los datos arrojados por la Consultora Ernest Young, que señala que, en Reino Unido, la mayoría

los artistas plásticos no perciben la remuneración justa por su trabajo lo que los obliga a buscar otras fuentes de ingreso y en muchos casos, forma una cuarta parte de los ingresos mediante su trabajo.

El estudio de Peña (op.cit.), destaca también que, en España, un estudio de la Universidad de Nebrija y Universidad de Granada, estima que sólo un 14,8% de los artistas, poseen ingresos a partir de su actividad artística. Otra característica relevante es que muy pocos venden por medio de galerías, instituciones e internet. Esto afirma que la actividad económica de quienes se dedican al arte, es poco sólida y no les permite un ingreso que les permita su subsistencia.

En Venezuela, en el año 2016, se realizó el Foro de Economía Cultural dedicado a la artesanía, fotografía y artes visuales. En esa oportunidad, el entonces Ministro de la Cultura, Freddy Nãñez, destacaba la necesidad de enfocar al arte como una manera de vivir; expresaba, además:

Quizá, planteado así, es un tema hasta lógico, porque en la sociedad contemporánea el arte no sólo está devaluado desde el punto de vista de su factibilidad en la transformación de la sociedad; se le es considerado una actividad accesoria, una actividad que se hace después del trabajo. (s.p)

Para ese momento, se percibía la necesidad de incorporar el arte al proceso de la economía de la cultura que puede producir riquezas materiales e incidir en el producto interno bruto del país. No obstante, estas iniciativas quedaron en ello; elementos como cambio de ministro y poca visibilidad de lo que perseguía el foro, lleva a deducir, la carencia de políticas culturales gubernamentales, inherentes a las dinámicas del entorno de la economía de la cultura.

En Venezuela, existen varios entes y programas que son plataforma de exposición para el desarrollo de este sector cultural en las artes plásticas. Uno de ellos, es el de la Colectiva Nacional de Artes Plásticas de la Universidad Nacional Abierta (UNA), caso en el cual se centrará esta investigación, ya que a modo de delimitación se partirá del trabajo de los participantes de dicha colectiva debido a la diversidad de artistas emergentes y de gran trayectoria que participan allí.

Éste es uno de los programas principales desde el año 2006 y que tiene como propósito, divulgar el arte en sus distintas manifestaciones y dar cabida a artistas nuevos

y consagrados que representan el arte contemporáneo en Venezuela. Este programa se ha ejecutado anualmente durante 13 años consecutivos en un promedio de 12 estados del país más Caracas. Por lo que se considera que representa una excelente fuente de información para el objetivo que ocupa el estudio.

En este orden de ideas, la presente investigación surge de la necesidad observada relativa a las debilidades en gestión, encontradas en los artistas plásticos. En entrevistas informales, se ha podido constatar, la carencia de formación en gestión cultural para alcanzar éxito en lo relativo a sus productos. Muchos han manifestado que carecen de planes efectivos para la comercialización de sus obras, indecisión en la colocación de un precio, falta de organización debido a su enfoque en el aspecto creativo de sus obras, carencia de recursos para la compra de su materia prima, entre otros elementos de interés.

Esto se corrobora con lo señalado por Grisales (2017), quien afirma que, en su mayoría,

...los emprendimientos culturales son débiles en formalización, organización y circulación. Esta falta de conocimientos en herramientas empresariales se potencia aún más con la baja oferta de formación en emprendimiento cultural que se ajuste a los modos de producción de los hacedores culturales. (p.2)

Las posibles causas son la carencia de políticas culturales en el país para el apoyo a la industria creativa, que puede aportar una fuente interesante de ingresos a la nación, similar a otros países. De hecho, Guzmán (2013), apunta que el Estado debe invertir un 2,5% del presupuesto nacional para lo referente a lo cultural y creativo. No obstante, según el autor expresa que debe implantarse un mayor trabajo para la concreción de políticas culturales que aseguren un crecimiento de este sector en los años posteriores.

Del mismo modo, se encuentra el paradigma de que un artista no puede vivir de su actividad, quizá es un factor que afecta el desarrollo de las industrias culturales. Al respecto Guzmán (*op.cit.*), confirma sobre ello lo siguiente

El sector cultural-creativo venezolano es una fuente de ingresos importante como lo es cualquier sector en la economía de un país, sin embargo, como todas aquellas cosas intangibles y que no ven su beneficio en el corto plazo, las personas ven a la cultura como algo improductivo en términos monetarios, resultando esto lo más desalentador para quienes al arte y a la cultura se dedican. (p.252)

Conforme a lo anterior, Venezuela mantiene la cultura de que existen otras carreras o profesiones más lucrativas. De hecho, al formar a un artista en general, solo existe el enfoque en su expresión creativa y no se considera la manera de gestionarse adecuada y eficientemente para mantenerse sostenible en el tiempo. Por ello se hace importante la gestión cultural.

Al hablar de este aspecto, el Ministerio de Cultura de Perú (2016), asevera:

La gestión cultural es un factor fundamental para el desarrollo económico y la transformación social, es decir, un elemento clave para la integración del país. Se refiere a la gestión de todo el universo simbólico que sostiene nuestras identidades, a las relaciones que se dan en nuestra cotidianidad, así como también a los modos de organización y de articulación de los emprendimientos culturales. (p.14)

Esta aseveración lleva a pensar la importancia de considerar la articulación de la actividad de las artes plásticas hacia la gestión concebida como una manera de conducir lo que concierne a los procesos creativos, producción y posterior comercialización de los productos artísticos.

Gestionar una actividad artística-cultural implica "...mediar entre la creación, la participación y el consumo cultural. La profesionalidad de un gestor hace viable un proyecto cultural en sus dimensiones económica, social, política y territorial" (Associació de Professionals de la Gestió Cultural de Catalunya, 2011). Es posible que el artista plástico cuente con el talento para la creación de sus obras, pero si carece de una planificación, organización y control adecuados, es posible que no tenga la capacidad de comercializar sus productos y hacerlo sostenibles económicamente en el tiempo.

Una vez visualizado lo previamente expuesto, la investigación apunta hacia la identificación de los aspectos que inciden en el logro de las buenas prácticas de gestión cultural desarrolladas por los artistas plásticos en Venezuela. Caso: Colectiva Universidad Nacional Abierta 2014-2018. Se considera este programa particular ya que dicha colectiva, se ha consolidado a través de 13 años y cuenta con artistas emergentes y de larga trayectoria. Esto podrá ser un buen punto de partida para que emerja conocimiento relativo a las buenas prácticas en las artes visuales que, sin duda, serán de utilidad en el desarrollo de cada proyecto personal y de los cuales se espera su sostenibilidad a largo plazo.

En cuanto al período considerado, se ha tomado en cuenta el periodo 2014-2018 debido a que, en estos últimos, la temática de la colectiva es libre sumado a los aspectos relativos a la crisis venezolana de los últimos años.

Lo anteriormente expuesto, conlleva a realizarse la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuáles son los aspectos que inciden en el logro de las buenas prácticas de gestión cultural desarrolladas por los artistas plásticos en Venezuela, Caso: ¿Colectiva Universidad Nacional Abierta 2014-2018?

1.2. Objetivos de la investigación

Objetivo General

Determinar los aspectos que inciden en el logro de las buenas prácticas de gestión cultural desarrolladas por los artistas plásticos en Venezuela. Caso: Colectiva Universidad Nacional Abierta 2014-2018.

Objetivos específicos

1. Diagnosticar las buenas prácticas de gestión cultural desarrolladas por los artistas plásticos en Venezuela. Caso: Colectiva Universidad Nacional Abierta 2014-2018.
2. Identificar las condiciones que acompañan el desarrollo de las buenas prácticas de gestión cultural alcanzado por los artistas plásticos en Venezuela.
3. Caracterizar los elementos que influyen en el desarrollo de las buenas prácticas de gestión cultural alcanzado por los artistas plásticos en Venezuela. Caso: Colectiva Universidad Nacional Abierta 2014-2018.

1.3. Justificación de la investigación

El presente estudio se justifica, en primer lugar, a partir de la importancia que tiene la cultura en cualquier sociedad, y particularmente en el contexto de las industrias culturales. Acorde con ello, ha sido poca la atención que se ha prestado al sector artístico bajo la visión de industria cultural. Por lo que se demanda de la sistematización de las

buenas prácticas de gestión cultural para un mejor desarrollo de sus procesos creativos. Considerar las buenas prácticas en determinada actividad, redundará en efectos positivos, tal como lo señala Luna (2017), al expresar que alinea a los artistas plásticos hacia la generación de valor. Impactando de esta manera los estándares de calidad y alcanzando relaciones sostenibles con clientes, proveedores, aliados, entre otros.

A nivel teórico, se ampliarán los diversos conceptos relacionados como cultura, gestión cultural, buenas prácticas de gestión cultural, políticas culturales e industrias culturales, en específico, en las artes visuales. De acuerdo al arqueo realizado, no hay estudios formales sobre prácticas de gestión cultural en las artes plásticas, por lo que la contribución al sector cultural será vital, incluso como fundamento para el diseño de políticas claras.

De la misma manera, representaría un aporte a la Maestría de Gestión y Políticas Culturales, debido a los pocos estudios encontrados sobre las artes plásticas. Ello será un buen punto de partida para la generación de nuevas líneas de investigación y estudios posteriores que fortalecerán lo encontrado en el presente estudio.

A nivel práctico, la gestión cultural en el sector artístico adquiere características muy particulares, y son pocos los estudios que se han dedicado a definir estas características. En cuanto a las contribuciones que se generarán de la presente investigación, se encuentran la posibilidad de articular elementos gerenciales a la praxis de la cultura en los artistas plásticos.

Un especial hecho, lo destaca que la investigadora, tras años de experiencia como gestora cultural y que ha estado en contacto como líder organizadora de la Colectiva Nacional de Artes Plásticas de la UNA, ha visualizado la necesidad de formalizar los conocimientos referentes a estos artistas. Tras entrevistas con ellos, es innegable la demanda latente de conocer cómo se desempeñan en torno a sus proyectos artísticos.

El hecho de caracterizar las buenas prácticas de gestión cultural en los artistas plásticos venezolanos, traerá a largo plazo, lo estipulado por la UNESCO (2005), a saber, un mejor desarrollo de la economía del país, crecimiento de sus indicadores macroeconómicos, revalorización de las artes plásticas como actividad cultural, entre otros. Pérez y Pérez (2006) refieren: "En la sociedad moderna, el grado de desarrollo

cultural es un elemento definitorio de la calidad de vida de los pueblos". (p.37). En consecuencia, se hace vital el fortalecimiento en la gestión de todos los que hacen vida en las industrias culturales del país, iniciando en este caso con los artistas visuales.

1.4. Antecedentes de la investigación

Variados han sido los estudios que han abarcado la gestión cultural en las artes plásticas. La búsqueda se ha centrado en tres elementos principales: gestión cultural, buenas prácticas de gestión cultural, artes visuales.

Cuadro 1. Autores consultados

		Año	Autor
Gestión Cultural	Europa	2001	Martinell, A
		2008	Olmos, A
		2003	Bernardez, J
		2005	UNESCO
	Latinoamérica	2007	Mariscal, J
		2012	Red Colombiana de Universidades en Gestión Cultural
		2017	Grisales, T
		2017	Peña, J
		2018	Campos, N
		2013	Matthey, G
		2015	Escudero y Encalada
	Venezuela	2012	Palencia, G
		1995	Guedez, V
Buenas prácticas de gestión cultural	Europa	2011	Associació de Professionals de la Gestió Cultural de Catalunya
		2014	Canut Ledo, P
		2008	Unión de Asociaciones de Artistas Visuales
		2001	Skyme, D
	Latinoamérica	2017	Luna, O
		2016	Asociación Chilena de Municipalidades
Artes Visuales	Europa	2011	Gilabert, L
		2007	Colbert y Cuadrado
		2008	Graw
		2003	Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI)
		1994	Frey, B
	Centroamérica	2015	Ávalos, T
	Latinoamérica	2012	Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. Gobierno de Chile
		2012	Urrea y Walker
		2015	Aguilera, D y González, P
	Venezuela	1999	Guedez, V
		2016	Farfán, E

Fuente: Elaboración propia (2019)

La gestión cultural ha sido tratada por diversos autores. Martinell (2001), Olmos (2008) Bernardez (2003) y UNESCO (2005), sustentan teóricamente esta variable, desde la cual emergen diversos conceptos y teorías.

Por su parte, Carmona (2017) quien presentó su ponencia titulada “La gestión cultural como parte fundamental del fortalecimiento y el tejido de procesos del sector cultural” versa sobre la sistematización de la experiencia del Área de Gestión y Comunicación Cultural adscrita al Consultorio Administrativo de la Universidad Nacional de Colombia.

Entre las reflexiones encontradas, la autora asevera la pertinencia que tiene la gestión cultural en el despliegue del desarrollo de los procesos artísticos. Asimismo, se valora esta actividad como un medio de desarrollo local entendiendo la realidad de los artistas. Por lo que se hace preciso una formación para que puedan mejorar en lo concerniente a los procesos artísticos y sostenibilidad de sus creaciones.

Igualmente, Peña (2017), despliega un interesante estudio que desarrolla reflexiones referentes de vivir del arte y el análisis de las opciones para concretarlo. El autor indica la importancia de ser un emprendedor ante los agentes del mercado, haciendo sostenible su proyecto. Finaliza afirmando caminos importantes a desplegar por parte de los gestores culturales como posición del artista ante la idea de emprendimiento y opciones para asumir dicho papel en el ámbito de las industrias culturales.

Entretanto, Grisales (2017), presenta un punto de partida para la visualización de los artistas plásticos como emprendedores culturales. Por consiguiente, se toma a la gestión cultural como brazo ejecutor de los emprendimientos, así como de las herramientas gerenciales a obtener. Es latente la demanda de formalizar el sector hacia la gestión sin perder su esencia y particularidad, propio de los procesos creativos.

Ávalos (2015), plantea en su investigación como objetivo general: analizar el modelo de gestión cultural para las artes plásticas en la Universidad de Costa Rica en el período 2010-2013. Resalta que la gestión de lo artístico puede apropiarse de formas de lo industrial sin adoptar formas de distribución masiva. En otras palabras, la gestión cultural puede tomar las funciones tradicionales de la gerencia adaptadas a los procesos creativos.

En torno a las buenas prácticas de gestión cultural, el referente para esta investigación, será el de la Associació de Professionals de la Gestió Cultural de Catalunya (2011). En esta publicación se destacan elementos importantes a considerar en las buenas prácticas, dentro de las cuales se encuentran las competencias, la calidad, los instrumentos empleados, gestión de propiedad intelectual, entre otros. Canut Ledo (2014), también incluye importantes criterios que complementan lo precedentemente señalado. Previamente se ha destacado que en Venezuela no hay estudios claros sobre prácticas de gestión cultural, por lo que la contribución al sector cultural será de gran importancia.

Las artes visuales, han sido estudiadas desde enfoques como el mercadeo, sostenibilidad económica, puntos de vista desde las galerías y sus actores involucrados. Se considera en este caso, autores distinguidos como Gilabert (2011), Colbert y Cuadrado (2007), Frey (1994).

CAPÍTULO II

BUENAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN CULTURAL

2.1. Noción de cultura

La cultura ha sido conceptualizada desde varias aristas. Desde su noción más elemental, muchos autores la han abordado como cultivo del hombre, modos de vida, o como bien lo dice la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco) (2009), en su Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural en el año 2001:

El conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias. (s.p)

De modo que se proyecta este conjunto de rasgos diversos como algo que caracteriza a una sociedad o a un grupo determinado. Destaca, además, la incorporación de las artes como una forma de expresión y como derecho fundamental del ser humano.

Se suma lo manifestado por Martinell (2003), quien refiere un matiz suplementario al explicar:

... muchas veces se olvida que nunca puede haber cultura si no hay creatividad, si no hay expresividad, si no hay arte. Podemos tener cualquier definición de cultura, pero ninguna puede sostenerse si no hay un proceso de creatividad, expresividad, si no hay arte. Y hoy en día esto se tiene que repetir, porque todo el mundo se coloca la palabra cultura en la boca, pero no podemos olvidar que para que exista una cultura necesitamos una expresividad propia, una forma de interpretar el mundo. Entonces decimos que la cultura es una máquina de crear símbolos, de crear imágenes que nos permiten entender el mundo de una forma diferente " (s.p)

De este modo, el autor considera a la cultura como un eje que se articula con la expresividad y la creatividad. En otras palabras, es el fundamento base de este imaginario reproductor de símbolos y signos que interpreta el mundo desde otra visión. Por otro lado, al completar este término enlazado con las artes visuales, vista como un elemento de producción de bienes y servicios culturales, Bonet (2001) expone que la cultura como parte de la manifestación humana se compone de "...un conjunto de objetos y

manifestaciones (bienes y servicios en terminología económica), que ha sido necesario producir y distribuir para hacer llegar a sus receptores (público o clientes)". (p.5)

Bermúdez (citado por Palencia, 2012: 97), manifiesta, además, que la cultura se incorpora como un "...espacio de la construcción simbólica de la orientación societal, y como importante, en la promoción de procesos de participación, de mejoramiento de la calidad de vida y de una efectiva democracia ciudadana".

Lo previamente indicado suma a las definiciones precedentes, al considerarse a la cultura como una vía importante hacia el desarrollo y progreso en la calidad de vida de los ciudadanos. Éstos mediante sus diversos medios de expresión, aportan positiva y significativamente a la construcción de la sociedad. Evidentemente, se hace necesario la conformación de una gestión adecuada que conlleve al logro de estos efectos positivos tangibles e intangibles del entorno circundante.

2.2. Concepciones de la Gestión cultural

La palabra gestión, al ser tratada desde su forma etimológica, se menciona su origen del latín *gesti*, *gestionis*, que significa "hecho concluido". Al convertirlo al participio del verbo-*gerere*- se traduce en acción de llevar a cabo algo. Adaptado al concepto tradicional, Martinell (2001), apunta a que es "la conducción de ... los asuntos de alguien y ejercer autoridad sobre una organización". (p. 12).

Efectivamente, quien lleva la responsabilidad de la gestión, orienta acciones mediante herramientas y técnicas, que tienen como propósito, el logro de determinado objetivo. Se agrega en este caso, el manejo de recursos materiales y humanos que coadyuvarán a la meta.

Ya profundizando un poco más hacia la gestión cultural, la UNESCO (2005), consciente de la importancia de la cultura en el desarrollo de la ciudadanía, traza unas primeras aproximaciones sobre el término:

La gestión cultural tiene que ver con el fomento y reconocimiento de las prácticas culturales, la creación artística, la generación de nuevos productos, la divulgación con la promoción de los significados y valores de las expresiones culturales y la preservación de la memoria colectiva y la conservación de los bienes culturales. (p.32)

Resulta claro que la gestión cultural apunta hacia su intervención sobre la sociedad a través de la importancia del desarrollo de las actividades relativas a la creatividad e innovación. Indudablemente, conforma parte de un sistema que contiene sus propios valores, creencias y significaciones y que forman parte del colectivo que debe ser preservado.

Para apoyar los preceptos anteriores, Matthey (2013) precisa que este término se basa en un conjunto de operaciones que ponen en marcha un proceso cultural en un territorio determinado. Se compone además de un plan de acción con objetivos y metas definidas, todos articulados coherentemente y sincronizados con las personas involucradas.

Sin embargo, entre las diversas acepciones que se le puede dar, Bermudes (citado por Mariscal, 2019), refiere una conceptualización interesante de la gestión cultural: “...administración de los recursos de una organización cultural con el objetivo de ofrecer un producto o servicio que llegue al mayor número de público o consumidores, procurándoles la máxima satisfacción”. (p.169)

De modo que, para los artistas plásticos, es preciso crear las condiciones adecuadas para el fortalecimiento de sus procesos de producción, comercialización y promoción que sean sostenibles en el tiempo. A través de la planificación, organización, dirección y control de sus procesos creativos, podrán tener éxito en el tiempo.

2.2.1. Modelos de Gestión Cultural

Es un hecho que la gestión cultural se orienta dependiendo de las políticas establecidas, así como de sus objetivos trazados. Mariscal (2007), enumera tres modelos principales: modelo de desarrollo local, modelo de difusión de las artes y modelo de gestión empresarial.

- **Modelo de gestión local:** constituido por acciones tendentes al desarrollo comunitario y cuya visión emergente es la de tipo antropológico. En este paradigma, se antepone las necesidades del entorno para la ejecución de proyectos que satisfagan lo demandado.
- **Modelo de difusión de las artes:** Posee una visión idealista sobre las bellas artes, y predomina la producción, circulación y consumo de los productos y servicios culturales.

Hay una mirada cercana hacia la producción artística notable, reconocimiento y disfrute de las bellas artes. Frecuentemente existe la difusión de talleres de arte, festivales, exposiciones, entre otros.

- **Modelo de gestión empresarial:** El enfoque principal es la visión mercantilista de la cultura. Los pertenecientes a este modelo son parte de las industrias culturales muy afines a la comunicación, turismo y espectáculos. Este modelo considera a los bienes culturales (productos o servicios) como generadores de ganancias de acuerdo al comportamiento del mercado. Como ejemplo de este modelo se tienen empresas que organizan espectáculos, editoriales, medios de comunicación, disqueras, entre otras.

Por otro lado, La Fundación Kunst y Zaken (2006), exponen una mirada más gerencial, a saber:

- **Modelo de control** caracterizado por conformar una comisión ejecutiva de dos o más gerentes quienes liderizan la organización. Entre los elementos sobresalientes están tareas frecuentes de dirección, estructura claramente definida y variadas líneas de comunicación.
- **Modelo de administración ejecutiva** que cuenta con un Director quien toma decisiones apoyadas por un Consejo de Administración.
- **Modelo de administración** es asistido por terceros como empleados, voluntarios, personal tercerizado el cual vela para el cumplimiento de determinadas tareas. En este modelo particular, las formalidades no son peculiares, por lo que puede ser similar a un Club de Amigos.

2.3. Buenas prácticas de Gestión Cultural

Para llegar a la mejora en el desempeño de cualquier profesión, siendo este caso la artística, se hace vital el conocimiento de buenas prácticas. Este término se orienta como un compromiso en la adopción de “mejores procesos, procedimientos, políticas, métodos y soluciones para poder cumplir de manera innovadora y original cada uno de los requerimientos” (Bueno, citado por Luna, 2017)

Dentro de este hilo conductor, se resalta lo señalado por la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (2015), que destaca que una buena práctica que ha sido demostrada, funcione bien y produce los resultados deseados, puede

ser recomendada como modelo. De modo, que tras diversas pruebas es significativo que sea compartida para poder ser replicada en el mayor número de personas. Ello coincide con lo señalado por Duffy (citado por Skyrme, 2001) quien revela que una buena práctica "...representa la forma más efectiva de lograr un objetivo específico". (s.p).

A propósito de las bondades de establecer buenas prácticas de gestión cultural, puede adaptarse lo establecido por el Instituto de Gobierno y Políticas Públicas (2005) de la Universidad Autónoma de Barcelona, a saber:

La ventaja de estas experiencias es que aportan conocimientos aplicados a la realidad. Es decir, permiten conocer tanto las posibilidades como las limitaciones que se plantean al implementar una acción determinada. De este modo, quienes tienen responsabilidades o están implicados... pueden encontrar respuestas útiles que se pueden aplicar a su propia realidad. (p.12)

Basado en lo anterior, resulta útil conocer como los artistas plásticos se gestionan en torno a sus producciones artísticas. Conocer sobre sus fortalezas y debilidades permitirán el aporte de contribuciones valiosas para que su talento sea sostenible en el tiempo.

Complementando lo anterior, Canut Ledo (2014), asevera que las buenas prácticas en gestión cultural, vienen dadas por la actuación de determinado proyecto que brinda respuestas satisfactorias y que se adecuan a los criterios, los cuales se ven con mayor amplitud en el infografía N° 1: innovación, transferibilidad, sostenibilidad, viabilidad, eficacia, planificación, existencia de indicadores de evaluación y aplicación y eficiencia.

BUENAS PRÁCTICAS DE CANUT LEDO

Actuación de determinado proyecto que brinda respuestas satisfactorias y que se adecuan a los criterios

INNOVACIÓN

Creatividad para problemas compartidos. Imprimen no sólo un valor añadido de originalidad al proyecto y a la entidad para la que trabaja, sino y sobre todo un elemento de estímulo para la forma de trabajar en equipos y con una actualización permanente de las herramientas.



TRANSFERIBILIDAD

Posibilidad de replicar una práctica de gestión cultural en un contexto, situación o lugar diferente, o alguno de los elementos de la misma

SOSTENIBILIDAD

Iniciativa que permita el mantenimiento de un servicio creado, de forma independiente, o de un beneficio generado, durante un largo espacio de tiempo.



VIABILIDAD

Capacidad de adaptar su aplicación a las posibilidades de las entidades implicadas, y a las circunstancias económicas y sociopolíticas del espacio al que va destinada.

EFICACIA

Hace referencia al cumplimiento al cien por cien de los objetivos planteados en un proyecto.



PLANIFICACIÓN

La buena planificación en un proyecto minimiza la imprevisión y facilita un control continuo de la intervención. acción de las herramientas

EXISTENCIA DE INDICADORES DE EVALUACIÓN Y APLICACIÓN

Se obtiene información necesaria sobre los resultados, previstos o no, y para saber en qué medida se logran los objetivos



EFICIENCIA

Es la medida del éxito de los resultados obtenidos en relación con los recursos Movilizados.

Figura N° 1. Buenas Prácticas de Gestión Cultural según Canut Ledo
Fuente: Elaborado por la autora (2019)

Sumado a estos criterios, el autor considera que identificar las buenas prácticas permitiría:

- La identificación y sustitución de prácticas inconvenientes.
- Incrementar la eficacia de los involucrados en dichos procesos.
- Sustituir procesos repetitivos para automatizarlos.
- Minimizar costos redundantes.
- Contar con insumos de diagnóstico para presentar intervenciones adecuadas que permiten una mejor gestión cultural.
- Conocer experiencias previas, permitirá que no se repitan errores que pudieran representar altos costos.

Ahora bien, para el desarrollo de la presente investigación, se han considerado los criterios de la Associació de Professionals de la Gestió Cultural de Catalunya (2011). Dicha asociación, ha desplegado un documento que posee diversas dimensiones relativas a las buenas prácticas. Fungen como un marco referencial para que emerja la autonomía e independencia del gestor cultural, al igual que a una contribución para la mejora y funcionamiento de los diversos proyectos; siempre con criterios de flexibilidad, creatividad e innovación.

La guía refiere al gestor cultural como aquel que permite que su actividad sea accesible a la ciudadanía; enmarcado en leyes y normas acorde al sector. Sumado a ello y adaptándolo al sector de las artes visuales, la profesionalidad de los mismos, hacen “...viable un proyecto cultural en sus dimensiones económica, social, política y territorial”. Igualmente, por ello, perciben una remuneración económica, por lo que debe ser sostenible en el tiempo. En la figura N° 2, se puede visualizar las dimensiones estipuladas.



Figura N° 2. **Dimensiones de las Buenas Prácticas de Gestión Cultural**
Fuente: Elaborado por la autora (2019)

Describiendo sobre cada variable, se inicia con la dimensión **Competencias**, las cuales están directamente relacionadas con la metodología, fundamentos teóricos y normativos requeridos para el complemento del conocimiento en el área artística y cultural. Muchas de estas competencias se adquieren con capacitación, “...la propia creatividad o con la práctica”. (Associació de Professionals de la Gestió Cultural de Catalunya, 2011). Los factores considerados para este aspecto, son los visualizados en el gráfico N° 1:

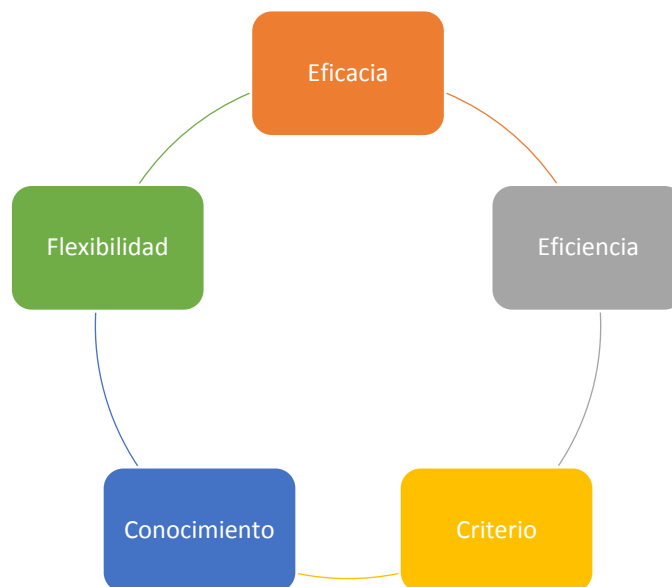


Gráfico N° 1. **Factores de la Dimensión Competencia**

Fuente. Elaborado por la autora (2019)

Al hablar sobre **la eficacia**, Canut Ledo (2014), describe que la misma se ajusta a cumplir al cien por ciento los objetivos planteados. En este caso, si los artistas plásticos tienen definidos sus objetivos podrán saber si son eficaces o no. Igualmente, es preciso incorporar indicadores de gestión que permitan monitorear dicho cumplimiento. La Asociación de Professionals de la Gestió Cultural de Catalunya (2011), exponen algunos requerimientos para alcanzar la eficacia:

- a) Es vital orientarse a cumplir determinado resultado.
- b) Visualizar la mejora continua para el desarrollo de los proyectos.
- c) Contar con equipos que cooperen entre sí.

Llegado a este punto, cabe preguntarse, ¿cuán importante es la planificación para los artistas plásticos? Pues bien, planificarse es el punto de partida para todo, a pesar de que los procesos creativos puedan limitarlo un poco. A este respecto, Münch (2007), muestra algunos beneficios de esta función gerencial, tales como:

- Orientar de la mejor manera los esfuerzos y recursos disponibles.
- Se pueden estimar y afrontar los imprevistos que surgen en cualquier proceso.
- Los riesgos se pueden minimizar al máximo a través del aprovechamiento de las oportunidades del entorno.

- Pueden optimizarse los recursos a requerir en las obras artísticas.

En torno a la **eficiencia**, la misma se proyecta como una relación de los resultados producidos en determinada actividad versus los recursos utilizados. Por supuesto, mientras menos recursos se empleen para determinado propósito, más eficiente podrá ser un artista plástico (Asociación de Professionals de la Gestió Cultural de Catalunya, 2011). Por su parte, Canut Ledo (2014), establece que: “En definitiva, una buena práctica sería aquella que propusiera estrategias de gestión que permitieran un ahorro en el uso de recursos y facilitara la consecución de los objetivos al menor coste posible”. (p.15).

Para que esto sea posible, se debe:

- a) Equilibrar las condiciones económicas, sociales, territoriales y técnicas.
- b) Procurar la calidad de cada proceso inmerso en la cadena de valor.
- c) Hacer sostenibles los proyectos, minimizando recursos innecesarios.
- d) Aplicar criterios de flexibilidad, creatividad e innovación.

Haciendo referencia al **criterio**, el artista plástico tendrá la “...capacidad de juicio para discernir las cualidades del proyecto y de aportar valor a las programaciones y propuestas, ya sea con las aportaciones propias o con los criterios de terceros”. (p.15). En otras palabras, se espera que mediante la pericia y el conocimiento que posean los artistas plásticos, puedan tomar decisiones en torno a diferentes procesos y en cuanto al acabado final de sus productos. Para ello, se demanda de conocimiento, formación rigurosa y experiencia profunda sobre cada proceso creativo.

En cuanto al **conocimiento**, corresponde a ese nivel de información requerida para la valoración del trabajo creativo. Ese discernimiento permitirá que se puedan tomar mejores decisiones para producir, difundir y comercializar los proyectos artísticos, mediante el cuidado de los detalles y matices acorde a las necesidades detectadas.

La **flexibilidad** es muy importante al momento de alcanzar los objetivos debido a lo cambiante de los tiempos que pudieran alterar cada meta. En este sentido, los artistas plásticos tendrán que tener una capacidad de adaptación ante los cambios en contextos internos y externos. Por ello es tan vital tener una visión interdisciplinaria y flexible ante cualquier modificación o alteración de los planes iniciales.

Otro factor correspondiente a las buenas prácticas es la **Calidad**. Dicho atributo es “...aquel que aporta valores a la prestación de servicios o a la oferta de productos culturales, como por ejemplo, valores estéticos, morales o intelectuales, la innovación y el riesgo, la función educativa, la intervención social o la dinamización económica”. (p.15). Esto se traduce en satisfacer las necesidades de los consumidores culturales con obras que representan buenas propuestas artísticas, que incorpore elementos novedosos y no deje de lado el trabajo con la sensibilización social de las poblaciones vulnerables. Para el presente estudio, se consideraron los elementos observados en el gráfico N° 2.



Gráfico N° 2. **Factores de la Dimensión Calidad**

Fuente. Elaborado por la autora (2019)

Los **valores estéticos, morales o intelectuales**, coinciden con la sensibilidad del artista plástico hacia nuevos lenguajes creativos y creación contemporánea. Señala la Asociación de Professionals de la Gestió Cultural de Catalunya (2011) que se debe procurar “...buscar, potenciar y difundir el debate, aportar nuevas visiones y formas de pensamiento. Es necesario contribuir a la creación del sentido crítico de la sociedad, antítesis del conformismo y preámbulo de una mayor exigencia de calidad y rigor” (p.15). De modo que el artista plástico busca su expresión aportando su investigación, sus vivencias y por supuesto, con criterios de una obra presentable y con la mejor técnica.

La **innovación y riesgo** coincide con la presentación de elementos nuevos y que aporten factores diferenciales en las obras. El Instituto de Gobierno y Políticas Públicas (2005) conceptualiza a la innovación como “...la introducción o mejora de elementos en un sistema mediante actualizaciones realizadas con el objeto de perfeccionar su funcionamiento interno y su relación con el entorno, y con un impacto visible en el resultado de dichas actuaciones”. Con base en ello, y tras la práctica continuada de los artistas plásticos, las obras podrán experimentar con el tiempo, uso de nuevos lenguajes contemporáneos mediante nuevos métodos, herramientas, materiales o lo que considere el propio artista, dueño de su creación.

La **cohesión y el desarrollo social** son inherentes a la contribución que los artistas plásticos realizan en el bienestar de la sociedad más próxima. En torno a ello, “...La cultura es un factor clave para la cohesión social y un instrumento necesario para alcanzarla”. (p.16). Por ende, plantearse estas acciones fomentan la cohesión social, lo cual asegurará el acceso de la cultura a todos en igualdad de condiciones. Por ello, los artistas mediante su arte, también pueden favorecer la actividad cultural mediante redes sociales inclusivas. (Asociación de Professionals de la Gestió Cultural de Catalunya, 2011).

Abordando la dimensión **Instrumentos**, la misma es definida como “...la presencia y utilización de estándares metodológicos propios de la profesión” (*op.cit*). En este apartado, los artistas plásticos deben incorporar elementos que pueden orientarlos para una planificación. Entre sus indicadores tomados en cuenta para esta investigación, se observan los presentados en el gráfico N° 3.



Gráfico N° 3. **Factores de la Dimensión Instrumentos**

Fuente. Elaborado por la autora (2019)

En torno a los **manuales de procedimientos**, corresponden al establecimiento de actividades en forma secuencia y ordenada para la ejecución de ciertas tareas (Álvarez, 1996). Dichos pasos pueden emerger de hábitos y costumbres que pueda tener un artista plástico y que puede escribir. Por supuesto, el acto creador está fuera de estos parámetros; sin embargo tareas referentes a la comercialización, difusión, presupuesto, cotizaciones, entre otros, serían útiles estandarizarlos para asegurar la efectividad de las tareas en el caso de que otras personas deban hacerlo.

El **plan de viabilidad** hace referencia a la valoración y estudio de un proyecto, con el propósito de conocer si es posible ejecutarlo o no. En otras palabras, se puede destacar si es rentable y justificable. (Asociación de Professionals de la Gestió Cultural de Catalunya, 2011). En muchos casos, los artistas plásticos tendrán que realizar proyectos de financiamiento para obtener recursos. Dicho documento deberá indicar aspectos como:

- Proyecto a desarrollar
- Objetivos
- Necesidades materiales, espacios y recursos humanos
- Presupuesto (previsión de ingresos y gastos).
- Resultados que se espera obtener.

En cuanto al **plan de marketing y comunicación**, el artista deberá diseñar este instrumento con el fin de potenciar y facilitar el contacto de su obra con la comunidad y

consumidores culturales. Para ello inicialmente se hace preciso conocer su segmento de mercado y su propósito de difusión. Al respecto Urrea y Walker (2012), especifican que para conocer dónde están los posibles clientes debe segmentarse acorde a las siguientes particularidades:

- Geográfica
- Demográfica
- Psicológica
- Conductual

Mientras más específicas las características, mejor será la estrategia de penetración para llegarle a los clientes potenciales. Cabe destacar que en este caso, las obras de arte no satisfacen una necesidad o problema del mercado, su énfasis está en el producto cultural; ya con la obra artística, se va hacia al mercado para conocer qué parte de este se interesaría en lo presentado por el artista. (Colbert y Cuadrado, 2007)

De igual manera, una vez diagnosticado los insumos necesarios, es preciso definir los medios de comunicación por los cuales divulgará todos los elementos de la cadena de valor: creación, producción, comercialización y difusión.

La **evaluación** corresponde a la parte de control de los procesos inherentes al artista plástico. El Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (2009:10) puntualiza esta función como “... las acciones destinadas a verificar el cumplimiento de las actividades planificadas y se encarga de medir el rendimiento obtenido en relación con las metas fijadas”.

Poder evaluar lo planificado, conlleva a la mejora continua de cada proceso, ya que estima el desempeño de las funciones desarrolladas por los artistas plásticos, desde su creación hasta la comercialización. En caso de que la ejecución se desvíe de lo planeado, se aplicarán medidas correctivas para alcanzar los objetivos.

Otra de las dimensiones estipuladas de buenas prácticas de gestión cultural, es la **propiedad intelectual y derecho de autor**. La Asociación de Professionals de la Gestió Cultural de Catalunya (2011), indica que “El derecho a la propiedad intelectual es un derecho subjetivo integrado por una serie de facultades personales y patrimoniales que se atribuyen a los autores creadores de obras artísticas, entre otros”. (p.10).

Definiendo ampliamente la propiedad intelectual (PI), la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) (2004) refiere su relación con “...las creaciones de la mente: invenciones, obras literarias y artísticas, así como símbolos, nombres e imágenes utilizados en el comercio”. (p.2). Una conceptualización más detallada, la brinda Elster (2013) quien afirma:

La P.I. confiere un derecho de propiedad sobre productos del intelecto humano. La normativa de propiedad intelectual se elaboró para regular la titularidad sobre esos derechos y es un sistema jurídico que otorga derechos ejecutables a la persona responsable de esa producción intelectual, de modo que el creador o el titular de la P.I. puedan ejercer cierto grado de control sobre su utilización futura. Por otro lado, las fuerzas del mercado dictan el valor general de la producción intelectual, lo que abre la posibilidad de que la persona que la creó obtenga un rédito de ella. Por último, la normativa de P.I. otorga a los creadores la facultad exclusiva de explotar sus creaciones cediendo a otros el derecho a utilizarlas. (p.12)

Lo previamente citado, puede entonces confirmar la protección que poseen los productos de los artistas plásticos que tienen su origen en su creatividad e intelecto, así como los derechos adquiridos.

La propiedad intelectual se clasifica en:

1. Propiedad industrial relativa a patentes de invención, marcas, diseños industriales e indicaciones geográficas
2. Derecho de autor, el cual comprende lo relacionado a obras literarias, música, obras artísticas como dibujos, pinturas, fotografías y esculturas. Conforme a lo expresado por Rangel (2012), la diferencia de este derecho a la propiedad industrial es:

...los derechos de autor recaen sobre bienes inmateriales que pertenecen al mundo de las artes, de las obras de arte, en el más amplio sentido que se pueda asignar al vocablo. El Derecho de autor tiene dos manifestaciones representadas por el derecho económico o pecuniario por un lado, y el derecho moral, por otro. Lo que se tiene en mente en uno y otro casos son los derechos de los autores. (p.11)

En este caso, se habla del derecho económico y moral tras la producción de creaciones artísticas. Ahora bien, ¿por qué es importante la propiedad intelectual? La OMPI (2004) indica varias razones:

1. El progreso de la humanidad está sujeto a la capacidad de crear e inventar elementos nuevos en el marco de la tecnología y la cultura.
2. Proteger jurídicamente los bienes creativos, promueve que se destinen recursos para la innovación constante.
3. Promocionar y proteger la propiedad intelectual, coadyuvan a la evolución económica, generación de empleos e industrias. En otras palabras, pueden optimizar la calidad de vida de los países.

Al detallar más sobre el derecho de autor, Rangel (2012), expone que es un derecho que se confiere para la protección original de ideas tangibles o digitales. Esta protección no demanda de registro o solicitud, ya que la obra es resguardada desde el momento de su creación. Por lo tanto, se salvaguarda más que la idea, su formato siempre que se cuente con soporte físico permanente y sea original.

En Venezuela, el derecho de autor nace desde la Constitución Nacional de la República Bolivariana de Venezuela (1999) al declarar:

La creación cultural es libre. Esta libertad comprende el derecho a la inversión, producción y divulgación de la obra creativa, científica, tecnológica y humanística, incluyendo la protección legal de los derechos del autor o de la autora sobre sus obras. El Estado reconocerá y protegerá la propiedad intelectual sobre las obras científicas, literarias y artísticas, invenciones, innovaciones, denominaciones, patentes, marcas y lemas de acuerdo con las condiciones y excepciones que establezcan la ley y los tratados internacionales suscritos y ratificados por la República en esta materia.

Según el Servicio Autónomo de Propiedad Intelectual (SAPI) en su página web, refiere en torno a creaciones artísticas, el Convenio de Berna para la protección de las Obras Literarias y Artísticas (1986) el cual estipula la protección de los derechos de autor de los creadores: músicos, poetas, pintores, entre otros. Ello incluye los medios de control para el uso de las obras, de qué manera y condiciones. Igualmente, esto automáticamente implica la protección en los países adscritos al convenio.

Asimismo, el folleto informativo del SAPI (s/f), afirma que a pesar de que el derecho de autor tiene su origen desde el acto creativo, es importante registrarla para el reforzamiento de los derechos morales y patrimoniales del creador que lo puede proteger “...de la voracidad capitalista y el plagio” (p.3)

No obstante, según la Ramírez (2018), asevera que el tema de la propiedad intelectual en Venezuela es inoperante debido al aumento considerable de los gastos, lo cual afecta especialmente a Pymes y emprendedores. Todo ello deja en total indefensión a los empresarios, sumado a lo engorroso de los trámites.

Finalmente, la OMPI (2003), establece que a pesar de que la obra una vez creada, automáticamente está salvaguardada, no es necesario un trámite burocrático o registro especial. No obstante, si es preciso que poner el derecho de autor en la obra misma, ya que advierte al público su protección, su propietario o autor y el año en que salió a la luz.

Por su parte, la dimensión, **Políticas Culturales**, en los últimos años, han tenido gran interés en cuanto al desarrollo y satisfacción de las necesidades culturales de la ciudadanía. Autores como García Canclini (1987), Brunner (1987), Yúdice (2002), entre otros, subrayan la importancia y urgencia de que los gestores culturales y creadores, puedan contar con bases firmes para desarrollarse plenamente en la sociedad.

Se puede partir del concepto de Miller y Yúdice (2004), quienes puntualizan que las políticas culturales son los soportes o basamentos para la orientación de la creatividad artística y estilos colectivos de personas. En otras palabras, se traduce como unas "...guías para la acción sistemáticas y regulatorias que adoptan las instituciones para alcanzar sus metas". (p.11)

En cuanto a los ámbitos de los procesos socio-culturales donde intervienen las políticas culturales, Mariscal (2007) enumera:

- a. Producción cultural concerniente a la generación de prácticas, bienes o servicios culturales.
- b. Ámbito de la circulación o distribución sociales de los bienes o servicios culturales.
- c. Consumo Cultural de esos bienes o servicios.

Dicho de otro modo, las políticas culturales establecen orientaciones claras hacia los objetivos deseados de determinado sector cultural. Entretanto, Ciudades y Gobiernos Locales Unidos (2009:7) refieren que mediante la Agenda 21 de la Cultura, se establece la incorporación de la cultura en todas las políticas públicas: "El papel de la cultura en el desarrollo sostenible consiste principalmente en incluir una perspectiva cultural en todas

las políticas públicas. Se trata de garantizar que cualquier proceso de desarrollo sostenible tenga un alma”

La Asociación de Professionals de la Gestió Cultural de Catalunya (2011) asevera que en el marco de la gestión cultural, se debe considerar enfáticamente:

La práctica de la gestión cultural debe llevarse a cabo sin interferencias ni amenazas a la libertad y a la independencia o autonomía profesionales. Por eso será importante defender la libertad de práctica profesional ante posibles presiones de intereses ajenos a los propios objetivos profesionales. (p.14)

En consecuencia, el artista plástico debe manejarse dentro de un ambiente lleno respeto a su obra, independiente de cualquier creencia religiosa o política. Entonces resulta claro que para que puedan emerger iniciativas formales que se consoliden en el tiempo, es responsabilidad del Estado, el diseño de políticas adecuadas que reflejen las realidades y necesidades de los responsables de llevar a cabo un proyecto de bien o servicio cultural. Por supuesto, todo acorde a un diagnóstico previo que refleje lo demandado.

Otro elemento importante, es la **colaboración entre agentes**, el cual concierne a la generación de formas colaborativas entre organizaciones públicas y/o privadas. Esto pudiera traer beneficios como:

- Beneficios económicos o sin ánimo de lucro.
- Colaboración e interacción entre artistas plásticos para obtener metas comunes.
- Minimizar costos en caso de exposiciones colectivas.
- Contribución al conocimiento del sector.

Relativo a la dimensión **Gestión de Recursos Humanos**, muchos artistas plásticos en algunos de sus procesos en la cadena de valor, requieren de otro talento humano. Debido a un área tan especializada, el capital humano tercerizado, “...deberá tener una valoración del perfil y de las competencias idóneas de los aspirantes, a fin de garantizar que el candidato seleccionado pueda alcanzar los objetivos profesionales establecidos”. (op.cit, p.14)

Otro indicador esencial en esta dimensión es la aplicación de normas de seguridad e higiene industrial. No es un secreto que dentro de las artes visuales pueden encontrarse

muchos riesgos que pueden ocasionar accidentes o enfermedades profesionales. Por ello, es esencial “...conseguir las condiciones de trabajo adecuadas para sus equipos de trabajo y para los contratados externos”. (*op.cit*, p.16). Para ello se deben identificar los riesgos y aplicar las medidas preventivas, al igual que el uso de implementos de seguridad como lentes, cascos de ser necesarios, guantes, batas térmicas, entre otros.

Finalmente, se tiene lo relativo a la **gestión económica**, llamado por muchos autores, una gran debilidad de los artistas (Peña, 2017). La gestión económica parte de la elaboración de un presupuesto y debe conllevar a la planeación de los recursos materiales y humanos. Es vital que se pueda elaborar una estructura de costos para tener una estimación de lo que se demanda para la obra artística y finalmente, conocer cómo calcular el costo de los productos.

Al respecto, la Federación Española de Asociaciones de Gestores Culturales (FEAGC) (2017), revela que en las buenas prácticas se debe contar con “...conocimiento entre presupuestos, contabilidades, contratos, leyes de economía, así como entendernos con solvencia ante agentes estrictamente económicos: interventores públicos, empresarios, asesores financieros, gestorías, sociedades que gestionan derechos de autor, etc.” (p.51). Contar con estos conocimientos ayudará a hacer sostenible el proyecto cultural de los artistas, en caso de que sea muy complicado, deben valerse de la ayuda de expertos.

Igualmente, la Asociación de Professionals de la Gestió Cultural de Catalunya (2011), debe planificarse y preverse los recursos estimados para determinado objetivo. Al final, es vital analizar el impacto económico que tuvo, asegurando que los gastos realizados sean iguales o menores a las ganancias.

En cuanto a la determinación de los costos y precios de productos, resulta del “...proceso de determinar el importe a que se venderá el producto, sobre la base de los costos de producción y comercialización del producto y teniendo en cuenta lo que el mercado pueda aceptar”. (OMPI, 2003: 27). Los autores señalan también que muchos artistas visuales puede que no consideren esencial la determinación de costos y precios, no obstante, es conveniente realizar dichos cálculos para garantizar que no se estén derrochando dinero.

Básicamente, este cálculo está influenciado por:

- Costos directos de producción o aquellos relacionados con la fabricación de la obra. Como por ejemplo, materia prima, costos de maquinaria y herramientas, costo de horas hombre.
- Costos indirectos que se atribuyen a la obra pero no hay una relación directa. Entre ellos pueden considerarse alquileres, depreciación de máquinas, servicios básicos, material de oficina, inflación entre otros.

En suma, el precio puede calcularse sumando un porcentaje de beneficios y gastos de distribución a los costos previamente señalados. Por consiguiente, el precio debe superar los costos y es lo que el comprador estaría dispuesto a pagar por la obra de arte. En este caso, los artistas plásticos valoran el precio mediante sus propios métodos que se verá más adelante en el presente estudio.

CAPÍTULO III

ARTES PLÁSTICAS EN VENEZUELA

3.1. Una aproximación a las Artes Visuales

Al hacer una reseña sobre el arte, Campos (2018) destaca procesos dinámicos de creación y producción; todo ello en un ámbito de “...subjetividades, imaginación, percepción, agitación, sentimientos, experiencias, prácticas, lenguajes, símbolos y conciencia que construyen sentidos y forma” (p.121). Complementa la autora que esta manera de expresión fortalece y renueva identidades, la diversidad cultural; al igual que todo lo que tenga que ver con la interacción del individuo con otros.

De igual manera, Ramos (2001) manifiesta sobre el arte:

El arte es en gran parte intuición, implica una voluntad creadora, la experiencia, la inteligencia, la sensibilidad perceptiva y, de manera especial, la capacidad generativa – la posibilidad de dar forma. El arte es un lenguaje que, en tanto heredado, colectivo, social, compartido entre muchos (una lengua) tiene unos códigos que serán decodificados, leídos, interpretados por el público receptor. (p.28)

Guédez (1999), mencionando a Herbert Read, revela que “el arte ha sido y es todavía el instrumento esencial en el desarrollo de la eficiencia humana”. Esto lo relaciona con el hecho de que los creadores en este ámbito, están íntimamente ligados con el espíritu humano. Lo que significa que la actividad artística entraña una función de encuentro entre el artista y su obra, así como entre su propia realidad, vivencias y experiencias transitadas.

Precisando un concepto sobre las artes visuales el Consejo Nacional de las Artes de Chile (CNCA) (2017), establece:

Las artes visuales son el dominio de creación de obras que se aprecian esencialmente por el sentido de la vista, como es el caso del dibujo, la pintura, la escultura, el grabado, las artes textiles, las artes gráficas, el videoarte, la instalación y la performance. (p.21)

Tras la definición previa, las artes visuales comprenden una serie de manifestaciones que son enrumadas mediante diversas formas de expresión. Como se

puede ver, la creación es un insumo vital para el desarrollo de las mismas. Emergen símbolos del artista que, tras la exposición de su obra, puede contener diversas miradas.

Relativo a su aporte, la Associació D'Artistes Visuals de Catalunya (2006), exterioriza algunos criterios que son considerados como aporte en las artes visuales:

- El arte coadyuva al desarrollo integral de las personas y de las comunidades.
- Fomenta actividades artísticas participativas promueven la inclusión de los individuos y afecta su rendimiento global; disminuye los índices de delitos y conflictos sociales.

Integrando lo previo, esta Asociación refieren hacen alusión a la UNESCO, la cual ha expresado que la cultura y las artes contribuyen a los diversos procesos de creación de capital social, inclusión, mejora de la calidad de vida, entre otros.

3.2. Cadena de valor de las artes visuales

Al hablar de la cadena de valor, Porter (1987) señala que “Cada empresa es un conjunto de actividades que se desempeñan para diseñar, producir, llevar al mercado, entregar y apoyar a sus productos. Todas estas cadenas pueden ser representadas usando una cadena de valor.” (p.52). Se afirma entonces que la cadena de valor es un modelo que representa sistemáticamente, los procesos de creación, producción, distribución y consumo de los bienes y servicios culturales. En la figura 3, se visualiza la correspondiente a las artes visuales.



Figura 3: **Cadena de valor de las artes visuales.**

Fuente: Elaborado por la autora (2019)

En torno a la cadena de valor, Farfán (2016) habla de los roles más importantes en la cadena de valor de las artes visuales, los cuales son: artista, galería, museo, curador, marchante, coleccionista, inversionista, la feria y la casa de subasta. Esto se visualiza en la figura N° 4:



Figura 4: **Cadena de valor del mercado del arte.**

Fuente: Farfán (2016)

En torno a esta cadena, Pérez-Calero (2009), define algunos de estos actores involucrados, los cuales, usualmente, forman parte esencial en la distribución comercial del arte:

- Marchante: es referido como principal intermediario que no posee un establecimiento fijo. Es muy usual en localidades que tienen dificultades para contar con algún establecimiento fijo dónde se pueda llevar operaciones de compra y venta de obras de arte. Esta persona tiene facilidad de desplazamiento, apoyando a artistas y ofertándolo en diversos lugares.
- Casas de subasta: considerado por la autora como el eje principal del mercado del arte. Tienen acceso libre para la oferta de las obras y las ventas son realizadas de forma visible para los asistentes.
- Galerías: son de gran importancia para los artistas plásticos, en especial, las independientes. Apoyan a estos profesionales del arte para la difusión, venta y en algunos casos, productoras de los mismos.
- Ferias de arte: son un medio idóneo para la exhibición y comunicación de las artes. Se han visto actualmente, numerosas ferias internacionales donde participan variados agentes del mercado. Es un punto ideal para las redes comerciales.

Sumado a lo anterior, el Observatorio Vasco de la Cultura (2019), refiere sobre la cadena de valor en el caso de las artes plásticas:

“...la especificidad principal en el caso de las artes visuales es la poca integración de los distintos agentes en un proceso de agregación de valor...la cadena de valor en el caso de las artes visuales es difusa y los pesos se los llevan sobretudo la creación y la exhibición”. (p.15)

Es así como acorde a la figura N° 4, hay un enfoque en los elementos creativos propios del artista; la exhibición como parte de su promoción en diversos lugares y finalmente la comercialización.

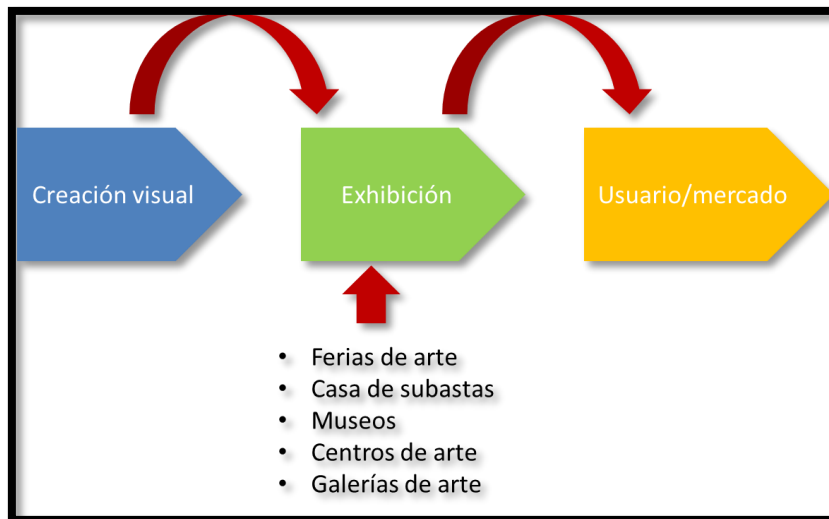


Figura N° 5. **Cadena de valor en las artes**

Fuente: Observatorio Vasco de la cultura (2019)

Comentan los autores que en el caso de las artes plásticas, la existencia de un circuito con fines comerciales y otros con propósitos expositivos. Por ejemplo:

- Los centros de arte y museos simbolizan agentes exhibidores de las obras.
- Para la función de comercialización, se tienen a las galerías de arte y ferias que además de exhibir, pueden concretar las ventas del artista.

Otros actores involucrados en la cadena de valor son los marchantes de arte, casas de subasta e inversionistas que permiten que puedan ser comercializadas las obras de arte.

3.2.1. El artista plástico en la cadena de valor.

En relación al artista es el creador del bien. Mediante su proceso creativo les imprime valor material y estético a los recursos con el fin de convertirlos en una obra de arte. Todo, producto de su imaginación y creatividad. Cruz Diez (citado por Farfán, 2016), expresa con su experiencia y prestigio como artista plástico lo que los creadores deben aportar como valor agregado:

Revelar algo nuevo, estar en el presente y momento justo, ser eficaz, trabajar para la audiencia (el mundo del arte), exponer un discurso para ser oído, por lo que debes ser coherente e insistente, “porque el arte es intangible” y, por último, el arte debe ser bien argumentado, por lo que podríamos decir que no existe arte sin audiencia. Creación y estética serían las características que genera el artista plástico como valor agregado al mercado, como parte de su cadena de valor. (p.9)

Al adentrarse en otros factores, la Associació D'Artistes Visuals de Catalunya (2006), desarrolla un concepto sobre el artista visual y su transformación en el mundo de hoy. Indican que, en este cambio paradigmático, evoluciona la figura del creador individual hacia otra serie de requerimientos técnicos, profesionales y económicos que deben ser llevados por un equipo multidisciplinario.

3.3. Creatividad como insumo en las artes plásticas

La creatividad según Throsby (2008), representa una cualidad de largo alcance y que genera ciertos misterios para una definición más acertada, que va desde una característica de los seres humanos o un proceso donde el individuo resuelve problemas de manera novedosa. El BID (2017), refiere que no hay un consenso sobre esta aptitud, no obstante, aluden al informe de Economía creativa de la Conferencia de la UNESCO sobre comercio y desarrollo, el cual sugiere tres tipos de creatividad:

- **Creatividad artística**, la cual implica imaginación y capacidad para originar ideas originales y novedosas.
- **Creatividad científica**, que es activada desde la curiosidad a través de la percepción de fenómenos y disposición para experimentar y crear nuevas maneras de resolver problemas.
- **Creatividad económica** la cual simboliza un proceso dinámico que tiene como norte la innovación en tecnologías de producción, prácticas comerciales y mercadeo. Guzmán (2009) esboza algunas ideas sobre la creatividad y su relación con el crecimiento de los países:

Así, según la literatura internacional, el nuevo paradigma es el de las ideas (creatividad) como motor del crecimiento. Lo diferencial en las nuevas teorías del crecimiento y de la innovación -hidden innovation- es que los activos intangibles no se consideran variables intratables, sino que precisamente mediante la exploración de sus propiedades especiales en contraste con las de los activos tangibles se intenta explicar por qué la actual economía es muy distinta de la economía industrial. (p.5)

Con base en estos preceptos, las industrias culturales y creativas, a través de sus procesos creativos y simbólicos, y de sus activos intangibles, permiten el crecimiento en la economía y en la transformación social de un país. Para que esto ocurra, se hace vital

la inversión en estos sectores de la economía, promoviendo y formando a los creadores con el propósito de ir avanzando y evolucionando paulatinamente.

3.4. Gestión cultural en las artes visuales

El Ministerio de la Cultura de Chile (2018) refiere que depender económicamente de una actividad cultural no implica la pérdida de creatividad. Para que esto sea realidad, se debe empezar con una adecuada gestión cultural, que ayudaría a brindar una mayor independencia para la producción de los bienes y servicios culturales. Ser un emprendedor en las artes, no incluye solo lo económico; comprende elementos como:

- Capacitar a otros.
- Proteger el patrimonio
- Fomentar las actividades artísticas.
- Crear espacios colaborativos.
- Organizar eventos colectivos

En suma, gestionar culturalmente una actividad creativa, se traduce en formalizar la actividad. Tener múltiples fuentes de financiamiento, así como diseñar estrategias para la sostenibilidad económica del artista. Finalmente, posibilita que el proyecto de los creadores, sea una vía para la apreciación y valoración de los productos culturales generados.

En cuanto a los responsables de llevar la gestión cultural, Di Girolamo (2013), subraya que estos no deben ser ligados a una actividad neta como “organizador de eventos o productor. Contrario a ello, debe poseer ser un constructor de redes culturales basadas en la cooperación activa. Pareciera una compleja, pero alcanzar el éxito es vital la preparación adecuada, gran capacidad creativa y una vocación significativa.

3.5. Las artes plásticas en Venezuela

Las artes plásticas en este país, han transitado variados procesos cumbres. Calzadilla (1992), expone que Venezuela en la colonia, tuvo un desenvolvimiento artístico lento hasta el siglo XVIII; momento en el que pudo salir de las lides de condiciones precarias que existían inicialmente. Es allí, cuando el arte transmite los valores espirituales del momento y desplegaba un espíritu religioso, así como los ritos y

modos de vida preponderantes. Esta aseveración coincide con Villanueva (s/f) al expresar:

Las artes son los grandes testimonios del significado cultural de cada época; en ellas descubrimos los rasgos que marcan la individualidad histórica. En la medida en que manifiestan más unión de concepto o más participación formal entre ellas, más claramente se despliega el eje social alrededor del cual rota el binomio hombre-cultura. (s.p)

Es así como sucesivamente, se fueron desplegando estilos y vivencias acorde al estilo de vida del momento histórico transitado. No obstante, en la presente investigación se hará un enfoque más reciente al arte moderno, el cual fue disruptivo para el momento vivido en la época.

Al respecto, Calzadilla (2000), declaraba sobre las corrientes vanguardistas que artistas como Alejandro Otero, Mateo Manaure, Luis Guevara, Pascual Navarro, entre otros, dieron apertura a una nueva etapa del arte venezolano. Estos jóvenes artistas rechazaban el paisajismo y el realismo social, sustituyéndolo por nuevas tendencias del arte moderno, tal y como acontecía en Europa. Pudiera decirse que desde esta fecha se impulsó el arte abstracto. De hecho, se dice que el año 1950 es el año del nacimiento del arte abstracto en venezolano.

Para los años 50, surgió un grupo denominado “Los Disidentes”, los cuales reaccionaron contra el arte paisajista y promulgaban principios de la pintura como una experiencia de creación pura, destacando en este sentido, al arte abstracto como un símbolo del arte moderno. (Wilson, 2007)

Un artista destacado para el momento, fue Alejandro Otero, quien entre los años 1950 y 1951, destacó con su trabajo plástico abstracto: la serie Líneas Inclinadas sobre fondo blanco. Es aquí donde predominan la línea y el color como símbolo transmitido de sus obras. Esto se certifica con lo señalado por García-García (2016), al expresar:

Historiográficamente, la exposición Las Cafeteras de Alejandro Otero en el Museo de Bellas Artes de Caracas en 1949 marca el nacimiento de la abstracción en Venezuela. A esta exposición le sigue De Manet a nuestros días en 1950 -envío del Gobierno de Francia como parte de su política cultural para América Latina-. Así, queda asociado el origen de la abstracción en Venezuela a la pintura impresionista y avanza en una línea construida bajo una genealogía canónica de la pintura abstracta en Venezuela sustentada por Gaston Diehl... (p.46)

Sumado a lo anterior, otro aspecto de relevancia es la apertura a las posibilidades de la abstracción. De hecho, el Arquitecto Carlos Raúl Villanueva fue promotor del mismo. Muchos artistas del momento, participaron en el proyecto para la Ciudad Universitaria de Caracas en la década del 50. Este factor enaltecó los avances para la época en una amplia escala y de forma pública.

A partir del año 1970, Calzadilla (1992) se atreve a decir que emergió el movimiento cinetista que consagró a Jesús Soto y Carlos Cruz-Diez. Un aspecto interesante señalado por el autor, es una característica distintiva de los artistas de la época:

Las distintas disciplinas eran consideradas con autonomía unas de las otras. El pintor solía ser exclusivamente pintor, el escultor era escultor. En su reacción contra la visualidad simple y el plano, un grupo de artistas, identificados generacionalmente, propuso un tipo de obra sensorial, constituido por formas orgánicas básicas y por proyectos de ambientación en las que se buscaba << el contagio >> del espectador, una relación más táctil con el objeto. (p.104)

Otro aspecto relevante es que el arte cinético representó un mayor acceso a la difusión del arte en los espacios públicos. Todo ello conlleva a la democratización y acceso del arte, lo cual ha permitido la sensibilización del mismo. Muestra de ello, es la obra “Cromointerferencia de color aditivo” de Cruz-Diez, encontrado en el Aeropuerto de Maiquetía de Caracas. (García-García, 2016)

Por otro lado, la Fundación Telefónica (2014), revelan que, en el umbral del siglo XXI, el arte ha abarcado una definición y pertinencia acorde al contexto; ya sea a nivel estético o de carácter socio-histórico. Se afirma, además:

...las propuestas de arte emergente se relacionan con la sociedad. Mientras el sector estatal se afanó en instaurar un modelo inclusivo y masificado con base en mega proyectos expositivos, salones y certámenes nacionales, se redujo considerablemente el apoyo a las proposiciones de arte experimental, cuyo desarrollo ha quedado circunscrito a la iniciativa de los espacios independiente. (p.23)

De igual manera, se encontró un arte afín a representaciones de identidad, apropiación del territorio, reflexión en el arte en sí mismo. En otras palabras, los artistas se enfocan fuertemente, en la cultura visual de la nación. La innovación, el arte protesta, entre otros, han prevalecido fuertemente en los últimos años.

Cómo se visualiza, cada época ha influido notoriamente en la práctica artística. Igualmente, sobresale la importancia de las exposiciones y el clima investigativo de los artistas quienes vieron la necesidad de relacionarse de forma directa con su público.

3.5.1. Museos y salones de arte en Venezuela

El arte venezolano ha estado influenciado por diversos sitios concebido para la promoción del arte. En este sentido, Kozak (2015) puntualiza la existencia en la actualidad:

El Sistema Nacional de Museos está conformado por: Galería de Arte Nacional, Museo de Arte Contemporáneo, Museo de Bellas Artes, Museo de Ciencias, Museo Alejandro Otero, Museo de la Estampa y del Diseño Carlos Cruz-Diez, Museo Arturo Michelena, Museo de Arte Popular, Museo de Arquitectura, Museo de la Fotografía, Museo de Ciencia y Tecnología, Museo de Coro, Museo de Calabozo. (p.49)

Sumado a lo anterior, Ramos (citado por Kozak, 2015), hace alusión a la preocupante situación de los museos venezolanos en el siglo XXI. Al día de hoy, las estrategias políticas han destacado en la manera de gestionar los museos, centralizados mediante la Fundación Museos Nacionales.

Asimismo, han mermado las exposiciones individuales y se ha cuestionado la figura del curador o personal calificado en dichos recintos de arte. El elemento detonante, es su uso para la ideologización e “instrumentación partidista”. El Diario ABC (2019) confirman lo anterior al señalar que a pesar de la apertura de los museos, la mitad de sus salas permanecen cerradas. También se evidencia que las exposiciones son acorde a preferencia de las autoridades, indicando incluso, que entre el 80% y 90% del arte exhibido, es netamente político.

Por otro lado, Suazo (2019) menciona algunos programas de divulgación de las generaciones emergentes en las últimas décadas, a saber:

- Premio Eugenio Mendoza (1981-2003) en la Sala Mendoza.
- Salón Expresiones libres (1988)
- Exposiciones en el Espacio Alterno de la Galería de Arte Nacional.
- Salón Pirelli de Jóvenes Artistas (1993-2007)

- Bienal de Artes Visuales Christian Dior (1989-1993) en el Museo de Arte Contemporáneo.
- Bienal Nacional de Arte de Guayana (1987-1997)
- Salón Jóvenes con Fia (1998-2019) auspiciado por la Feria Iberoamericana de Arte-Fia en Caracas

Sumado a lo anterior, existen otras iniciativas y oportunidades tales como:

- Arte y Sociedad. Joven Creadores Venezolanos, fomentado por la Fundación BOD y el Instituto Goethe de Caracas.
- Centro de arte “Los Galpones”
- Galerías universitarias y espacios expositivos en universidades: Centro Cultural UCAB, Museo Universitario Jacobo Borges, Museo de Arte Contemporáneo del Zulia (MACZUL), Galería de la Universidad Bicentenario de Aragua, Galería de la Universidad central de Venezuela, espacios UNARTE de la Universidad Nacional Abierta.

Complementando esto, el autor (op.cit, 2019), señala el propósito de estos espacios:

Desde estas plataformas se le dio apoyo a medios, lenguajes y tendencias vinculadas al conceptualismo, la performance, la instalación, el arte en video, el arte electrónico, el apropiacionismo y la transvanguardia artística, proposiciones que marcaron distancia de la exacerbación expresiva de la nueva figuración y el informalismo, así como de la hegemonía cinético-constructiva que dominó el arte venezolano durante los años 50 y 60. (p.1)

Por consiguiente, este tipo de espacios es anhelado por los artistas plásticos. Constituyen elementos idóneos para la promoción que pueden darlos a conocer y ganar notoriedad tras su experiencia y práctica constantes.

Tras una revisión por el diario español ABC (2019), se revela una situación drástica en los espacios como las galerías

Ignacio Ruan, codirector de esta galería, se lamenta de que «cuesta mucho dinero, supone mucho esfuerzo, para una galería venezolana acudir a una feria como ésta. Ningún gobierno en Venezuela ha dado nunca ayudas a las galerías. En estos últimos 20 años la situación ha sido peor. Es una debacle». Siempre ha habido en Caracas tradición de galerías, pero se han reducido mucho. Solo un puñado subsiste hoy. «Es casi un milagro, magia» (s.p)

En la revisión de estas aseveraciones, no cabe duda, la carencia de espacios debido a los altos costos de mantenimiento y aspectos logísticos. Es por ello, que muchos artistas se han ingeniado a establecer alianzas entre sus pares y buscar espacios no convencionales para no desfallecer y seguir promocionándose.

3.5.2. Colectiva Nacional de Artes Plásticas de la Universidad Nacional Abierta

La Colectiva Nacional de Artes Plásticas de la Universidad Nacional Abierta (UNA), es un programa formal de la Dirección de Cultura que nació en el año 2006. Su frecuencia es anual y tiene 12 ediciones consecutivas, realizada en el marco del aniversario de la universidad a nivel nacional.

La Dirección de Cultura, en atención al Plan Operativo y en el marco del aniversario de la Universidad Nacional Abierta (UNA), organiza la Colectiva Nacional de Artes Plásticas, dando la oportunidad a los artistas plásticos de mostrar su creatividad, persiguiendo un objetivo el cual es mostrar el gran talento y capacidad plástica de estos. Además de divulgar el arte en sus distintas manifestaciones y darles cabida a artistas emergentes y de dilatada trayectoria que representan el arte contemporáneo en Venezuela.

El promedio de participantes a nivel nacional es de 100 artistas en aproximadamente 11 estados del país. Pueden participar obras bidimensionales (pinturas, gráficas, dibujos, fotografía) y obras tridimensionales (esculturas, cerámica).

La experiencia de gestión cultural de la Colectiva Nacional de Artes Plásticas, converge a los principios de la UNA y de la Dirección en relación a:

- Democratización, al fomentar el disfrute y acceso de la comunidad universitaria y no universitaria en el hecho socio-cultural presentado mediante este programa.
- Masificación, al lograr la apertura de participación de los diversos artistas plásticos ante la convocatoria de la colectiva.
- Participación, al concretarse iniciativas ejecutadas en cada estado del país a partir de la gestión cultural de la institución.
- Regionalización, mediante sus centros locales, el programa ha permitido expandirse en todo el radio de acción del país con sus propias particularidades, realidad geográfica, socio-económica y cultural.

A pesar de que se cuenta con objetivos claros, los mismos se adaptan y adecúan a la realidad de cada región que participa en la Colectiva. Cada equipo es autónomo en su

organización interna y distribución de responsabilidades para alcanzar las metas emanadas desde la Dirección de Cultura.

En cuanto al soporte organizativo y distribución de responsabilidades, se basa en los lineamientos para el programa a desarrollar, el cual se cumple mancomunadamente como un equipo de trabajo a nivel nacional. Dicho soporte puede visualizarse en la figura N° 6:

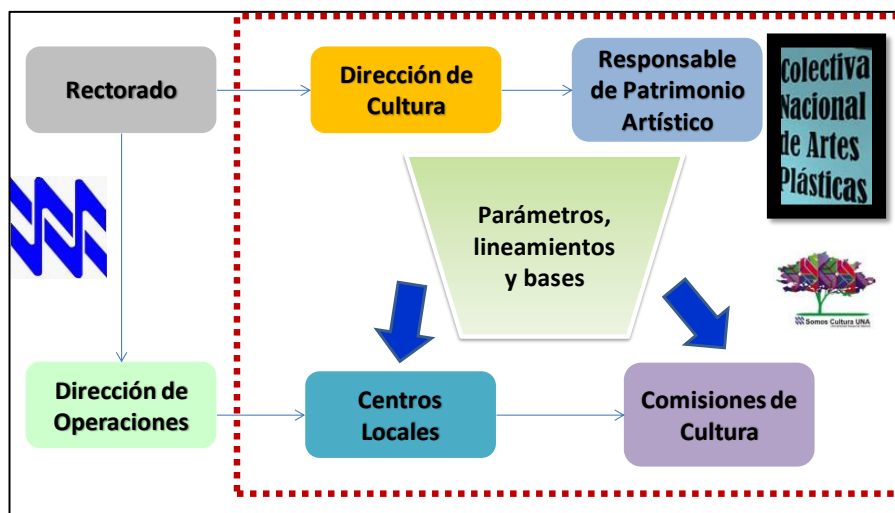


Figura N° 6. Soporte organizativo de la Colectiva Nacional de Artes Plásticas.
Fuente: Azuaje (2019)

Todos los artistas participantes deben enviar de manera digital y correctamente llena, la planilla de inscripción que le será enviada vía electrónica, al igual que el resumen curricular de su actividad artística más resaltante durante los últimos (5) años, fotocopia ampliada de la cedula de identidad, ficha técnica de la obra (autor, titulo, dimensiones, técnica, año), fotografía de la obra a exponer (con cámara digital, no tomar las fotos con celulares por la calidad de la imagen, entre otros elementos).

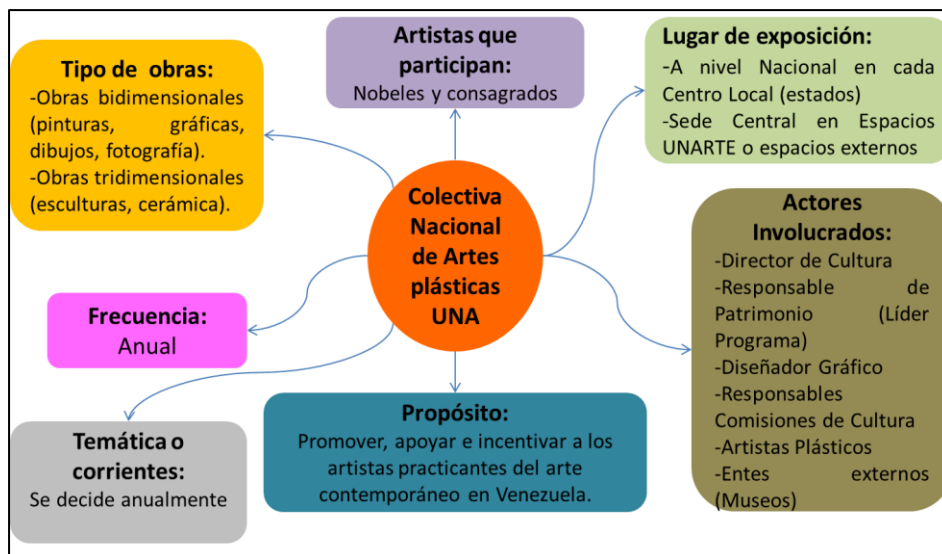


Figura N° 7. Síntesis de la Colectiva Nacional de Artes Plásticas

Fuente: Azuaje (2019)

En cuanto a los criterios gerenciales de la Colectiva Nacional de Artes Plásticas, se pueden visualizar los siguientes aspectos:

Planificación:

- Se basa en un plan anual y se encuentra enmarcada en el Plan Operativo Anual (POA).
- A pesar de ser una convocatoria abierta, el número de artistas participantes podrá limitarse a los espacios disponibles para la muestra expositiva.
- Anualmente se maneja un cronograma que debe cumplirse para cada fase del programa. Dichas fechas se envían a los involucrados junto a lineamientos específicos para evitar la improvisación.
- La Dirección de Cultura se desenvuelve como un ente que brinda directrices para el cumplimiento de las metas. Cada Centro Local adapta la información recibida a su contexto y recursos disponibles.

Organización

- La definición de la estructura está definida claramente según reglamento. La supervisión directa recae en la Coordinación del Centro Local, quien es el ente

que designa al responsable de la Comisión de Cultura y que, en parámetros generales, siguen las directrices de la Dirección de Cultura de la Sede Central.

Dirección

La Dirección de Cultura es quien emite los parámetros generales, cronogramas y temática a desarrollar en la Colectiva. Quienes integran la comisión de cultura en cada estado, lo hacen de forma voluntaria sumando esta función a sus responsabilidades naturales. Por lo que se hace vital la motivación constante. La misma es desarrollada mediante valoración del trabajo realizado con reconocimiento por escrito u orales (Dirección de Cultura/Coordinación Centro Local).

Control

- Se carece de indicadores de gestión.
- Relativo al informe de resultados, se cuenta con un mínimo grupo que lo elabora. Muchos solo optan por llenar lo concerniente al Plan Operativo Anual y no informa a la Dirección de Cultura sobre el desarrollo de la Colectiva.
- En el caso de la Sede Central, el equipo se reúne para visualizar las mejoras que pueden tener el proceso desarrollado en el año y medidas correctivas para futuras ediciones.

Logros alcanzados de la Colectiva Nacional de Artes Plásticas

A continuación, se reseñan los logros globales de este programa, con los datos históricos que se poseen. Entre los más destacados se tienen:

- 1221 artistas han participado en 12 ediciones, con un promedio de 102 artistas.
- 1850 obras han sido exhibidas en 12 ediciones.
- Un promedio de 12 sedes participantes, han estado presentes en la Colectiva Nacional de Artes Plásticas.

CAPÍTULO IV

MARCO METODOLÓGICO

4.1. Tipo de investigación

De acuerdo con los objetivos previstos, este estudio se fundamentará en una investigación descriptiva. Hurtado (2010) explica que este estadio investigativo tiene como propósito, “...especificar las propiedades de personas, grupos, comunidades, objetos o cualquier otra unidad sometida a investigación” (p.411). Asimismo, permite la caracterización de un evento o situación concreta, indicando sus rasgos diferenciadores.

Acorde con ello, mediante el estudio se tiene como producto final, la identificación de las buenas prácticas de gestión cultural de los artistas plásticos en el contexto previamente identificado.

4.2. Diseño de la investigación

El diseño del estudio, de acuerdo a Hurtado (2010:691), es “El conjunto de decisiones estratégicas que toma el investigador, relacionadas con el dónde, el cuándo, el cómo recoger los datos y con el tipo de datos a recolectar, para garantizar la validez interna de su investigación”. Este aspecto es sumamente importante debido a que, según la estrategia seleccionada por el investigador, se recolectó la información requerida de forma adecuada y certera.

Los criterios generales según Hurtado (*op.cit*), tiene que ver con el origen de los datos y la perspectiva de temporalidad. Al considerar el origen de los datos, se tiene que la investigación es un diseño de campo ya que concreta una interacción entre los objetivos y la realidad de la situación de campo, que visualiza y recopila los datos de la realidad en su situación natural; ahonda en la comprensión de los hallazgos y suministra al investigador un vistazo de la realidad más fundamentada en cuanto al conocimiento de la misma. En este caso, se indagó con los artistas plásticos, la forma en que llevan su gestión cultural para así determinar las buenas prácticas ejecutadas.

En torno a la temporalidad y secuencialidad de mediciones corresponde a un diseño transeccional contemporáneo que Hurtado (*op.cit.*) define como la investigación que concentra el estudio del evento en un momento único y presente en el tiempo.

4.3. Población y Muestra

Las unidades de estudio estuvieron personificadas por los individuos que presentan las características relativas al evento de estudio, a saber, Gestión Cultural.

Población: Es así que, en este caso, la población estuvo conformada por los participantes de la Colectiva Nacional de Artes Plásticas en el período del 2014-2018. Cabe resaltar de que más que valorar la gestión cultural de dicha colectiva de arte, se pretende extraer de dicho conglomerado, sujetos de estudio que han participado en las mismas y que representan significativamente, la totalidad de artistas visuales en Venezuela.

Muestra: Se consideró una muestra de 9 participantes seleccionados intencionalmente, basados en diversos años de experiencia y especialidades de las artes visuales.

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Se seleccionó la técnica de la entrevista mediante una entrevista a profundidad, que seguirá las pautas de una **Guía de Entrevista de Buenas Prácticas de Gestión Cultural** adaptada a los artistas plásticos. A través de ella se conoció la manera que los artistas plásticos desarrollan o no, las buenas prácticas de gestión cultural en sus proyectos artísticos.

Acorde con ello, la entrevista representa de acuerdo a autores como Kerlinger (1985), Ander-Egg (1987), un diálogo que se gesta entre una o más personas, dónde uno de ellos personifica a quien hace las preguntas y el otro responde de acuerdo a como se desarrolle la interacción y dependiendo de lo que se desea extraer de información. Esta técnica alude entonces, a la obtención de datos significativos a través de una conversación, ya sea en un espacio presencial o virtual mediante los medios existentes para ello y que son múltiples.

En cuanto a las entrevistas estructuradas, de acuerdo a Hernández, Fernández y Baptista (2006), el entrevistador posee una guía de preguntas específicas de acuerdo a los

criterios del investigador. En el caso de la presente investigación, se tuvieron como guía, las dimensiones e indicadores que fueron plasmados en la operacionalización de variable. A través de la interacción con los artistas plásticos, se formularon preguntas que permitieron conocer a mayor amplitud la manera en que se lleva la gestión cultural de sus proyectos artísticos.

Las ventajas de este tipo de técnica, están expresadas por Hurtado (2010) quien enumera bondades como la obtención de datos más amplios y profundos sobre el evento de estudio considerado; de igual forma, se pueden corroborar aspectos previamente delimitados y repreguntar en caso de ser necesario.

Por consiguiente, se obtuvo la descripción del evento de estudio sobre la manera en que los artistas plásticos ejecutan la gestión de sus proyectos artísticos.

En torno a la metodología abarcada para la aplicación de esta técnica, se fundamenta en lo reseñado por Ander-Egg (1987), donde se toman en cuenta los siguientes elementos:

- a) Se llamó previamente a los artistas plásticos una vez seleccionados, explicando el motivo académico e investigativo de la entrevista.
- b) Se convino la cita, especificando el día y la hora, así como el medio para el encuentro presencial o virtual. Considerando que algunos artistas son de otros estados algunas entrevistas fueron a través de *Skype*. Resultó importante dar indicaciones previas al entrevistado sobre la búsqueda de un momento y lugar que estuviera libre de interrupciones.
- c) Se preparó la guía de entrevista para evitar la improvisación y así se abarcar la variable y dimensiones de la investigación. (Anexo A)
- d) Se dispuso con antelación la grabadora de las entrevistas, preparándola una hora antes de la misma con el fin de respetar el acuerdo de la hora y teniendo todo listo en el momento justo.

Las preguntas iniciales se basaron en datos personales y profesionales como, nombre, rango de edad, si cursó o no alguna carrera de pregrado, años de experiencia como artista plástico, ocupación actual, entre otros asuntos de interés que estos sujetos de estudio aludieron durante la interacción.

Posterior a ello, la conversación giró en relación a la manera en que realizan sus proyectos artísticos relacionados a las prácticas de gestión cultural. Así como sobre la manera en que ejecutan la producción, comercialización y promoción de sus obras. Sumado a ello, estos individuos expresaron otros aspectos relativos a la actividad artística de forma espontáneamente y que serán de utilidad para la descripción de la variable de estudio y posterior realización de la propuesta de lineamientos.

4.5. Técnicas de análisis de datos

Una vez recolectados los datos mediante las técnicas cualitativas, es vital el análisis con el propósito de alcanzar los objetivos planteados. Se hizo una categorización con una matriz de categorías que permitió la realización del análisis mediante el Software informático Atlas ti, y que dio soporte al análisis de los datos cualitativos mediante las entrevistas que se transcribieron.

El Atlas-ti, es un software informático en su versión 7.0, en español, el cual resultó ser una valiosa herramienta para el análisis cualitativo de datos. Permitted la realización de la categorización y codificación de las entrevistas realizadas a los nueve sujetos de estudio, estableciendo las relaciones existentes entre las categorías predefinidas y las emergentes. Se elaboraron producto de este software, las redes conceptuales que son la base del análisis de los datos conseguidos

La categorización es conceptualizada por Hurtado y Barrera (2010), como la “...agrupación de acontecimientos, sucesos, objetos, acciones e interacciones que se consideren conceptualmente similares o relacionados”. (p.1127). Es así que una vez transcritas entrevistas e incorporadas en el software, se hizo la agrupación en primer lugar, bajo la base de las categorías predefinidas de la variable de estudio: Buenas prácticas de gestión Cultural de los artistas plásticos, visualizadas en cuadro N° 2, a saber:

- Competencias
- Calidad
- Instrumentos
- Gestión de Propiedad Intelectual y derecho de autor
- Políticas culturales
- Gestión de RRHH
- Gestión económica

Lo anterior facilitó la categorización y codificación de las unidades de análisis que brindaron una buena perspectiva para la descripción de las categorías preestablecidas y las

condiciones emergentes o no esperadas de las buenas prácticas de gestión cultural de los artistas plásticos participantes de la Colectiva Nacional de Artes Plásticas.

Para dar cumplimiento al primer objetivo, se hizo la categorización predefinida como ya se comentó en el cuadro anterior. Dicha categorización surgió de las respuestas de las entrevistas a los 9 artistas plásticos entrevistados; a través del software, se fue asignando la debida codificación según lo que correspondía.

Posteriormente, los resultados fueron desprendiéndose según cada indicador establecido. Esto permitió identificar la ausencia o presencia de cada ítem, estipulando el valor de “0” a la ausencia de cada categoría y “1” a la presencia, por lo que se tabuló y se determinaron los datos totales y por indicadores.

Una vez determinado el puntaje bruto (PB), se hizo la transformación de los puntajes totales de cada dimensión e indicador con base en 50 puntos como máxima puntuación a obtener y 0 punto como puntaje mínimo. Dicho cálculo se hizo con una sencilla regla de tres; por ejemplo, el máximo puntaje a obtener con la dimensión competencia por cada caso, es de 6 puntos, transformando a 50, el cálculo sería siguiente:

$$\text{Puntaje transformado} = (\text{puntaje bruto} * 50) / 6$$

Esta transformación se hizo con el propósito de facilitar la interpretación de los resultados, así como la comparación entre los puntajes obtenidos. Asimismo, se elaboró un baremo de interpretación, con la cual se desarrollaron cinco intervalos de interpretación de acuerdo al puntaje obtenido con base en la escala de 50 puntos, y que se exhibe a continuación:

- Muy Bajo (0 – 9,99)
- Bajo (10-19,99)
- Medio (20-29,99)
- Alto (30-39,99)
- Muy Alto (40-50)

Esto se hizo para unificar las escalas de cada categoría y tener calidad interpretativa en el análisis que posteriormente se mostrará.

En torno al logro del segundo objetivo, se consideró la categorización abierta o categorías emergentes, definida por Strauss y Corbin (2002) como el procedimiento que se sigue para la identificación de los conceptos, develando sus características y elementos. Fundamentado en ello, se pudieron conocer otros aspectos no contemplados en la

operacionalización del evento de estudio y que son importantes y particularizan, en este caso, las prácticas de gestión cultural de los artistas plásticos.

Para el tercer objetivo, se muestra la categorización selectiva, definida por Strauss y Corbin (2002) como el proceso de integración y refinación de la teoría. En este caso particular, tras el análisis de las categorías predefinidas y las emergentes, se interrelacionan los datos arrojados y se puede describir las buenas prácticas de gestión cultural de los artistas plásticos, caso Colectiva Nacional de Artes Plásticas de la UNA.

Cuadro N° 2

Sistema de las categorías predefinidas de las buenas prácticas de gestión cultural

Variable de estudio	Dimensiones o Metacategorías	Categorías	Código
Buenas prácticas de Gestión Cultural de los artistas plásticos	Competencias	Ejecuta objetivos (Eficacia)	Gescomobj
		Compara objetivos planteados versus resultados (Eficiencia)	Gescomval
		Diferencia a artista de artesano (criterio)	Gescomdif
		Elabora presupuesto (conocimiento)	Gescompre
		Conoce sobre emprendimiento (conocimiento)	Gescomemp
		Se adapta a los cambios (flexibilidad)	Gescomcam
	Calidad	Conoce sobre una buena propuesta artística (Valores estéticos, morales o intelectuales)	Gescalpro
		Incorpora elementos novedosos y creativos (innovación y riesgo)	Gescalnov
		Desarrolla proyectos sociales	Gescalsoc
	Instrumentos	Posee guía escrita de procesos (manual de procedimientos)	Gesinsgui
		Elabora proyectos de financiamiento (Plan de viabilidad)	Gesinsfin
		Conoce segmento de mercado (marketing)	Gesinsmer
		Promociona su carrera artística (comunicación)	Gesinspro
		Valora su gestión (evaluación)	Gesinsval
	Gestión de Propiedad Intelectual y derecho de autor	Conoce sobre leyes de propiedad intelectual y derecho de autor	Gesproley
		Aplica acciones para proteger obra	Gespronor
	Políticas culturales	Conoce sobre políticas culturales (Concepción sobre políticas culturales)	Gespolcon
		Está agremiado (Colaboración entre agentes)	Gespolgre
	Gestión de RRHH	-Contrata a terceros (contratación de profesionales)	Gesrecter
		-Aplica normas de seguridad e higiene industrial (seguridad y salud en el trabajo)	Gesrecseg
	Gestión económica	-Define estructura de ingresos y egresos (Principios de estructura y equilibrio)	Geseconest
		-Calcula precio de sus obras. (Cálculo de honorarios)	Geseconpre

Fuente: Elaborado por la autora (2017)

Cuadro N°3. Resumen de método de la investigación

Objetivo general	Objetivos específicos	Estadio	Diseño	Variables	Unidad de estudio	Técnica	Instrumento	Tipo de datos	Tipo de análisis
Identificar los aspectos que inciden en el logro de las buenas prácticas de gestión cultural desarrolladas por los artistas plásticos en Venezuela. Caso: Colectiva Universidad Nacional Abierta 2014-2018	1. Diagnosticar las buenas prácticas de gestión cultural desarrolladas por los artistas plásticos en Venezuela. Caso: Colectiva Universidad Nacional Abierta 2014-2018	Descriptivo	<i>Campo</i>	Buenas prácticas de Gestión cultural	Artistas Plásticos participantes de la Colectiva Nacional de Artes Plásticas	Entrevista en profundidad	Guía de entrevista	Cualitativos	Categorización con una matriz de categorías preestablecidas
	2. Comparar los artistas plásticos que han alcanzado un alto nivel de desarrollo de las buenas prácticas de gestión cultural, con los artistas plásticos que poseen un bajo nivel de las buenas prácticas de gestión cultural.	Comparativo	<i>Campo</i>		Artistas Plásticos participantes de la Colectiva Nacional de Artes Plásticas	Entrevista en profundidad	Se trabaja con los datos obtenidos en primer objetivo	Cualitativos	Categorización con una matriz de categorías preestablecidas
	3. Caracterizar los elementos que influyen en el desarrollo de las buenas prácticas de gestión cultural alcanzado por los artistas plásticos en Venezuela. Caso: Colectiva Universidad Nacional Abierta 2014-2018.	Descriptivo	<i>Análisis</i>		Artistas Plásticos participantes de la Colectiva Nacional de Artes Plásticas	Se trabaja con los datos obtenidos en los objetivos 1 y 2.	Se trabaja con los datos obtenidos en objetivos 1 y 2	Cualitativos	Categorización selectiva

Nota: Elaborada por autora (2019)

CAPÍTULO V

ANÁLISIS DE RESULTADOS

En este apartado de la investigación, se expone el análisis de los datos obtenidos tras la realización de las entrevistas realizadas a 9 artistas plásticos que participaron en la Colectiva Nacional de Artes Plásticas de la Universidad Nacional Abierta. Tal y como se señaló en el capítulo anterior, una vez grabadas las entrevistas, se transcribieron y se transformaron en el formato RTF para ser procesadas en el Software Atlas-ti.

Primeramente, se realizó la fase descriptiva que contiene los elementos concernientes a las prácticas de gestión cultural de los artistas plásticos a explicar. De tal manera que se definieron las categorías predefinidas antes de la categorización, tal y como lo sugiere Hurtado de Barrera (2010) y se esbozaron unos cuadros con la sinopsis de cada categoría.

Esto conllevó a la delimitación del evento, la metacategoría, la categoría a la cual concierne, el código que previamente se asignó, una definición breve y el parámetro empleado (Cuadro N° 3). Conforme con lo anterior, en esta fase se determinó la manera en que los artistas plásticos ejecutan las prácticas de gestión cultural mediante las categorías predefinidas ya indicadas.

4.1. Caracterización de la Dimensión: Competencias

En lo que concierne a las Competencias, se establecen las respuestas expresadas sobre la forma en que el artista plástico maneja elementos teóricos y metodológicos demandados para complementar sus proyectos artísticos. Tal y como se expuso en capítulos previos, para el caso de estudio se consideraron los indicadores: Ejecuta objetivos (Gescomobj), Compara objetivos planteados versus resultados (Gescomval), diferencia a artista de artesano (Gescomdif), elabora presupuesto (Gescompre), conoce sobre emprendimiento (Gescomemp), se adapta a los cambios (Gescomcam).

En el cuadro N° 4, se presenta la tabulación de cada indicador que revela la presencia y ausencia del mismo, dentro del grupo de la muestra desarrollada.

Cuadro N° 4

Tabulación de Dimensión: Competencias

Caso	Ejecuta Objetivos (Gescomobj)	Compara objetivos planteados vs ejecutados (Gescomval)	Diferencia artista vs artesano (Gescomdif)	Elabora presupuesto (Gescompre)	Conoce sobre emprendimient o (Gescomcam)	Se adapta a los cambios (Gescomcam)	Total Competencias (PB)	Ptransf
A1	0	0	1	0	0	1	2	16,67
A2	1	0	1	0	0	1	3	25,00
A3	0	0	1	0	0	1	2	16,67
A4	0	0	1	0	0	1	2	16,67
A5	1	0	1	1	1	1	5	41,67
A6	0	0	1	0	0	1	2	16,67
A7	1	1	1	1	1	1	6	50,00
A8	1	1	0	1	1	1	5	41,67
A9	1	0	1	0	1	1	4	33,33
							Mediana	25,00

Fuente: Elaborado por la autora, a partir de los datos obtenidos

Se visualiza entonces que en esta metacategoría, la mediana representó un valor de 25,00, lo que en el baremo indica que se encuentra en un nivel “Medio”, lo que indica que esta buena práctica no ha sido desarrollada en su totalidad. No obstante, en este caso sobresale el hecho de que el indicador más débil es la comparación de objetivos planteados versus lo ejecutado y la elaboración de presupuesto. Otro aspecto que resalta es la gran adaptación que poseen los artistas plásticos a los cambios internos o externos. A continuación, se desglosará cada indicador para ver con mayor detalle cada uno de ellos.

4.1.1. Ejecutan objetivos (Eficacia)

En torno a la eficacia o ejecución de objetivos según lo planeado, se puede visualizar que la mitad de los artistas plásticos se plantean objetivos y los ejecutan. De acuerdo al gráfico N° 4, en esta lista, la mayoría de ellos se planifican acorde a sus necesidades y a sus proyectos:

- Planifican acorde a un horizonte de tiempo, ya sea anual o diaria.
- Otros solo planifican con base a exposiciones y no a producción de obras.

Entre las citas más destacadas en este apartado se tiene:

“...Este es mi trabajo, yo me levanto y me arreglo para trabajar en mi taller... Antes para dar clase estipulaba de 2 a 5 pm. Hoy en día tengo 2 días para pintar, cuando trabajo lo hago por serie, muy poco hago una sola pieza. Actualmente pinto petroglifos venezolanos, son 100 piezas de las cual he vendido 4, no he terminado la colección, las vendí afuera y llevo 15. Mi objetivo es 100 obras que debo tener para finales del mes de octubre, de mediano formato, 27 x 38. Entonces si me fijo metas, llevo 38 años trabajando con otros artistas. Al año he tenido hasta 6 exposiciones que la planificamos el año anterior.”

“...Bueno siempre es anual, la planificación en arte no puede ser con menores tiempos. Ya estoy planificando para el 2020 que exposiciones puedo hacer y cómo debo hacerlo. Si son proyectos específicos con varios artistas. Por ejemplo, la exposición la historia de Venezuela, 2 años antes, son 32 paneles que hay que tallar, eso tiene un costo a nivel de la hojilla de oro y pintura de oro, la crisis en Venezuela que no se consigue nada, la primera cosa que busco son materiales. Por ejemplo, tengo madera, herramientas, hojillas de oro, cuanto me cuesta, cuanto tiempo, ¿el traslado? La fotografía. Toda la secuencia hay que planificarlo a juro... la hiperinflación eso si no te permite planificar con costos, se hace en dólares entonces.”

En relación a quienes no lo hacen, muchos tienen afirmaciones como:

- El arte no se planifica ya que el artista debe inspirarse.
- Otros consideran que tienen falta de estructura para hacerlo o es un defecto general de los artistas.

“...mira, eso es como un tobogán, de repente llegaba una época, agarraba papel y lápiz, me organizaba y decía, bueno voy hacer tantas tallas de estas figuras para distribuirlas en las 3 tiendas, pero resulta que hice una parte, la llevé a la primera tienda, me distraje con otra cosa, y se me olvido llevar a las otras tiendas, o hice menos cantidad, y las distribuía de a poquito para cada una. Pero no era una cosa tan organizada o esquemática, estructurada, por lo menos en mi caso”

“...Por lo general, no, yo creo q es un defecto grave de los artistas porque eso nos ayudaría muchísimo tener una planificación de lo que va del año y tener ideas claras. En realidad, no planifico, creo que eso tiene que ver con el espíritu del artista, no nos atamos a esas normas pero si ayuda. Puedes pasar 10 años pensando que quieres hacer algo y nunca se concreta, se queda en ese pensamiento vago y nunca se desarrolla. Hay personas que tienen esa capacidad pero son muy pocos pero los artistas no tenemos esa competencia.”

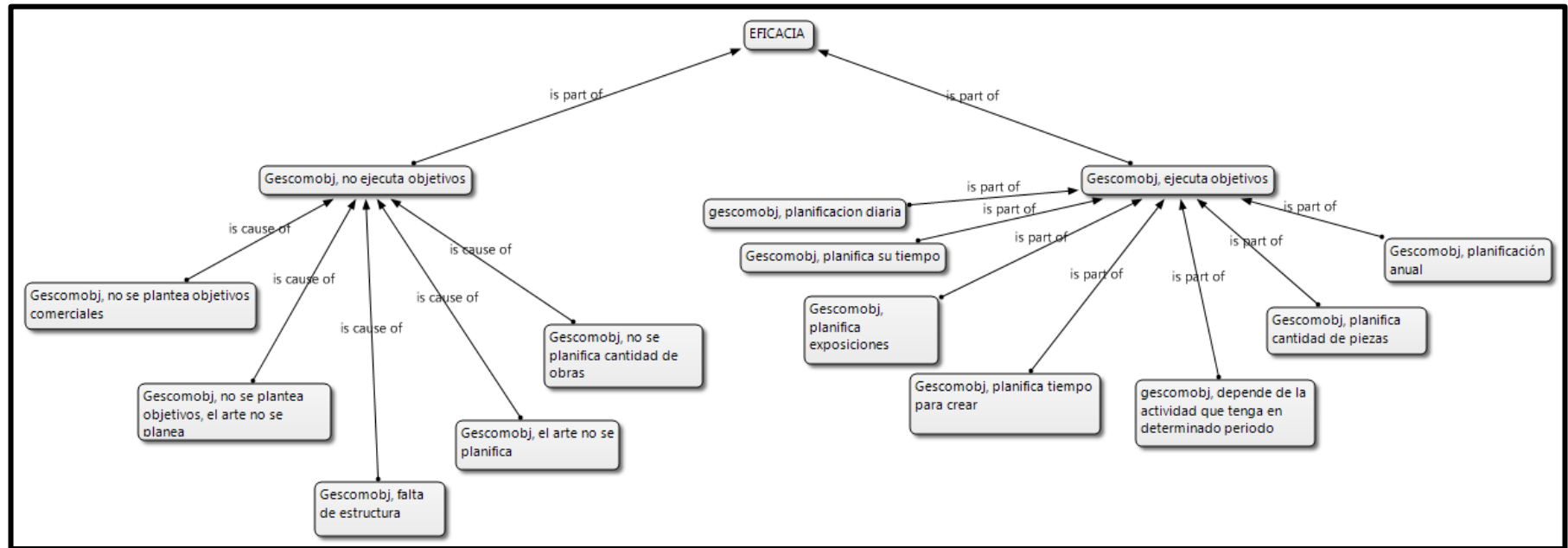


Gráfico 4. **Diagrama de redes de la categoría: Eficacia**
 Fuente: Elaborado por la autora a partir de los datos obtenidos

4.1.2. Compara objetivos planteados versus resultados (Eficiencia)

La eficiencia está relacionada con la relación que deben valorar los artistas plásticos en torno a los resultados y a los recursos empleados. En este caso, acorde al cuadro N° 4, este indicador es poco desarrollado, solo 2 de los entrevistados hacen esa valoración tan importante para su productividad artística:

“Si por supuesto, trato siempre de cumplir mis metas. En caso de no hacerlo, lo dejo para el próximo periodo, siempre tratando de ver las razones de esa falla. Pero el objetivo es planear bien para poder cumplir y alcanzar los resultados”

Entre los que no lo hacen el gráfico N° 5, explica algunos de los motivos que pudieron conocerse tras sus afirmaciones:

- Es difícil medir lo que se ejecutó.
- No hace esa comparación, solo a cuántas exposiciones van
- No tienen la capacitación o creen no tener esa competencia.
- Solo se dedican a producir sus obras o productos artesanales.

Entre algunos de los comentarios destacados, se tiene:

“...la verdad no lo hago, yo solo me dedico a producir y ya. Si debo ir a una exposición o a una feria, listo, pero no es que me siente a ver que logré y no logré. Todo es muy efímero y rápido.”

“eso es como un tobogán, de repente llegaba una época, agarraba papel y lápiz, me organizaba y decía, bueno voy hacer tantas tallas de estas figuras para distribuirlas en las 3 tiendas, pero resulta que hice una parte, la llevé a la primera tienda, me distraje con otra cosa, y se me olvido llevar a las otras tiendas, o hice menos cantidad, y las distribuía de a poquito para cada una. Pero no era una cosa tan organizada o esquemática, estructurada, por lo menos en mi caso”

“Puedes pasar 10 años pensando que quieres hacer algo y nunca se concreta, se queda en ese pensamiento vago y nunca se desarrolla. Hay personas que tienen esa capacidad pero son muy pocos pero los artistas no tenemos esa competencia.”

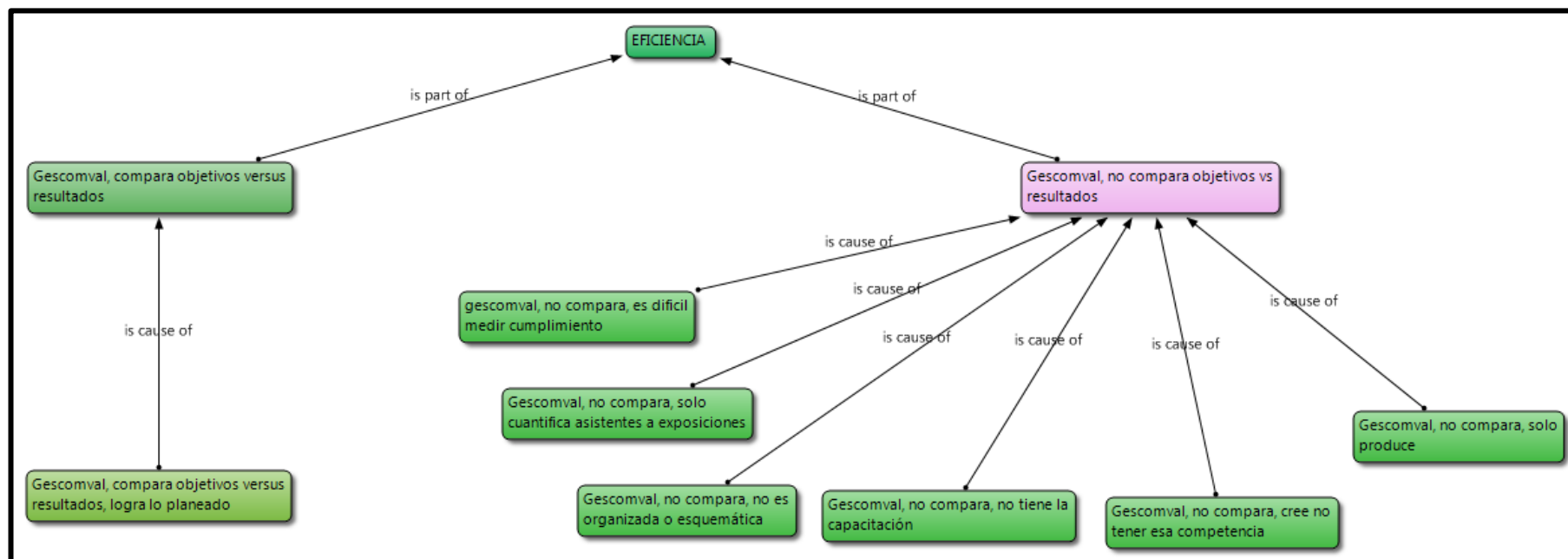


Gráfico 5. **Diagrama de redes de la categoría: Eficiencia**
 Fuente: Elaborado por la autora a partir de los datos obtenidos

4.1.3. Diferencia a artista de artesano (Criterio)

Al hacer referencia al criterio, es aquella capacidad que tiene el artista plástico en torno a los proyectos artísticos; la pericia y el conocimiento es producto de la experiencia. Conforme a ello, los entrevistados manejan un amplio conocimiento sobre lo relativo a las diferencias entre artistas y artesanos, según lo indicado en el cuadro N° 4.

Todos de acuerdo a sus prácticas y experiencias, han llegado a definir lo que significa para ellos. Resalta el hecho de ser un tema muy debatido en el contexto de las artes visuales. Dichas opiniones pueden visualizarse en el gráfico N°6 y se resumen en algunas características como las siguientes:

- El artista investiga y no puede repetir su obra; no trabaja en masa.
- El arte es un lenguaje.
- La artesanía tiene una línea de producción masiva, es utilitaria y tiene tareas repetitivas.
- Un aspecto de interés es que algunos artistas recurren a la artesanía para mantenerse activos comercialmente y generar ingresos.

Algunos de los comentarios referentes a este tema bastante amplio y reflexivo son:

“Un artesano produce en masa. El artista no trabaja en masa, produce evidentemente. Cuando yo hablo de hacer la línea de producción masiva para la venta sería de manera artesanal, entonces desligo esa producción con la obra plástica.... Tener tu línea de producción como artista y lo que venderé para tener un ingreso rápido y más constante, justo por el tema de la venta. De repente no todo el mundo tiene para comprar una obra de arte, sin embargo es más fácil comprar una cosa más sencilla.”

“Cuando yo hago mis palitos, mis tallitas de palitos, hago 200 tallas de la Virgen de Coromoto, José Gregorio, etc, son tareas repetitivas, no tienen una profundidad temática, estoy reproduciendo una imagen. No tiene como lo dijo Apolinar, ese algo más. El artesano utiliza muy bien la herramienta, después el artífice, el maestro de los artesanos que la utilizaba y la proponía. Después está el artista que era quien ponía el corazón, ese algo más que no puedes explicar, no sabes que pasa allí. Quizá las primeras 4 eran diferentes, pero ya después es lo mismo, tengo cualquier cantidad que he perdido la cuenta. Yo le doy el molde o la pieza a otra persona y lo puede hacer; quizá no tiene la magia que le pone uno, pero lo puede hacer. El artista es la investigación personal, el trabajo personal-no obra de arte porque lo veo como muy grande-hacer, buscar otro reto, otro lenguaje, el significado de lo que haces, y ese sí es la otra parte; esa no la puedo repetir.”

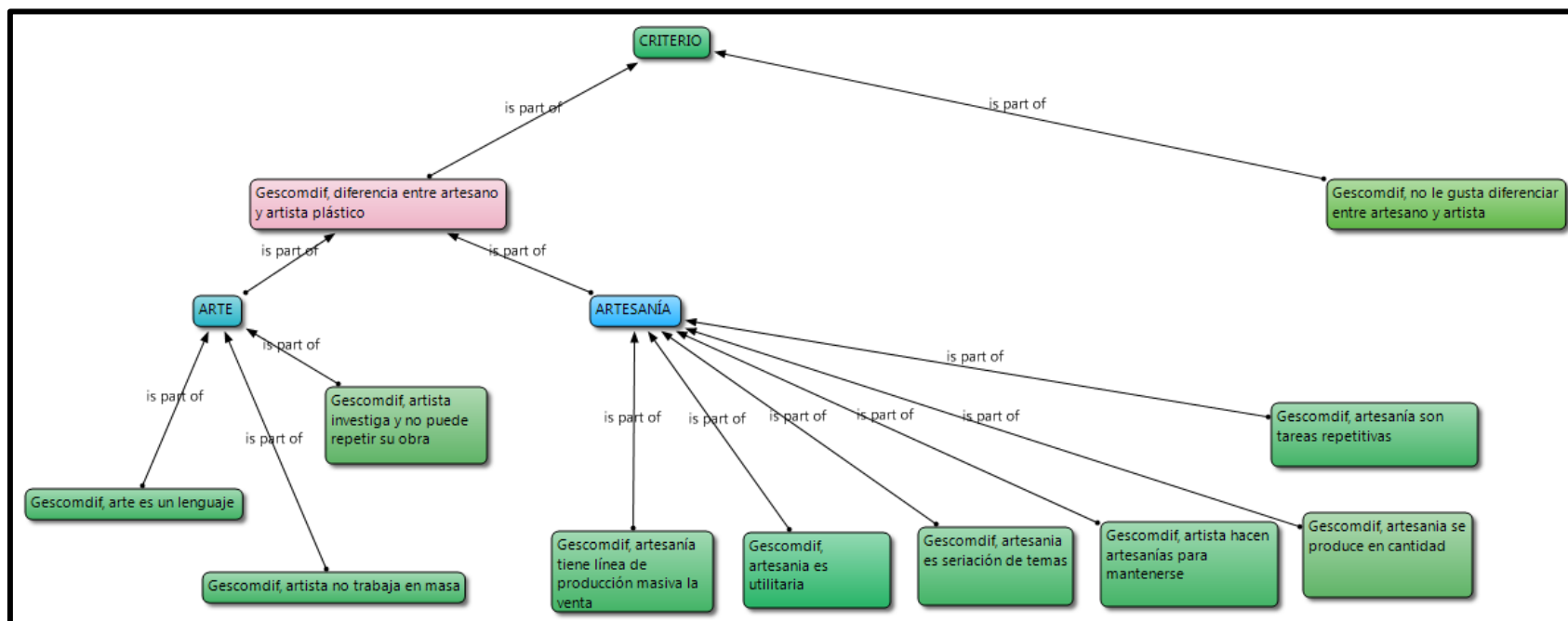


Gráfico 6. **Diagrama de redes de la categoría: criterio**
 Fuente: Elaborado por la autora a partir de los datos obtenidos

4.1.4. Elabora presupuesto y conoce sobre emprendimiento (Conocimientos)

El conocimiento conlleva a que los artistas plásticos se desarrollen para mediar entre sus obras y las necesidades específicas propias así como de su colectivo. Es así que para este indicador se consideraron dos aspectos, lo relativo a la elaboración de su presupuesto para hacer sostenibles sus proyectos y la manera en que se desarrollan como emprendedores culturales.

Iniciando con la elaboración del presupuesto, ya se avizoraba en párrafos anteriores, la gran debilidad encontrada, solo 3 de los entrevistados desarrollan este aspecto tan vital para hacer sostenibles económicamente sus proyectos. El gráfico N° 7 expone algunos aspectos de interés relativos a quienes no hacen presupuesto:

- Solo hacen lista de compras
- Compran material con antelación o señalan que como usan material reciclado es el único costo que tienen y no hay necesidad de hacerlo.
- A algunos se les hace difícil.

Entre los comentarios más destacados, se tienen:

“Presupuesto como tal no cuento. Tengo mucho material que en algún momento logré comprar, en ese momento de abundancia podías hacer muchas compras, tengo reservas, que luego se convertirían en ese presupuesto. Poder sacar capital para tener esa dinámica o herramientas para poder continuar con proceso plástico. El artista es ingenioso y se inventa cualquier cantidad de cosas que permite que a uno no se vea tan ahorcado por expresar lo que uno siente o desea. No me he visto limitada, me he visto limitada de tiempo. Debo colocarme esa prioridad. Hacer un presupuesto como tal es difícil, en cuanto a papeles, marquetería, ese tipo de cosas, eso está, pero por lo menos para el proyecto de diciembre está cubierto”

“Si, casi se puede hacer mensual, bimensual, pero mi presupuesto para hacer la obra es casi que anual, porque yo trato, siempre ha sido así desde que empecé a pintar, en el año, uno visualiza la cantidad material que necesita, tiene un estimado de cuánto gasta, cuantas obras produce y es así, uno se provee anual de lo que voy a necesitar. Si acaso en el año me falta algo, que sea muy puntual. Siempre como garantizar, ¿por qué el artista tiene su manera de almacenar incluso oleos, lienzos, fotografías? Uno tiene esa proyección para el año, para que nunca le falte”

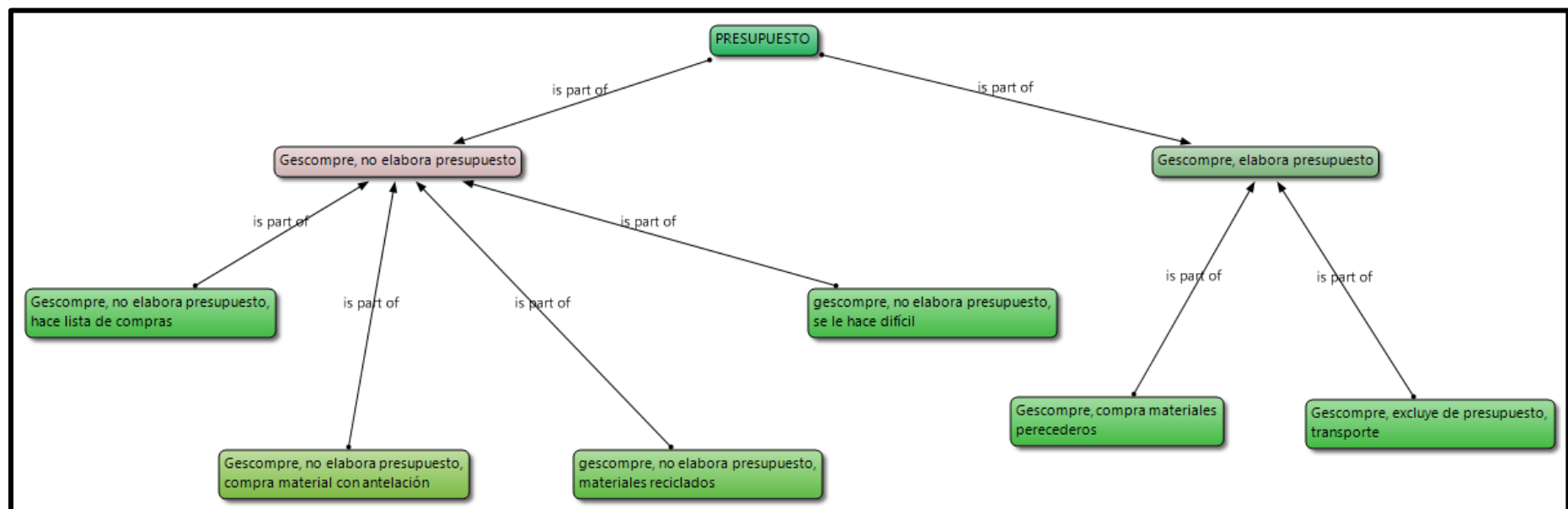


Gráfico 7. **Diagrama de redes de la categoría: Elabora presupuesto**

Fuente: Elaborado por la autora a partir de los datos obtenidos

En torno a sus conocimientos sobre emprendimiento, 4 de los entrevistados consideran que si tienen dichos conocimientos, sin embargo, muchos alegan que el aprendizaje ha sido por la experiencia, curiosidad o talleres aislados, no por una educación formal. En el gráfico 8 se revela lo expresado por los artistas plásticos, que se sintetiza en los siguientes puntos:

- Quienes conocen de emprendimiento lo han aprendido por experiencia, carreras alternas, ya sea por formación de cursos o estudios de postgrado
- Aquellos que consideran que no manejan este término, señalan que no se sienten preparados y que resulta complicado vivir del arte en Venezuela. Uno de ellos simplemente señala que no se considera emprendedora ni empresaria.

Algunas de las opiniones emitidas por estos artistas plásticos son:

“Mira, eso es un camino, de incertidumbre, es incierto... Para un artista que le llame la atención, tienes que esperar recomendaciones de 3ros, bien sea curadores o que el artista tenga fama por las redes, un trabajo mediático. A algunos les ha funcionado a otros no, es complicado entrar en el mercado del arte, ahora es más por la economía que vivimos, se hace muy cuesta arriba. Hay que hacer maniobras tácticas, promocionarte por las redes. Hay una cierta cantidad de artistas que se vinculan con lo político, no hay reflexión, pintan una harina pan, o un panfleto, es muy superficial para lograr colarse en el mercado. Eso sucede por la misma crisis no hay un espacio intermedio. O te dedicas en contra del gobierno o si formas parte, allí no hay ningún camino, lo que te queda es usar las redes.”

“La universidad no te prepara para eso. No te preparan para promocionar tu obra, es muy curioso, no sé si es solo la Reverón, sin embargo, he escuchado personas en el extranjero que lo primero que ven es mercadeo del arte. La verdad experiencia como tal, no. No tengo ninguna. Solamente y creo que es bastante, los 10 años de experiencia en el museo que me permitieron conocer gente del medio, esa es la carta que tengo para desarrollar este nuevo camino.”

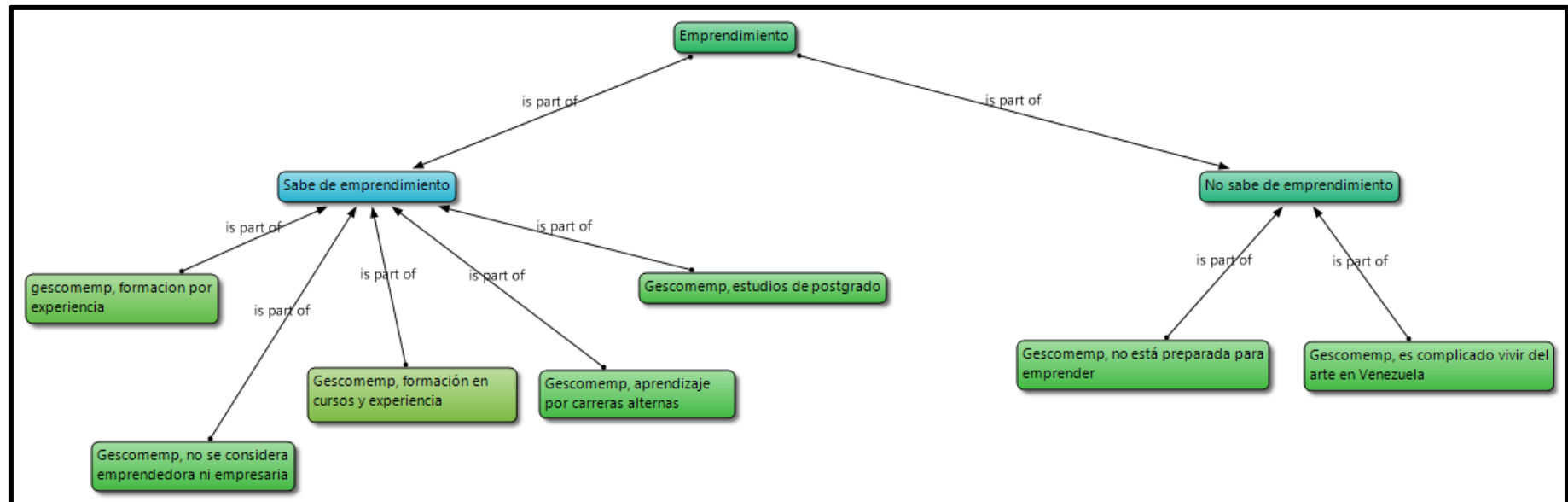


Gráfico 8. **Diagrama de redes de la categoría: Conoce sobre emprendimiento**
 Fuente: Elaborado por la autora a partir de los datos obtenidos

4.1.5. Se adapta a los cambios (Flexibilidad)

La flexibilidad tiene que ver con la capacidad de adaptación del artista ante los cambios diversos para cumplir finalmente sus objetivos. En este caso, todos en general manifestaron sortear algunos obstáculos o limitantes para salir adelante con sus proyectos artísticos. Según lo visualizado en el gráfico 9, entre los elementos más susceptibles que han percibido son lo relativo a la adquisición de material cuando tienen ingreso de dinero o producción de material propio como colorantes naturales, material reciclado, entre otros; búsqueda de espacios alternativos ya que hay pocos en la actualidad para promoverse. Algunos comentarios de los entrevistados al respecto son:

“Creo que más bien ha sido la falta de material, cuando tenía la necesidad de conseguir un material en específico. Puedo poner de ejemplo mi primera individual, totalmente texturas sobre madera. La parte más difícil fue el encontrar la madera ya que en el país había desaparecido por completo, Quimeca que nos facilitaba la madera en chapa, y las carpinterías trabajan con conglomerados, es decir, el MDF que es papel comprimido. Pero después no porque aprendí a resolver. A menos que sea estrictamente digital, que tampoco creo, el factor externo que afecte cuando realizo una obra. Si me hace falta tinta la creo, si falta pintura, la creo, si falta pinceles, resuelvo...pinto con dedos o utilizo cualquier otro utensilio para pintar... Los factores son sociales, bueno, no me afectan mucho porque separo mucho lo social de lo artístico. Aunque también he hecho parte social. Si es económica, nos pasa a todos...creo que la única vez que me ha afectado un aspecto externo es la carencia de lugares expositivos”

“Allí es viendo la posibilidad que da la meta crisis o la posibilidad que da el entorno, las oportunidades. Una realidad es que en Venezuela casi ya no hay salones de arte, algunos espacios se volvieron sesgados para la difusión del arte. Eso da una posibilidad de darle la vuelta a muchas cosas, es decir, buscar espacios alternativos, porque todos los negocios han sufrido un cambio. Es decir, un negocio que típicamente es un restaurant, y lo vi, ahora vende harina en sus estantes. Quiere decir que en un restaurant se convierte en un espacio para exponer o una vitrina artística, eso mueve formatos de obra, tipos de creación de la obra, tipo de artista. Entonces esa realidad hace llegar la obra o el producto cultural a otro público”

“yo creo que el artista siempre está contra la pared, hay poca opción de decidir. Lo que hago es llegar a negociaciones para que no se modifique totalmente lo que yo quiero expresar. Pero en realidad, los galeristas y curadores imponen su criterio de cómo hacer las cosas, trato de mediar para lograr objetivo. Igual siempre ante los cambios, trato de subsanarlos y ser un poco flexible con mi objetivo en miras”

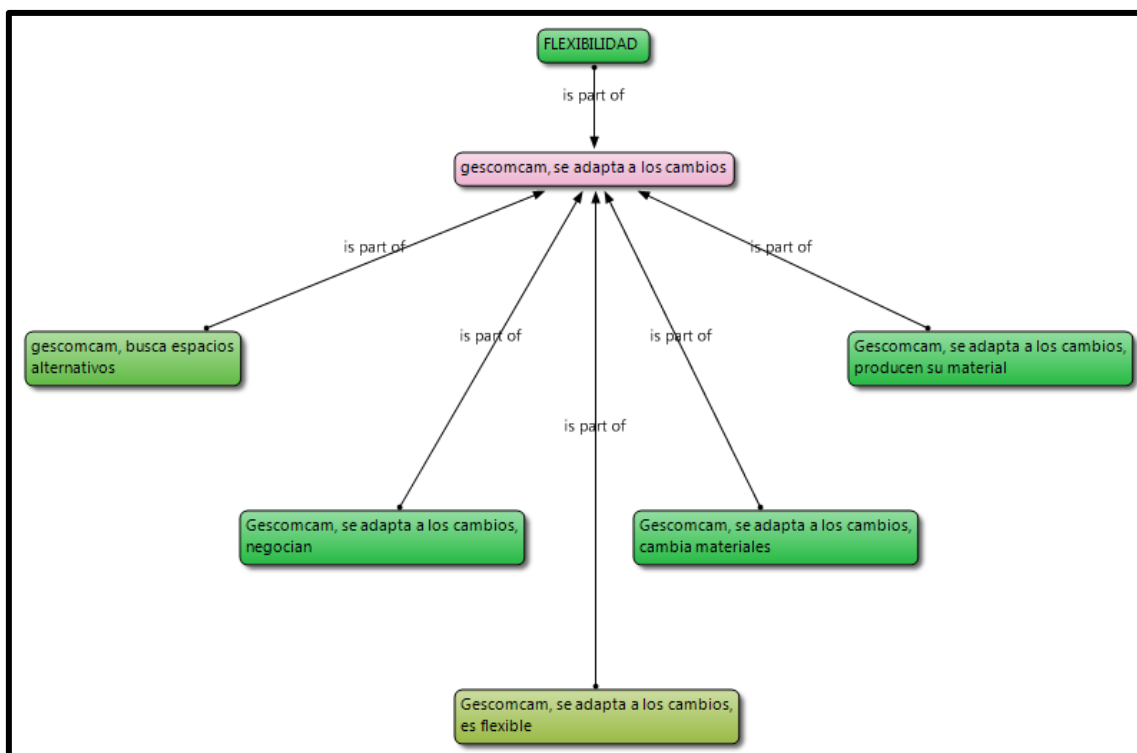


Gráfico 9. Diagrama de redes de la categoría: Se adapta a los cambios

Fuente: Elaborado por la autora a partir de los datos obtenidos

4.2. Caracterización de la Dimensión: Calidad

Relativo a la categoría: calidad, la misma es aquella que aporta valores significativos a los proyectos artísticos, donde debe prevalecer la valoración estética, la innovación y el fortalecimiento del rol social y educativo hacia el entorno que rodea al artista plástico.

Los indicadores para esta categoría: Conoce sobre una buena propuesta artística (Gescalpro), incorpora elementos novedosos (Gescalnov) y desarrolla proyectos sociales (Gescalsoc). El cuadro N° 5, exhibe la tabulación de cada uno de ellos, revelando igualmente, la presencia y ausencia en cada uno de los entrevistados. Se reseña que dicha metacategoría, tiene una mediana de 50, lo cual deja a esta categoría en el nivel “Muy alto”; permite entrever el desarrollo de buenas propuestas de proyectos artísticos, la innovación y el apoyo a lo social.

Cuadro N° 5

Tabulación de Dimensión: Calidad

Caso	Conoce sobre una buena propuesta artística (Gescalpro)	Incorpora elementos novedosos y creativos	Desarrolla proyectos sociales (Gescalsoc)	Total Calidad (PB)	Ptransf
A1	1	1	1	3	50,00
A2	1	1	1	3	50,00
A3	1	0	0	1	16,67
A4	1	1	1	3	50,00
A5	1	1	1	3	50,00
A6	1	1	1	3	50,00
A7	1	1	1	3	50,00
A8	1	1	1	3	50,00
A9	1	1	1	3	50,00
				Mediana	50,00

Fuente: Elaborado por la autora, a partir de los datos obtenidos

4.2.1. Conoce sobre una buena propuesta artística (Gescalpro)

En relación a los valores estéticos, morales o intelectuales, se indagó sobre la definición de una buena propuesta artística. Tras lo esquematizado en el gráfico N° 9, se tienen algunas afirmaciones sobre lo que considera el artista para que una propuesta sea buena:

- Investigación constante.
- Debe tener energía y calidad de los materiales.
- Tener el aval de expertos o premios de salones de arte.
- Presentación impecable y sin detalles.
- Trabajo previo muy intenso.
- Debe sentirse la expresión del artista.

Entre las opiniones mayormente encontradas se tiene la investigación constante, tal y como lo revelaron algunas de las siguientes citas:

“Primero es la investigación. El artista tiene que saber desde sus referentes, nada nace de la nada. El artista tiene referentes que lo va ayudando a hacer una obra sólida, con peso y que pueda insertarse en la mirada del público, críticos y de todo. La obra de calidad viene también desde una necesidad interna del ser, aparte viene la parte del oficio, va estar presente el que

pinta, hace esculturas, el que tiene esa habilidad manual que lo lleva de conceptos, el que hace una obra en video, arte sonoro. Todo debe tener una investigación. Sino la obra, la gente se da cuenta que no hay calidad profunda.”

“Una buena propuesta artística yo lo he visto en la investigación constante, lo aprendí hace años. Cuando hice una pieza que participe en la Novena Bienal de Arte Popular, que JF Cantón, que fue museógrafo me dice, Loredana me gusta, sigue investigando por allí. Yo pensaba que investigar era leer un libro y buscar, no, entendí que el concepto es sigue haciendo, probando, haciendo, probando etc. Y creo que eso lleva a que se alcance ese grado de obra artística. No sale del primer rayón que haga. No creo que Leonardo haya sido Leonardo en el primer dibujo o los artistas contemporáneos; uno lo ve y dice ¿que es esto? Es fabuloso? Eso no lo hizo en un mes... Un artista fabuloso es porque tiene años haciendo. Hace poco vi un artista norteamericano, fabuloso, estuvo años haciendo cosas. No es la cosa preciosista, brillante... el hacer puede llevar a tener una propuesta plástica de calidad”

“Soy de las que creo que la mejor publicidad que puedes tener es una excelente pieza, una excelente obra. Debemos ser autocrítico para saber que está bien hecho, la presentación es importante, es un complemento, y debe estar impecable, sumamente agradable a la vista y que no tenga mal doblada, mal pegada, una pieza no bien lijada o pulida; un cuadro debe estar muy bien hecho, que tenga buena técnica y buen acabado. Siempre va existir ese bien terminado”

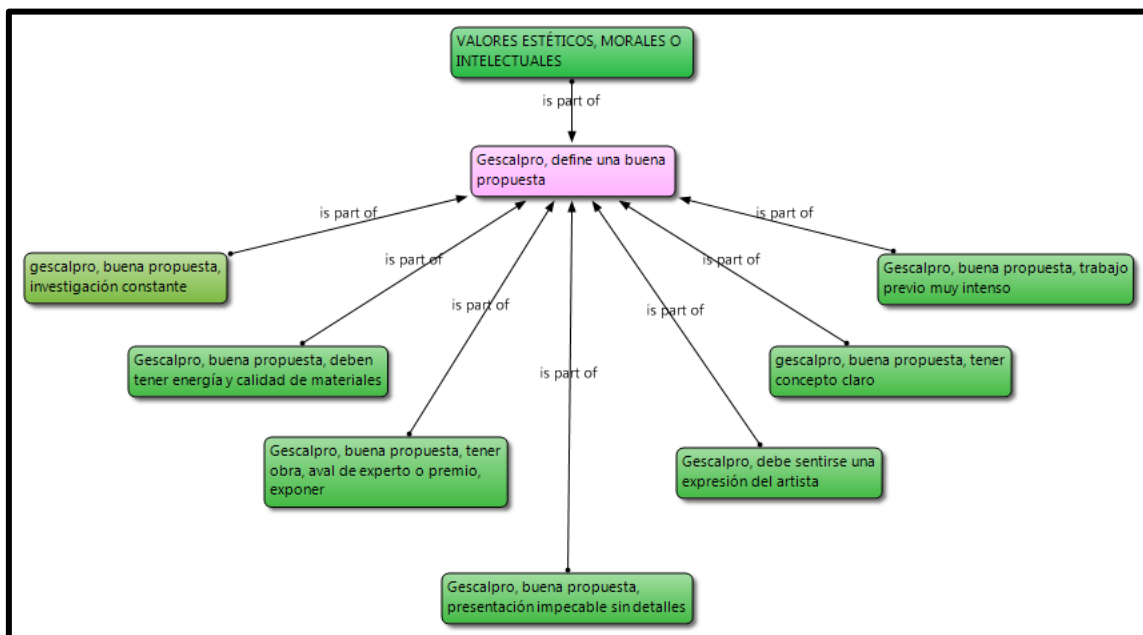


Gráfico 10. Diagrama de redes de la categoría: define una buena propuesta artística

Fuente: Elaborado por la autora a partir de los datos obtenidos

4.2.2. Incorpora elementos innovadores y creativos (Gescalnov)

A continuación, se habla de la innovación en las propuestas artísticas, al indagar sobre este indicador, 8 de los entrevistados alegaron que incorporaban elementos novedosos en sus

obras, solo 1 reveló que no se puede hacer nada nuevo. Entre algunos de los elementos novedosos, se basaban en las siguientes particularidades:

- Materiales para hacer la obra diferentes a los tradicionales
- Fusión de técnicas.
- Tecnología como realidad aumentada

A continuación, algunas de las intervenciones de artistas plásticas:

“Si, es uno de los sentidos de la investigación. Esta te lleva a utilizar otros elementos plásticos y formas de hacer la obra. Primero al hablar de elementos plásticos yo empecé pintando paisajes donde era incluso acuarela, óleo y lienzo, muy tradicional. Luego voy aprendiendo que hay otros elementos. Hablo de mis referentes, artistas mundiales, que han aportado al desarrollo de las artes venezolanas, ha llevado a ver que he usado papel de la revista, lijar, romper, quemar, incluso ponerle elementos del arte sonoro a las obras. Mi fuerte está en que la sobras tienen una técnica mixta donde se incorpora texto, la calidad gráfica impresa en la revista desde la función de la revista como tal lo llevo a la calidad plástica. La novedad para la obra de arte por ejemplo, he montado pocas obras en redes, pero tengo conciencia de que las redes sociales son la novedad, la inmediatez con las que llega la información, la promoción, son novedades que la he hecho muy poco pero sé que están allí”

“el soporte que puedo utilizar, desde madera hasta papel, lo más nuevo que he usado es el papel comprimido, preparado y endurecido y la pintura...con lo costoso que está la pintura (acrílicos y oleo), las pinturas al frio son costosas. He aprendido a hacer pinturas con base de óxido y pinturas vegetales, resistentes al sol, a la lluvia al maltrato y no se pierden los colores.”

“Actualmente se habla de arte contemporáneo que para mí es como difícil de desglosar eso, actualmente no existe lo novedoso en el arte. Creo que en gran parte todo se ha hecho. Nosotros no consideramos que innovamos, yo no lo creo así. Yo lo que hago es comunicar. Ahora es muy complicado decir si innovas, creo que utilizas lo que ya se hizo y lo que haces es aportar tu propia investigación. Yo sigo utilizando los recursos de años atrás como pigmentos, oleo, aceite de linaza, fabrico mis propios colores, preparo mi propio lienzo, utilizo lino, uso las mismas técnicas de años atrás, pero con otro tipo de problema. Actualmente nuestro problema es otro y no tiene que ver con la técnica”

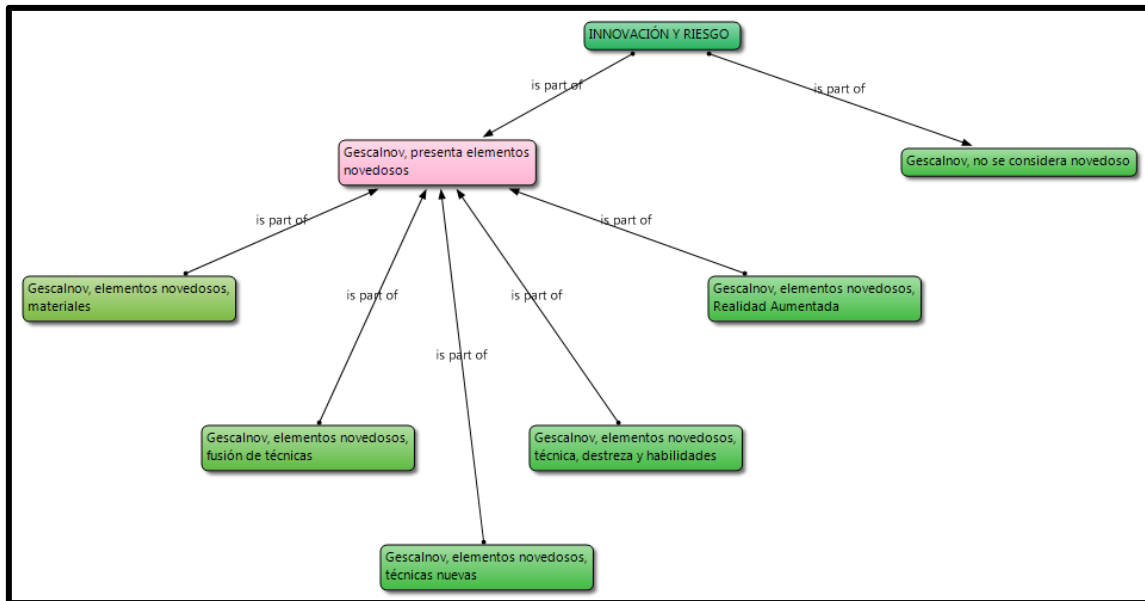


Gráfico 11. **Diagrama de redes de la categoría: define una buena propuesta artística**

Fuente: Elaborado por la autora a partir de los datos obtenidos

4.2.3. Desarrolla proyectos sociales (Gescalsoc)

En este indicador, se devela todo lo referente a la conciencia que debe poseer el artista plástico en su contribución en el desarrollo de la sociedad, tomando en cuenta, que la cultura aporta elementos positivos para este propósito.

Conforme a ello se visualiza en la entrevista que en su mayoría, los artistas promueven causas en beneficio de su entorno más cercano, tal y como lo refleja el gráfico N 11, el cual revela algunas de las acciones incentivadas por los entrevistados:

- Intervenciones colectivas en comunidades más vulnerables.
- Talleres de dibujo y pintura a niños a un bajo costo o gratuitos.
- Visitas guiadas para acercamiento de los niños al arte.
- Talleres gratuitos en diversos sectores.
- Proyectos sociales a favor de nuevos talentos.

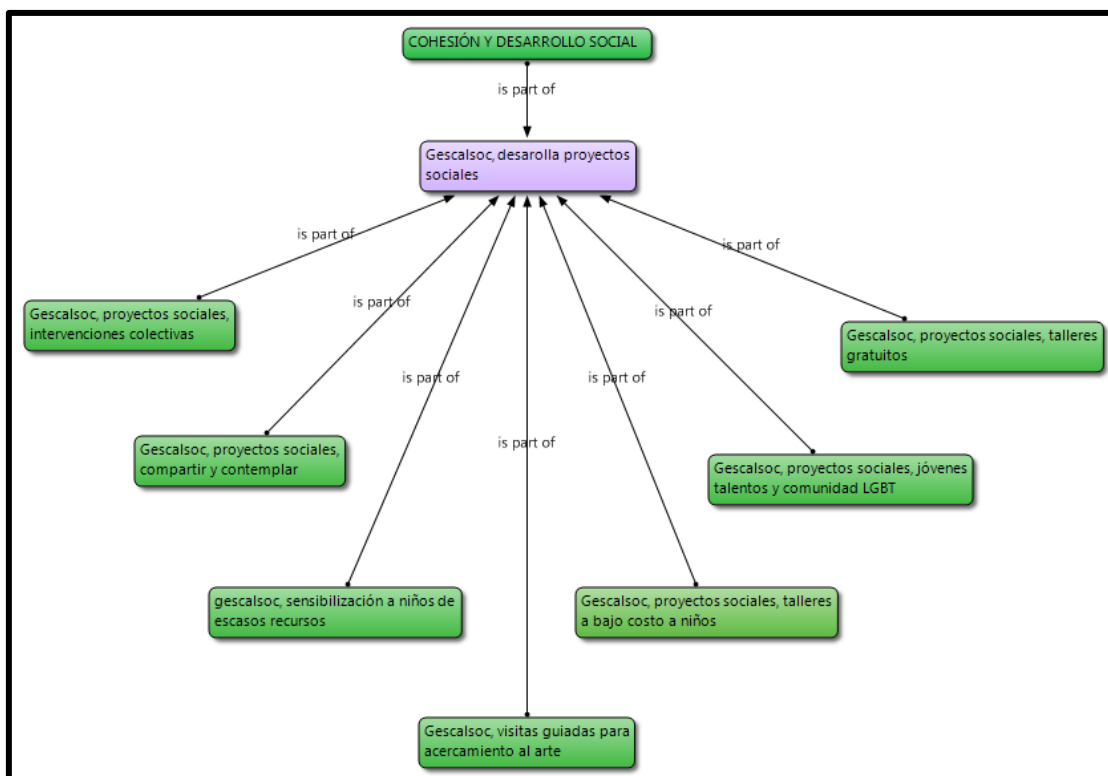


Gráfico 12. **Diagrama de redes de la categoría: desarrolla proyectos sociales**

Fuente: Elaborado por la autora a partir de los datos obtenidos

Algunos de los comentarios referentes a este indicador son:

“...la parte social va destinada a la promoción de jóvenes talentos, dibujantes más que todo, por lo menos en mi estado son invisibilizados ya que existe mucho tradicionalismo, que no está mal, pero no hay proyección en los jóvenes por lo menos lo que les gusta más es el dibujo. Perteneczo a una asociación civil llamada Venezuela Igualitaria, es LGTBI, lucha por los derechos de esta comunidad. Yo soy quien les ayuda, bueno, colaboro en la parte artística, inclusive en lo logístico de creación de publicidad”

“He tenido la oportunidad de enseñar en comunidades con niños de barriadas de Petare, en el Museo de Arte Popular Bárbaro Rivas, allí hicimos nuestro trabajo y eso se convirtió en un taller llamado del Dibujo a la Pintura. Se contribuyó en la educación visual y sensibilización de esos niños hacia el arte, hicieron sus obras y hasta expusieron en el museo. Eso llena espíritu totalmente”

“bueno, he tratado de enseñar en mi zona, algunas técnicas de pintura, en especial con niños. En el museo donde trabajo si he podido entrar a barriadas para incluir actividades de visitas guiadas de manera de que las personas se acerquen mas con el arte”

4.3. Caracterización de la Dimensión: Instrumentos

Esta categoría hace alusión al uso de instrumentos o herramientas para un mejor desempeño de la profesión. Naturalmente deberían hacerlo profesionales, sin embargo, por cuestiones de costos, es probable que lo hagan, en este caso, los mismos emprendedores culturales. Lo reseñado para esta categoría son los indicadores:

- Posee guía escrita de procesos (manual de procedimientos)
- Elabora proyectos de financiamiento (Plan de viabilidad).
- Conoce segmento de mercado (marketing)
- Promociona su carrera artística (comunicación)
- Valora su gestión (evaluación)

Llevando esto a una aproximación numérica, se observa en el cuadro N° 6, al igual que en casos anteriores, la presencia y ausencia de cada indicador. Acorde a los resultados, la mediana obtenida es de 20,00, lo cual representa en el baremo, un nivel “Alto”. En otras palabras esto significa que lo relativo a los instrumentos es desarrollado por la muestra analizada.

Cuadro N° 6

Tabulación de Dimensión: Instrumentos

Caso	Posee guía escrita de procesos (Gesinsgui)	Elabora proyectos de financiamiento (Gesinsfin)	Conoce segmento de mercado (Gesinsmer)	Promociona su carrera artística (Gesinspro)	Valora su gestión (Gesinsval)	Total Instrumentos (PB)	Ptransf
A1	0	0	1	1	0	2	20,00
A2	0	0	1	1	0	2	20,00
A3	0	0	0	1	0	1	10,00
A4	0	0	0	1	0	1	10,00
A5	0	0	1	1	1	3	30,00
A6	0	0	1	1	0	2	20,00
A7	0	1	1	1	1	4	40,00
A8	0	0	1	1	1	3	30,00
A9	0	1	0	1	0	2	20,00
						Mediana	20,00

Fuente: Elaborado por la autora, a partir de los datos obtenidos

4.3.1. Posee guía escrita de procesos

Contar con manuales escritos de procesos o procedimientos, es vital para mantener de forma estándar, la manera en que se ejecutan y recordarlo mediante la visualización de la guía. Por supuesto, la creación de las obras no entraría allí, pero si procesos relativos a la comercialización, difusión, y otros de interés del artista. En este caso particular, el gráfico 12 muestra que los artistas entrevistados carecen de guías escritas, por razones como:

- Desconocen cómo pueden escribir proyectos.
- No tienen tiempo de escribir.
- Todo se da al azar y no debe escribirse
- Cada proyecto artístico es diferente y no pueden escribirse.

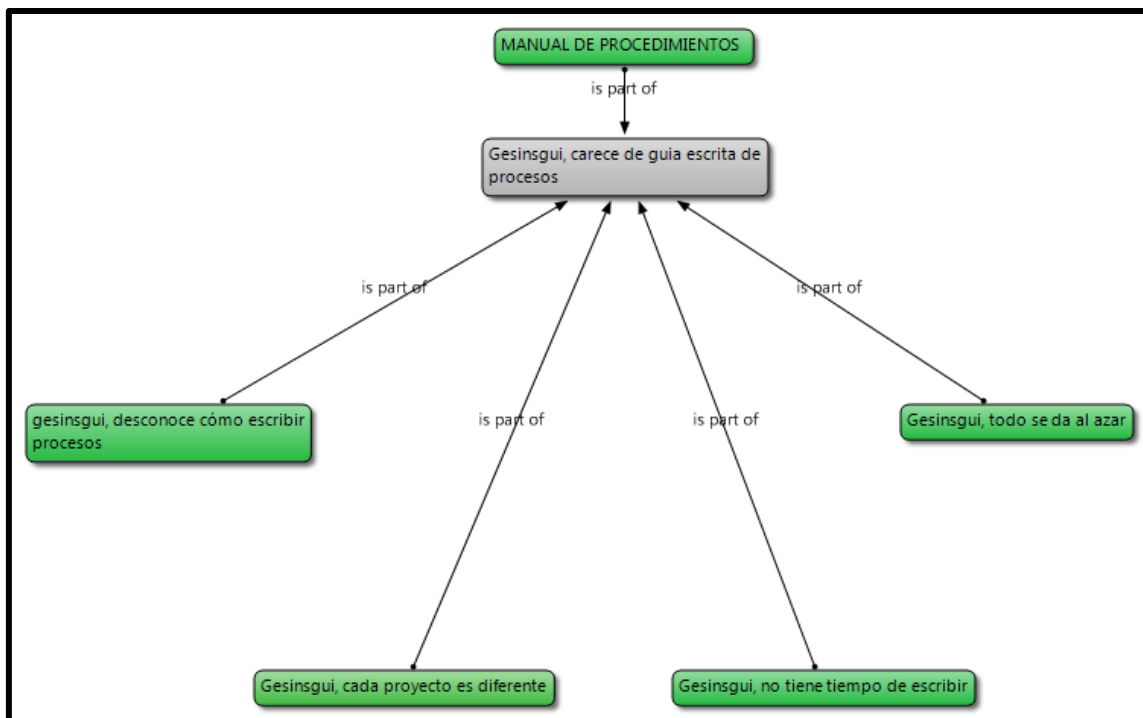


Gráfico 13. Diagrama de redes de la categoría: posee guía escrita de procesos

Fuente: Elaborado por la autora a partir de los datos obtenidos

Algunos de los comentarios realizados por los artistas fueron:

“bueno son unas fases, lo creativo, el hacer, el causar a la obra. Todo eso va por pasos. Siempre trato de hacer todo de la misma manera, no tengo nada escrito. Al menos que se escriba la producción de un evento. Tomo nota de lo que tengo, haré una exposición, hago una lista de sitios posibles. Luego, hago la producción, cuantos cuadros tengo, que estilo, posibilidades de gastos de pasaje, costos de transporte. Si es una exposición, que gasto me implicaría eso. Todo lo hago de manera intuitiva”

“Realmente el arte no requiere tanta guía formal, es decir, yo creo, puedo decir, voy a exponer aquí y allá pero realmente no tengo nada escrito formalmente. “

“Oye, la verdad que no, no tengo nada de eso, generalmente es algo empírico, no se cómo llamarlo, sale una oportunidad y uno lo aprovecha. Pero así que tú me digas de un plan, estrategia de cómo llegar a un espacio y abordarlo, la verdad no lo tengo escrito, en la misma medida que uno va necesitando las cosas la vas haciendo, por una cuestión de hábito no me he puesto a desarrollar por escrito.”

4.3.2. Elabora proyectos de financiamiento

Para la elaboración de proyectos de financiamiento, se hace preciso determinar la viabilidad del proyecto para que puedan dar créditos, apoyo en herramientas, materiales, entre otras cosas. En la muestra de estudio se encontró que solo 2 de los artistas plásticos han elaborado proyectos de financiamiento.

Según el gráfico 13, quienes afirmaron este indicador lo han podido realizar por solicitud de entes gubernamentales. Sobresalió además que estos entrevistados han aprendido a hacerlo por ensayo y error y por cursos virtuales. Los artistas que no lo han desarrollado aluden a razones de que desconocen la manera de hacerlo y otros no lo consideran necesario.

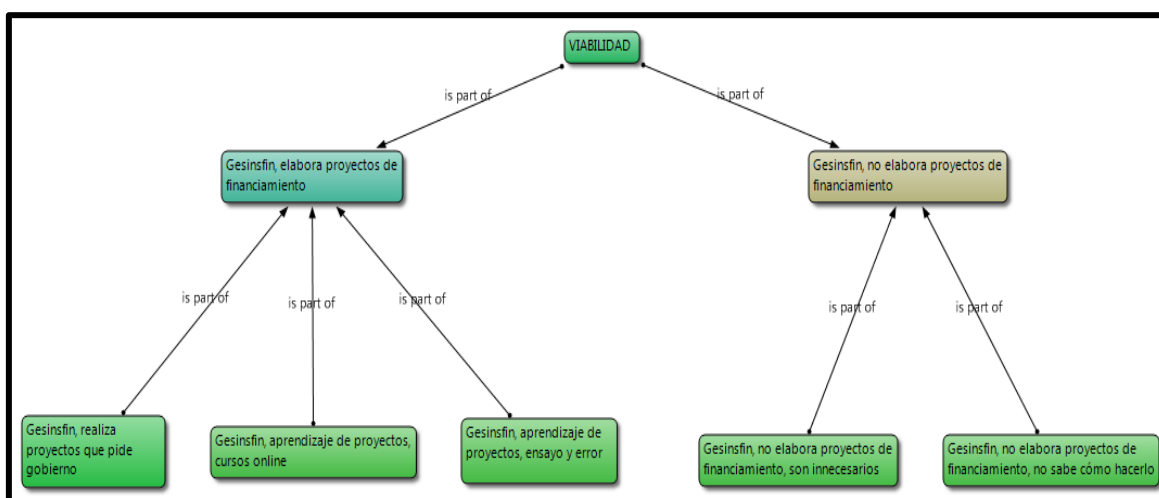


Gráfico 14. Diagrama de redes de la categoría: Elabora proyectos de financiamiento

Fuente: Elaborado por la autora a partir de los datos obtenidos

Algunos de los comentarios alusivos a este indicador son:

“No, nunca lo ha hecho. Todo ha sido con recursos propios. Quizá haya negociado espacio, refrigerio, brindis. Lo pone la casa donde expondré, pero no es que he pedido un financiamiento como tal”

“...realmente no. Una vez tuve la invitación de Iartes de que estaba ayudando a artistas con material, equipos, etc. Primero era una cosa sumamente engorrosa, yo no sirvo para eso, te pedían una serie de presupuesto. Y realmente, a mi cuerpo, y verdad, yo lo que necesito es tiempo, eso nadie me lo puede vender. No puedo mandar un presupuesto para que me den tiempo. Y no voy a pedir cosas que necesito realmente. Eso es deshonesto. La otra cosa donde puede haber posibilidades cuando hacen bienales del sur, ellos hacen proyectos, pero...el tema...no puedo con eso, temas políticos.”

“Bueno a mí me han dado 2 créditos y ha sido que se enteran de mi existencia y me han invitado, me han dado créditos, y estoy agradecida porque ese dinero ha sido invertido en materiales para el taller. Siempre he sido meticulosa, curiosa, he preguntado mucho y no sé, quizá es algo en mí, a veces soy exigente pero de una u otra manera lo hice de forma natural. Con el tiempo comencé a hacer talleres online y con lo que he venido haciendo, la experiencia, el ensayo y error, me ha ido puliendo”

4.3.3. Conoce segmento de mercado

Conocer el mercado es vital para el establecimiento de los planes de marketing. A pesar de que las obras no surgen de una necesidad, si debe conocerse a qué tipos de personas les gustaría obtener una obra de arte de determinado artista. En este caso, se visualiza en el Cuadro 5, que 6 de los 9 artistas conocen hacia dónde va dirigido su proyecto artístico, lo cual es vital al momento de diseñar un modelo de negocio o plan de marketing. Entre los diversos segmentos de mercado identificados en la muestra de estudio, se tienen los mostrados en el gráfico 14, a saber:

- Coleccionistas.
- Museos
- Público creyente de la religión católica,
- Target de ingresos altos.
- Jóvenes y adultos contemporáneos.
- Instituciones públicas y/o privadas.

Entre los que revelaron que no hacían segmento de su mercado, mayormente revelaron la carencia de conocimiento en este sentido, por lo que refirieron las siguientes razones:

- El arte es para todos.
- No saben cómo segmentar
- No identifican cuál es su mercado

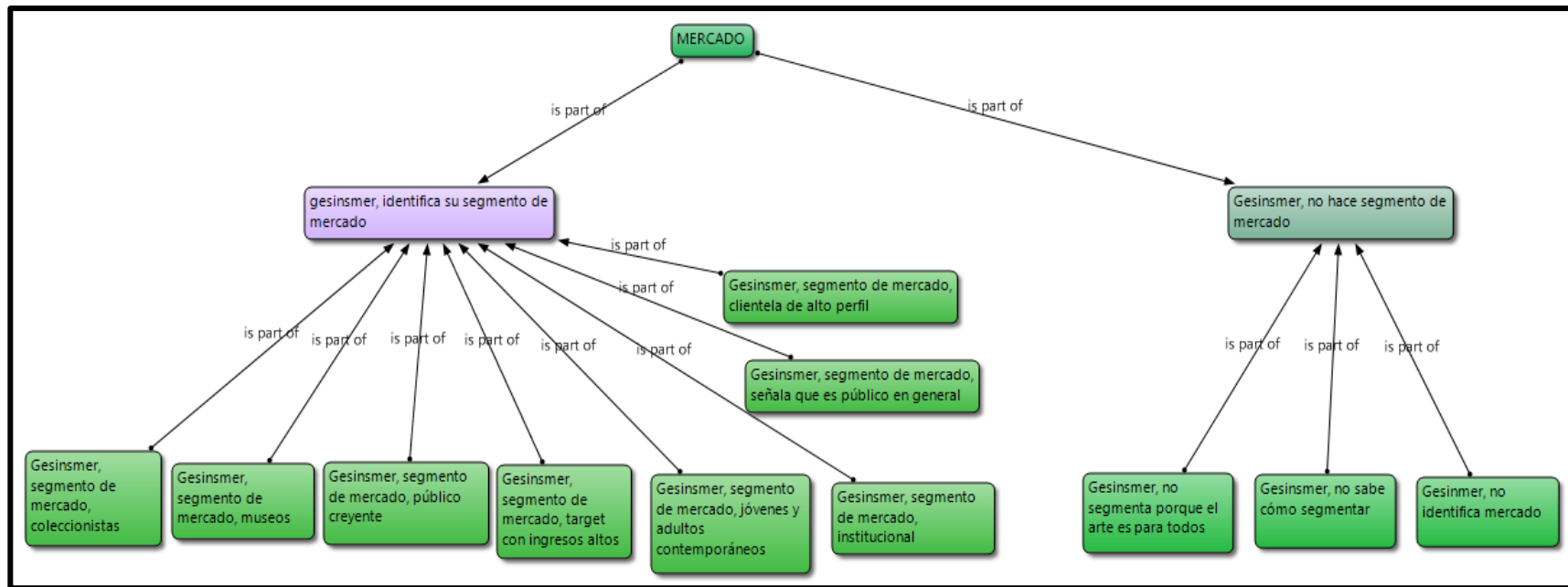


Gráfico 15. **Diagrama de redes de la categoría: Identifica su segmento de mercado**

Fuente: Elaborado por la autora a partir de los datos obtenidos

4.3.4. Promociona su carrera artística

El artista para llegar a su mercado meta, debe indudablemente establecer canales acorde a su segmento identificado. En este estudio, se develó que los artistas, en cierto modo, tratan de comunicar sus propuestas artísticas a otros. Acorde a lo concebido en el gráfico 15, entre los medios más destacados se encuentran:

- Redes sociales.
- A través del contacto con las galerías.
- Entrevistas de radio.
- Página web: tuobradearte.com
- Marchantes.
- Prensa
- Marketing “boca a boca”
- Whatsapp.

Algunos de los comentarios más destacados, se pueden visualizar seguidamente:

“Por ejemplo la entrevista en radio ha sido considerable. Allí se hace una invitación general. También se pasa invitación a galerías, promotores y se hace una forma de llevar información por correo o de manera personal. El boca a boca también ayuda”

“Mi trabajo lo comencé presentando propuestas en el Museo Braulio Salazar, en el Museo Sacro, en la Biblioteca Raúl Leoni, la que está en La California, etc. Yo misma hice mi curriculum, mi presentación del trabajo. Después conocí a Orlando Campos y hacíamos proyectos y nos ha ayudado mucho. Facebook me ayudó mucho, Instagram... si...pero en lo comercial tal vez, sin embargo, la radio he tenido buenas promociones. A nivel del exterior estoy pendiente de las actividades y envío el proyecto. Un buen trabajo te da referencia para otras personas. soy la mejor promotora de mi trabajo jajaja por la pasión que le impregno.”

“La mejor promoción son mis clientes, la verdad no hago ningún otra cosa”

“Lo que creo que se usa mucho. Instagram, redes sociales. Mi IG está dedicado para fines de arte, nada familiares. Pero uso esa herramienta. Creo que ha sido exitoso, me gustaría poder atenderlo mejor, pero las dificultades actuales no lo permiten, o sea, no tengo conexión, no hay herramientas tecnológicas pero si me gustaría que fuera más atendido.”

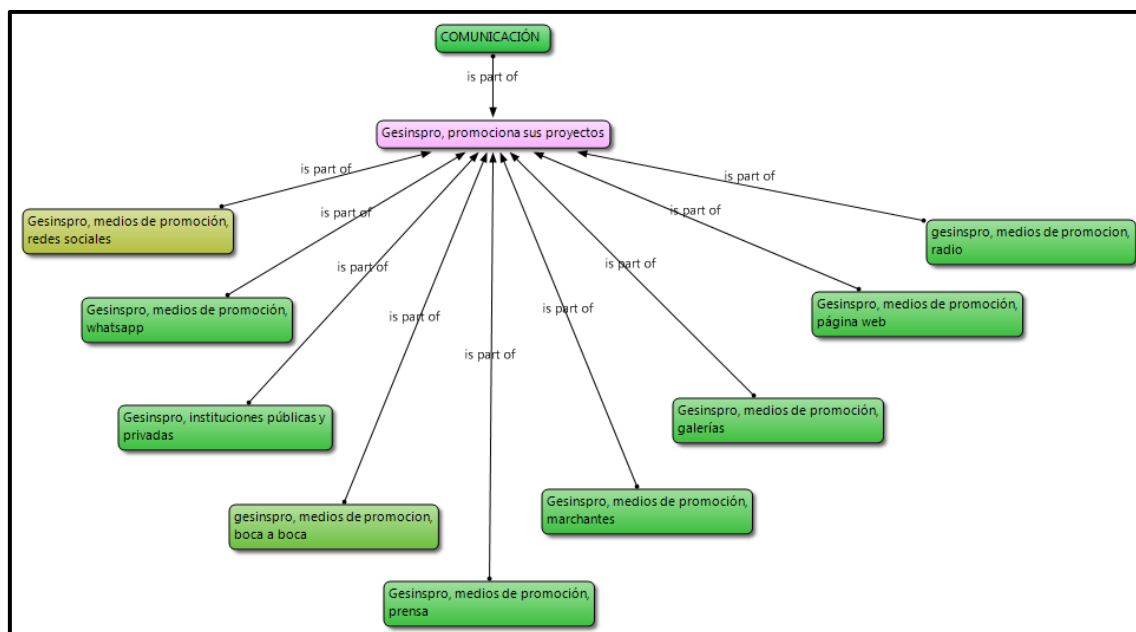


Gráfico 16. **Diagrama de redes de la categoría: Promociona sus proyectos**

Fuente: Elaborado por la autora a partir de los datos obtenidos

4.3.5. Valora su gestión

La valoración o evaluación de la gestión implica una función de control o monitoreo de lo planificado versus lo ejecutado. Hacer esta actividad, implica el análisis de las cosas que fallaron y pueden mejorarse; las que funcionaron y deben fortalecerse, entre otras acciones. Las tendencias encontradas en la muestra de estudio, dejan ver que solo 3 de los entrevistados, hacen una evaluación de su gestión.

El gráfico 16, indica algunas de las acciones que ejecutan aquellos que hacen una valoración:

- Hacen cotejo de facturas.
- Tienen registro de datos.
- Revisan qué fallas cometieron, qué tendencias hay en la actualidad y nuevas técnicas.
- Detectan fallas para mejorar.
- Revisan cómo estuvieron las ventas

En torno a quienes no lo hacen, dicen entre sus razones, desconocimiento para hacerlo, consideran que solo valorar los asistentes a exposiciones es una evaluación de su gestión, o simplemente revisan el material que les falta. Todo esto puede ser ampliado, visualizando alguno de sus comentarios:

“Generalmente en enero, me siento, que paso el año pasado, que salió mal, que no. Llevo 4 meses planificando y 2 exposiciones. A veces veo que hay muchas exposiciones y debo incorporar gastos y tengo que vivir, entonces voy valorando lo que hago bien y no. Hay que evaluar que logré, que fallé, que materiales usé. Reviso técnicas de moda en el exterior, que esculturas se llevan más, que acontecimientos importantes hay este año. Todo ese análisis me dirá que debo invertir y que debo hacer. Los artistas debemos adecuarnos al factor tiempo, movimientos culturales, moda y sin perder la identidad de nuestro trabajo y dándole valor real a nuestras obras”

“Si llevo un libro de registros de todos mis actos, una es mi currículum y otra un registro de datos. Luego de una exposición hice un balance y quedé sorprendida.”

“Si claro, las piezas que llevo a posada pregunto cuales tienen más salidas, cuales menos, siempre a final de año valoro con que me fue mejor para el próximo año fortalezco con lo que me fue mejor o si puedo mejorar presentación o incluir algún diseño. Anoto absolutamente todo, lo que hago, lo que investigo, que no me gustó, tengo que anotar vidrios compatibles, esmaltes que funcionan, si algún esmalte lo anoto, a que temperatura trabajo.”

“Si quedó algo en el aire, me quedo pendiente hacer esto y lo trato hacer en el próximo proyecto. Quizá lo único medible es las personas que visitaron la exposición que se recogen impresiones mediante libros de visitas. Yo voy datando lo que vendo, pero tampoco es que vendo con tanta regularidad., ni me planteo metas para valorarlas.”

“no hago evaluación, simplemente vuelvo a comprar material y ya”

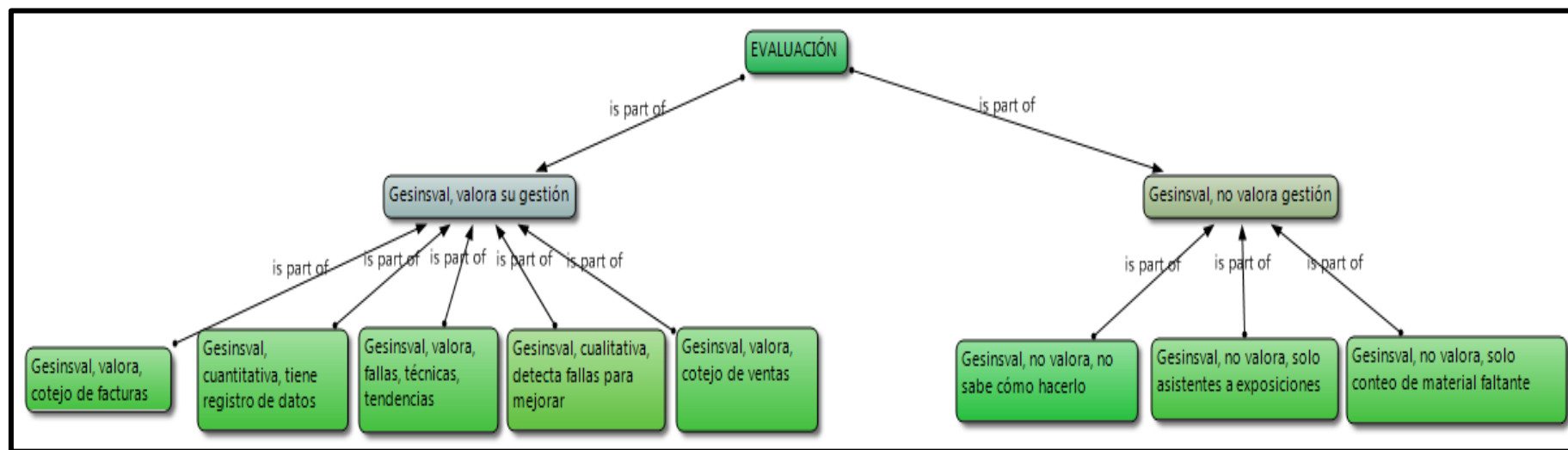


Gráfico 17. Diagrama de redes de la categoría: Valora su gestión

Fuente: Elaborado por la autora a partir de los datos obtenidos

4.4. Caracterización de la Dimensión: Gestión de propiedad intelectual y derecho de autor

Saber qué hacer para proteger la obra y su derecho de autor es vital para los artistas plásticos. En este apartado, se pretendía conocer qué hacen los artistas para proteger sus obras, así como el conocimiento sobre las normativas legales al respecto. Las categorías correspondientes para este estudio fueron:

- Conoce sobre leyes de propiedad intelectual y derecho de autor (Gesproley)
- Aplica acciones para proteger obra (Gespronor)

Igualmente, en el cuadro N° 7 se expresa la presencia y ausencia de cada indicador por caso de artista plástico entrevistado. La mediana obtenida en este caso fue de 25,00, lo cual se encuentra en el nivel “Medio” del baremo establecido anteriormente. Aquí se puede deducir el desconocimiento sobre la gestión de propiedad intelectual y derecho de autor, no obstante, en su mayoría los artistas plásticos ejecutan acciones en beneficio de protección de sus obras.

Cuadro N° 7

Tabulación Dimensión: Gestión de propiedad intelectual y derecho de autor

Caso	Conoce sobre leyes de propiedad intelectual y derecho de autor (Gesproley)	Aplica acciones para proteger obra (Gespronor)	Total Prop. Intelectual (PB)	Ptransf
A1	0	1	1	25,00
A2	1	1	2	50,00
A3	0	1	1	25,00
A4	0	1	1	25,00
A5	1	1	2	50,00
A6	0	0	0	0,00
A7	1	1	2	50,00
A8	0	1	1	25,00
A9	0	1	1	25,00
			Mediana	25,00

Fuente: Elaborado por la autora, a partir de los datos obtenidos

4.4.1. Conoce sobre leyes de propiedad intelectual y derecho de autor

El conocimiento sobre las leyes y normativas son vitales y en muchos casos, en las artes plásticas no se conoce cómo proteger cada producto artístico generado. En este sentido, los artistas plásticos entrevistados en su mayoría, desconocen sobre este aspecto normativo en el país, según lo revelado en el cuadro 6. El gráfico 17 puntualiza algunas razones al respecto:

- No tienen fortalezas en lo legal o desconocen las normativas respectivas.
- Les parece que los trámites son engorrosos.
- Le resulta complicado
- Se requiere mucha dedicación y exigencia.
- Su obra no lo amerita.

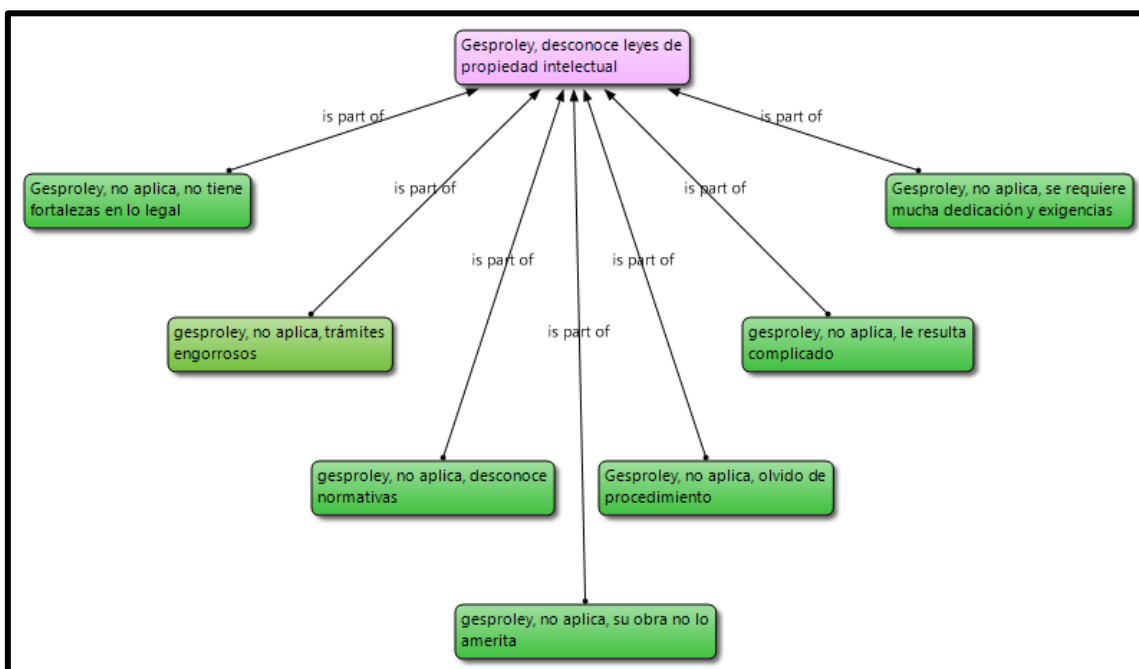


Gráfico 18. Diagrama de redes de la categoría: Conoce sobre leyes de propiedad intelectual y derecho de autor

Fuente: Elaborado por la autora a partir de los datos obtenidos

4.4.2. Aplica acciones para proteger obra

Muchos artistas plásticos ya sea por lo que han aprendido de otros maestros o mediante su experiencia, aplican acciones que pueden validar la propiedad intelectual y creadora de su obra. En este caso, 8 de los entrevistados aplican medidas para tener un respaldo. El gráfico N° 18, revela las maneras que la muestra de estudio lo hace:

- Colocan sello de autenticidad y no lo muestran tan rápido en redes una vez creado.
- Firman sus obras.
- Lo certifican mediante un experto.
- Hacen un registro mediante medios electrónicos
- Fotografías de la obra.
- Hacen certificado de autenticidad.
- Hacen una gráfica de su obra.
- Registro en libro con las medidas de la obra y características particulares.

También se encuentran artistas que no lo hacen, debido a falta de tiempo o porque consideran que no es necesario. Algunos de los comentarios que fundamentan lo anterior son:

“primero que todo, la obra tiene la firma y es un respaldo. Segundo, existe un sello que va por detrás de la obra que es del autor y un certificado de autenticidad. Está también el registro institucional de la obra, que puedes registrar en el registro principal de artistas plásticos, Iartes, y estoy ahora buscando información porque me dijeron que hay un registro internacional. Con ello mis obras están resguardadas. Lo bueno es que en el caso de la pintura, el ojo experto también puede certificar la obra de un artista. Por eso es tan importante su experiencia y el estilo que ha creado. El experto puede decirlo, de acuerdo a la pincelada, al estilo, etc. Allí se detecta si es una copia o algo original.”

“si conozco sobre eso pero creo que mi obra no es de trascendencia tal que amerite eso. Mis productos son artesanías y es como engorroso. Eso es muy cuadrado, aunque parezco cuadrada por mi exigencia personal, pero eso es rígido. Es más yo ni firmo las piezas, claro ahora que trabajo con museo y tengo un contacto con el Museo y con el tema de autenticidad de las obras, digo wao que problema este cuando una obra no está firmada. Pero es que se pone fea la pieza, ¿Cómo la voy a firmar?”

“en realidad yo tengo una gran falla en ese sentido solamente a nivel de libro lo tengo, pero a nivel de obras, yo me cuido nada más en que todas mis obras están fotografiadas, pero hasta allí. La mayoría de artistas lo hace igual pero el deber ser... yo tengo un registro de todas mis obras, con las medidas que tiene, cómo se hizo y así; inscribirlo legalmente no lo tengo. Conozco la normativa, pero la verdad no he procedido, la dedicación y exigencias son muchísimas. Como son piezas únicas para copiarla, lo que vale es el registro mío.”

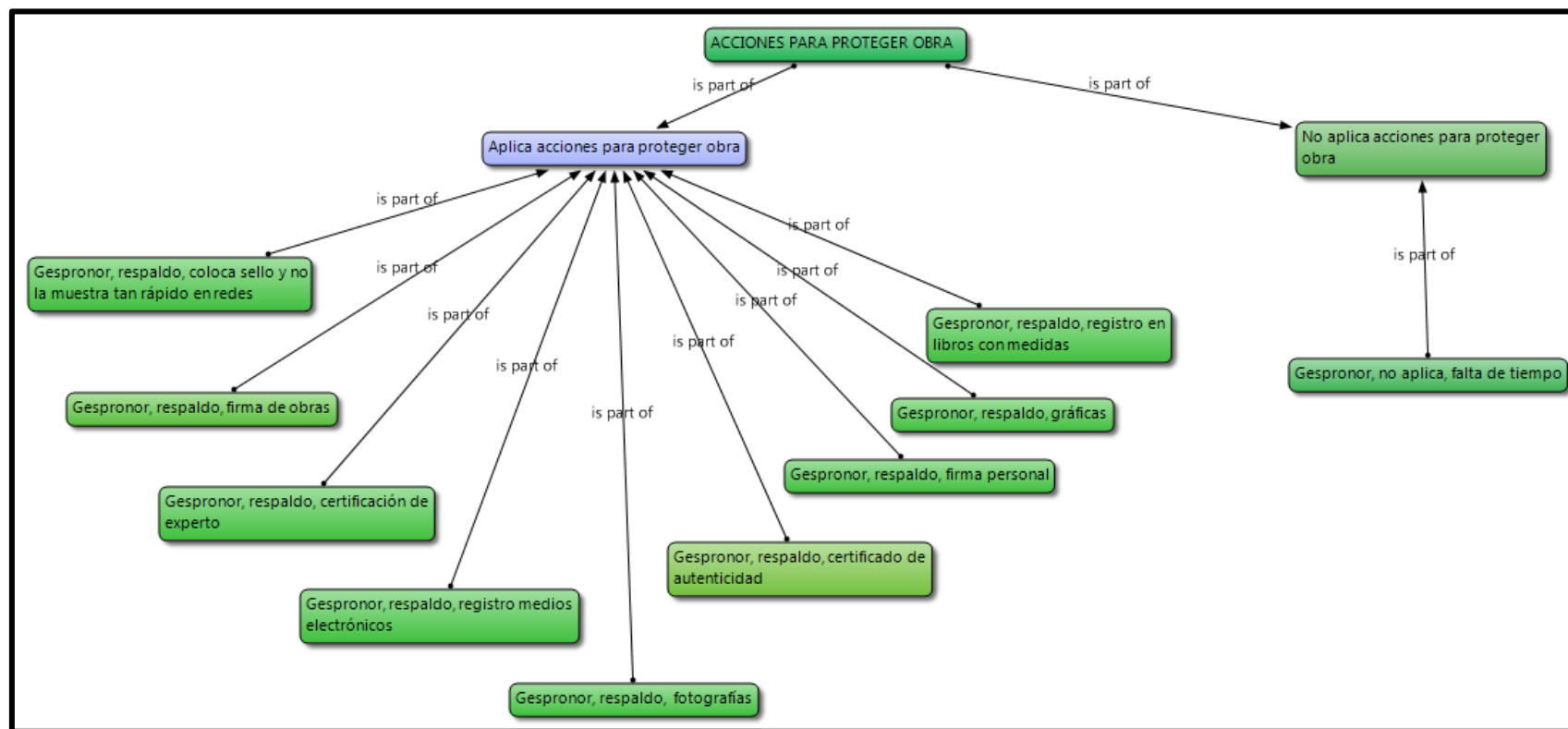


Gráfico 19. Diagrama de redes de la categoría: Acciones para proteger la obra

Fuente: Elaborado por la autora a partir de los datos obtenidos

4.5. Caracterización de la Dimensión: Políticas Culturales

Las políticas culturales son vitales en el desarrollo de la profesión artística, ya que crea el marco legal para un apoyo más directo a todas las iniciativas. En este caso de estudio, los artistas entrevistados, acorde a lo que exhibe el cuadro N° 7, no ven que se desarrolle políticas culturales contundentes en apoyo a su desarrollo profesional. El valor arrojado en torno a la mediana de la metacategoría es de 0, lo que indica que se encuentra en un nivel “Muy bajo”. Esto pudiera llevar a pensar sobre el poco desarrollo de políticas culturales que perciben los artistas plásticos.

Cuadro N° 8

Tabulación de Dimensión: Políticas Culturales

Caso	Conoce sobre políticas culturales (Gesproley)	Está agremiado (Gespogre)	Total Políticas (PB)	Ptransf
A1	0	0	0	0,00
A2	0	1	1	25,00
A3	0	0	0	0,00
A4	0	0	0	0,00
A5	0	0	0	0,00
A6	0	0	0	0,00
A7	0	1	1	25,00
A8	0	1	1	25,00
A9	0	0	0	0,00
			Mediana	0,00

Fuente: Elaborado por la autora, a partir de los datos obtenidos

4.5.1. Conoce sobre políticas culturales

Al preguntarse sobre este aspecto a la muestra de estudio, pues revelaron la inexistencia de políticas culturales en el país en beneficio del desarrollo de las artes plásticas en Venezuela. Muchos de ellos han vivenciado la inexistencia de un apoyo directo por parte de los entes gubernamentales e incluso organizaciones privadas. Entre las limitantes que perciben los entrevistados en torno a este aspecto, se presentan:

- Falta de espacios que fomenten la promoción de los artistas.

- Perciben que las políticas van dirigidas a ser un instrumento de adoctrinamiento.
- La formación de los directores de museos es nula.
- Hay exclusión del artista, sobre todo por no compartir la misma ideología política del gobierno de turno.
- Hay fragmentación de políticas, es decir, no hay unificación del ente público y privado.
- No existe enfoque ni planificación en las actividades que se organizan.

Entre algunas de las citas de los artistas entrevistados se muestra:

“Yo pienso que actualmente ha ido en retroceso prácticamente. Primero porque los espacios para las artes plásticas, han entrado en detrimento, algunos se han cerrado, otros ejecutan funciones que no les corresponde, las han expropiado. ¿Por qué lo digo? Se ha mermado el efecto al que puede llegar una política cultural. Aquí hay fundaciones que trabajan políticas para poblaciones vulnerables o abordar ciertos sectores de la comunidad, entonces cómo las artes plásticas pueden llegar a mejorar las fachadas de una barriada, algo así. Antes tenía más efecto, había más abundancia y se canalizaba mejor. Ahora el arte es un poco sesgado políticamente, en cuanto a imagen, eso va en detrimento.”

“La política de las artes plásticas es complicado, hay dos vertientes, la privada y pública. La pública es la que mayor tiempo he estado, son políticas en altos y bajos, en realidad no hay. Es dependiendo de lo que se requiere en el momento. Cada museo tiene misión y visión, pero son escasas. En Iartes toman una serie de iniciativas para promover artistas jóvenes con un espacio llamado Espacio X, registro de los cultores venezolanos con o sin trayectoria. Se han empezado a hacer algunas cosas, el tema es que son muy dispersas y se hacen desde sus trincheras en vez de unir e y hacer una cosa más generalizada para lograr el impacto que requiere. Desde lo privado son políticas que van para promover al artista pero desde lo comercial”

“si las veo desde mi perspectiva, con mi propuesta eso es complicado, porque siento que el artista es emocional y no podemos teorizar eso, su hacer. Lo que se puede teorizar es la crítica sobre lo que hace, pero sobre su hacer como tal es complicado. ¿Qué puede hacer el estado, que es quien dirige esas políticas? ¿Qué puede hacer para lograr? Los espacios los fomentan, pero están dirigidos políticamente, ¿cuántos se suman a eso? ¿Qué paso con los salones? Allí si pudiera intervenir a través de las políticas, la promoción divulgación, pero desde esa postura, ¿Qué paso con los salones, los concursos de arte? El Museo de Petare pasó 11 años sin bienal, porque no había como hacerla, ¿cómo financiarla? Las políticas deberían dirigidas a la apertura, a financiar, abrir un salón de arte contemporáneo, financiado por el estado, con premios en dólares. Nadie va ir a un concurso para que les den 300 mil bs en diciembre. El arte en este tipo de gobierno es un instrumento de adoctrinamiento, una propuesta que no vaya con eso no existe. La cosa es una manualidad, pero como tiene un perfil político, te favorece. En Bellas Artes hay una exposición manualista, ni siquiera es artesanía, es manualidad. Tienen al Ché, a Josefa Camejo, todos los símbolos que relacionan con este gobierno”

“hoy día vemos el desastre, esa parte se abandonó, se destruyó. Muchas colecciones vinieron a menos, pasaron a otras manos, que no tenían que ver con el resguardo, la

valorización de las obras de arte. Los museos no tienen vida propia, es una catástrofe es como si hubieran destruido prácticamente todas las instituciones museísticas del país... Que un director te diga que es el conserje del museo, es muy grave, que no tiene ni voz ni voto. ¿Entonces para qué está de Director? Yo no resistiría. En estos 20 años es un desastre, los centros de documentación sin luz, la suciedad por todos lados, el mantenimiento cero, se han perdido colecciones completas. Es desolador, los directores o ministros de cultura no tienen un curriculum de nada, no saben gerenciar de nada; el actual no sabe de cultura puede ser un gran periodista. Hay muchos museos en abandono, uno como artista quisiera colaborar, ni lavan ni presta la batea. No les interesa para nada, de verdad que da lástima, ha decaído terriblemente. Uno trata de animarse, yo expuse en la GAN, pero solo te prestan espacio y ya. “

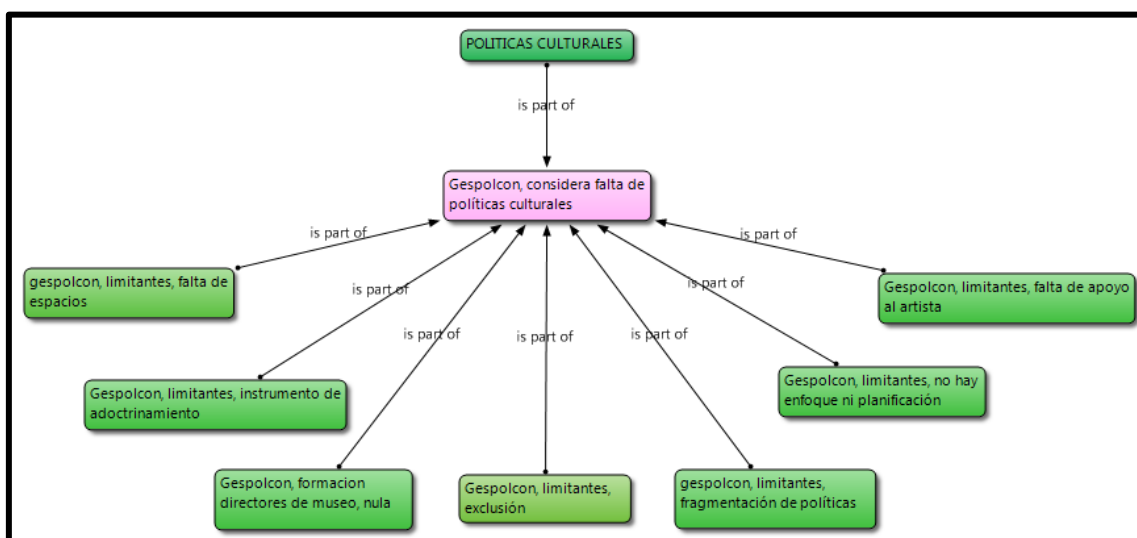


Gráfico 20. **Diagrama de redes de la categoría: Conoce sobre políticas culturales**

Fuente: Elaborado por la autora a partir de los datos obtenidos

4.5.2. Está agremiado

Asociarse o colaborar entre agentes es vital para persistir en el tiempo. Conforme a esta premisa, se preguntó a la muestra de estudio sobre su pertenencia o no a algún gremio. Solo 3 de ellos pertenecen a uno. Con base en este hecho, el gráfico 19, puntualiza algunos aspectos referentes a asociarse con homólogos, quienes manifiestan lo siguiente:

- Percibe que no hay un apoyo real a verdaderos requerimientos reales del gremio.
- No lo consideran relevante.
- Están en desacuerdo con algunos parámetros.
- No se encuentra agremiada pero si lo considera importante.
- Hay una falta de equilibrio entre instituciones públicas y privadas.

Quienes están asociados con otros, han procurado la reunión con otros artistas para hacer alianzas y actividades conjuntas. Una de las entrevistadas manifiesta está agremiada pero no siente un verdadero apoyo de la asociación donde está inscrita.

Algunas citas esenciales para fundamentar lo anterior son:

“de verdad, pues no estoy en un gremio como tal. Pertenezco la CEPAD de la simón Rodríguez, allí se hace Cecoarte, que es para la difusión y formación de talentos enfocado a las artes gráficas. Como la AVAP no pertenezco porque no he querido, lo considero importante, pero creo que he estado esperando que se concrete lo que hacen. Creo que es esa parte de ser rebelde e independiente. Pudiera respaldarme como artista y te da a conocer. Te incluye en sistemas, periódicamente hacen exposiciones etc. Con eso soy un poco, se que está mal o bien, pero es hacer el arte desde mi entorno y a veces es saber que se es local y muchas veces no se da la prioridad a incluirte en una institución de esa. Hay que seguir buscando.”

“...la situación del país ha sido adversa. Yo tengo 2 asociaciones, una que participo como experto en tu obradearte.com, que se dedica a las 3 cosas, promoción del artista, promoción de obras y la permanencia de adquisición de nuevas obras, es como la parte más comercial. Y tengo la Fundación Escuela Museo Abierto para el Mundo, inspirado en la UNA, que yo se la propuse, pero la rechazaron y yo la inicié. El objetivo principal es aspecto promocional de arte, entonces mira, es mi labor apostólica artística en realidad para promover al artista, sus obras, hacer críticas.”

“si, de pronto si lo ves fríamente no. Pero, debería ser así, fíjate yo estoy en la AVAP, pero lo que yo veo es que puedes estar agremiado pero si ellos no hacen nada por ti, no tiene ningún valor... Si encuentro a una asociación que agremie a todos, que realmente brinde un apoyo no en metálico, en lo que he buscado, formación, y aunque estoy agremiada en AVAP a mi no me han formado, me ofrece un espacio físico, donde hay unos espacios precarios para que nosotros los artistas podamos exponer nuestras obras, sabes lo que es triste? Que la AVAP no abre todos los días, solo sábados cuando hay un evento especial, puede ser inauguración de exposición y clausura. En el intermedio quizá organizamos una actividad especial y la gente puede acudir a esos eventos, no hay una infraestructura que, de servicio, no hay donde estacionar, no tiene acceso a transporte. El otro tema es que el ingreso es un ingreso económico, yo me registré en AVAP para el carnet, pero la directiva, ninguno de ellos se sentó delante de mí y conocerlos, preguntarme que hago, etc. Ninguno de ellos se tomó la molestia para conocer los nuevos ingresos y no es que tenga pretensiones de conocer el director, si lo eres tomate la molestia de formar a tu personal, que sea idóneo para calificar, conversar, dar la bienvenida de los artistas plásticos. No se cuenta con una infraestructura, la persona que da la cara es mucho que hace. Me interese una institución que me ofrezca programas, formación, relaciones, pero lamentablemente no contamos con un verdadero soporte.”

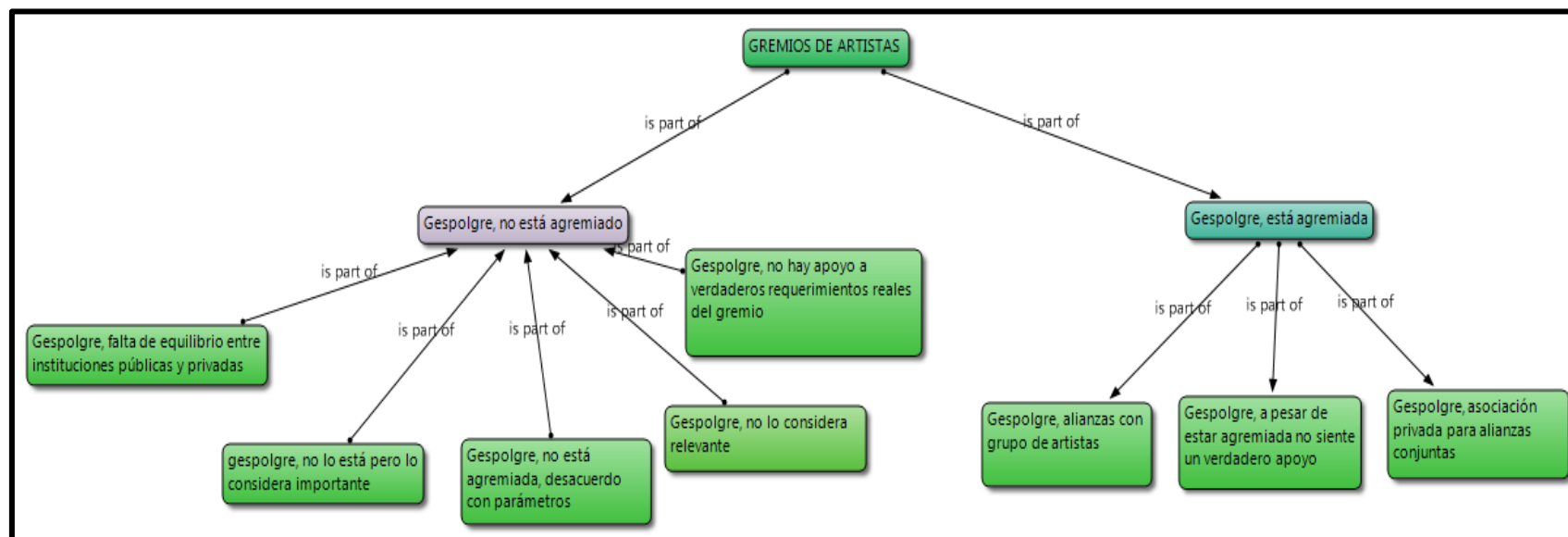


Gráfico 21. **Diagrama de redes de la categoría: Esta agremiado**

Fuente: Elaborado por la autora a partir de los datos obtenidos

4.6. Caracterización de la Dimensión: Recursos Humanos

Los artistas plásticos en algún momento demandarán de un recurso humano que los apoye en actividades que no estén a su alcance, ya sea por estar fuera de su alcance o por delegar algunas funciones. En torno a este elemento considerado para buena práctica, el cuadro N° 8 arroja que su mediana es de valor de 25,00, ubicada en el rango “Medio” del baremo establecido. En este caso, los entrevistados en su mayoría trabajan solos y emplean medidas para la seguridad en sus trabajos artísticos.

Cuadro N° 9

Tabulación de Dimensión: Recursos Humanos

Caso	Contrata a terceros (Gesrecter)	Aplica normas de seguridad e higiene industrial (Gesrecseg)	Total RRHH (PB)	Ptransf
A1	0	1	1	25,00
A2	0	1	1	25,00
A3	0	0	0	0,00
A4	0	0	0	0,00
A5	1	1	2	50,00
A6	0	1	1	25,00
A7	1	1	2	50,00
A8	0	1	1	25,00
A9	0	1	1	25,00
			Mediana	25,00

Fuente: Elaborado por la autora, a partir de los datos obtenidos

4.6.1. Contrata a terceros

Incorporar a terceros puede aligerar el desarrollo de ciertos procesos que incluyan la creación, comercialización y difusión de las obras artísticas. De modo que se hace posible la intervención de diversos profesionales. En la presente investigación, solo 2 de los entrevistados contratan a un tercero, por lo que se puede afirmar que en general, el artista trabaja solo. Según lo expuesto en el gráfico 20, entre los profesionales que pudieran contratarse, se tienen:

- Ingenieros, arquitectos y obreros para instalación de obras de gran tamaño.

- Fotógrafos que apoyen en la promoción de los artistas.
- Curadores y museógrafos para la instalación de diversas exposiciones.

Entre los que no lo hacen, destacan razones como:

- No tienen recursos para pagar sus honorarios.
- Prefieren hacer todo de manera solitario.
- Si contrata a otro, la pieza deja de ser del artista.

Entre algunos comentarios referidos a esta categoría, se presentan:

“la verdad no, yo hago todo solo, creo que así me concentro más, sumado a que no tengo como pagar a otros.”

“Los enlaces siempre se hacen, desde la persona que vende el material, que esa persona te guía, que alternativas hay, la mejor tela, te dan una indicación de donde vienen. Las que te hacen bastidor. Hay curador, museógrafo, las personas que están en museo o galería, que te pueden indicar...uno de los secretos es que uno no se las sabe todas, y quizá hay algún especialista que puede apoyarte. Fotografiar obras y siempre es un respaldo, en la cadena de valor es el crédito de todos ellos. Eso quiere decir que abres un campo para que otros hagan su desempeño, su trabajo.”

“la verdad es poco, yo lo hago todo sola, soy toderaja. Quizá lo que necesite es trasladar obras pero siempre hago alianzas con amigos o familiares”

“Yo trabajo sola, hago todo, si meto otra persona la pieza deja de ser mía. Por supuesto tengo un límite de producción, no puedo hacer tanta cantidad, es hermoso porque cambio de una pieza a otras”

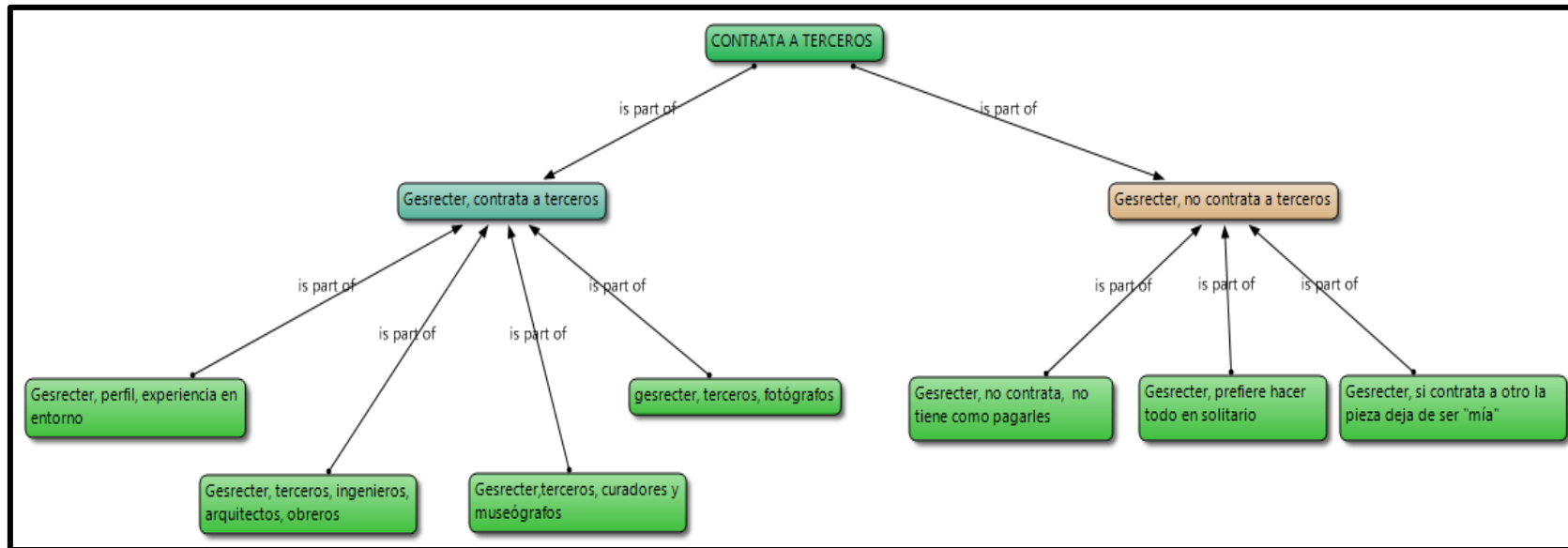


Gráfico 22. **Diagrama de redes de la categoría: Contrata a terceros**

Fuente: Elaborado por la autora a partir de los datos obtenidos

4.6.2. Aplica normas de seguridad e higiene industrial

Los riesgos de accidentes y enfermedades siempre están a la orden del día en cualquier trabajo artístico. Por ello es importante tomar medidas de prevención. En este caso particular, 7 de los 9 entrevistados aplican normas de seguridad para evitar incidentes riesgosos o afectaciones a la salud. Entre las medidas de prevención que toman, se tienen las esbozadas en el gráfico 21, las cuales son:

- Trabajar en sitios ventilados.
- Ejercicios de estiramiento ante tanto tiempo sentados o una posición que pueda afectar el cuello.
- Lectura de manuales de máquinas y herramientas para seguir al pie de la letra las instrucciones.
- Uso de equipos de protección especial como mascarillas, lentes especiales, guantes, bragas protectoras, entre otros.

Entre los comentarios más notables al respecto, se muestran los siguientes:

“Si, por ejemplo, la obra pictórica, en mi caso, y son normas, que no vaya a ser una obra que sea contaminante o que cause alergias. Trabajo en sitios ventilados, evitar que el óleo esté en contacto con piel, que no caiga en ojos. Uso tapabocas cuando pinto con esmaltes o pinturas fuertes. Uno trata de hacer obras que no vayan a cortar a nadie. Si es una obra pesada que tiene un bastidor, debe ser colgada de manera especial, atornillada con medidas especiales. Igual lo hago en mi taller. Para sustancias inflamables no poner fuego o un bombillo. Al utilizarlo uso una cantidad y lo tapo, etc”

“No, ninguna, no poseo ninguna. Ni seguro médico creo...”

“soy obediente. Leo todos los manuales antes de accionar la máquina. He cuidado de normas que me enseñaron para manipular mis herramientas. Por ejemplo, yo no hago mis tallas en madera con una cuchilla, y si me he cortado en estos casi 20 años ha sido mucho. Y ha sido cuando de repente estoy cansada, etc. El uso de resina genera un daño terrible, buscar espacios aireados, algunas veces tapabocas, lentes de seguridad, siempre, para soldar, esmerilar, que no me caigan partículas, que no me vaya a quemar. Cabello recogido, sin accesorios, zarcillos, nada... Con guantes porque materiales tóxicos te pueden quemar, el polvo, entonces un espacio ventilado. Todas esas cosas que prevengan un accidente, siempre los uso.”

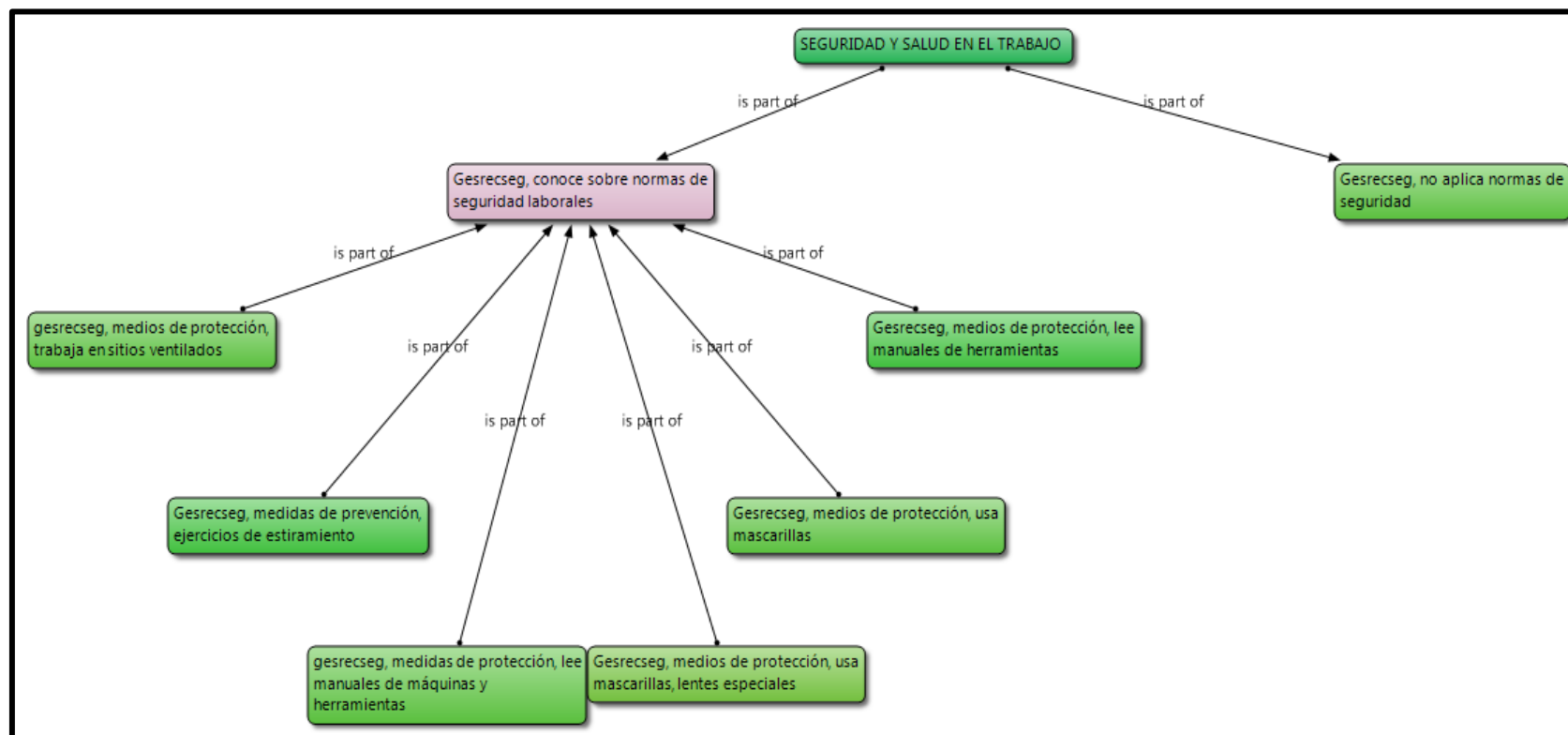


Gráfico 23. Diagrama de redes de la categoría: Contrata a terceros

Fuente: Elaborado por la autora a partir de los datos obtenidos

4.7. Caracterización de la Dimensión: Gestión económica

Administrar los recursos, permitirá la sostenibilidad de los proyectos artísticos. Eso implica contar con un balance de ingresos y egresos para valorar dicha gestión así como el cálculo de precios de venta de las obras. Los datos del cuadro N° 9 revelan una mediana de 25, la cual según el baremo establecido inicialmente, está en un nivel medio. Las categorías consideradas para esta dimensión son: define estructura de ingresos y egresos (Principios de estructura y equilibrio) y calcula precio de sus obras. (Cálculo de honorarios)

Cuadro N° 10

Tabulación de Dimensión: Gestión económica

Caso	Define estructura de ingresos y egresos (Geseconest)	Calcula precio de sus obras (Geseconpre)	Total Gest Econ (PB)	Ptransf
A1	0	0	0	0,00
A2	0	1	1	25,00
A3	0	0	0	0,00
A4	0	0	0	0,00
A5	1	1	2	50,00
A6	0	1	1	25,00
A7	1	1	2	50,00
A8	1	1	2	50,00
A9	0	0	0	0,00
			Mediana	25,00

Fuente: Elaborado por la autora, a partir de los datos obtenidos

4.7.1. Define estructura de ingresos y egresos

Para todo proyecto artístico, se deberá planificar lo referente al equilibrio esperado entre ingresos y egresos. Todo ello impactará en que se tengan controlados los gastos para obtener la máxima rentabilidad. Dentro de esta categoría, solo 3 de los artistas entrevistados ejecutan esta acción. El gráfico de redes 22, expresa que entre los medios que se emplean para hacer este balance, se tiene:

- Cuaderno sencillo donde se va escribiendo la relación.

- Lleva un libro de registros contable

Quienes no hacen esta acción, aseveran razones como:

- Le interesa crear y no se detiene a analizar los ingresos y egresos.
- No tiene tiempo para hacerlo.
- La mayoría asumió que no sabe cómo hacerlo.

Los comentarios más notables fueron:

“Si claro, es necesario como para sacar precio de la obra. Esto forma parte de un precio. El valor de la obra es simbólica, trayectoria, etc. Ese balance hay que hacerlo porque es un trabajo, igual que una persona que venda un producto. Si yo hago una exposición valorada en tanto, y no tengo ese balance, no puedo dar un precio certero, sin fundamento. Es una planificación del gasto. Tengo un cuaderno o papel de trabajo con eso.”

“Los fondos los manejo, soy muy pichirre en ese sentido, soy cuidadosa, porque cuando quiero hacer una inversión de mis herramientas, gracias a ese ahorro puedo pagar mis clases, son una inversión a futuro... De hace año y medio lo empecé a manejar en dólares, me ha resultado más manejable, más rentable. Y los puntos de venta han mutado a esa modalidad, ha sido ahora más fácil de manejar.”

“...a veces llevo esa relación, lo que pasa es que cuando me llega un dinero, yo compro dependiendo del material que me falta y si veo que se me está acabando, lo compro y ya. El resto me lo gasto en cosas personales.”

“Yo planifico, obtengo mi ganancia, siempre tengo 3 o 2 obras en caso de que te inviten a un sitio especial. Yo vendo una obra en \$100, generalmente tomo para mí un 40% para gastos personales y un 60% lo compro en material. Hoy en día tengo material, maquinaria, cada técnica implica un equipo diferente. Allí es donde hay que organizarse.”

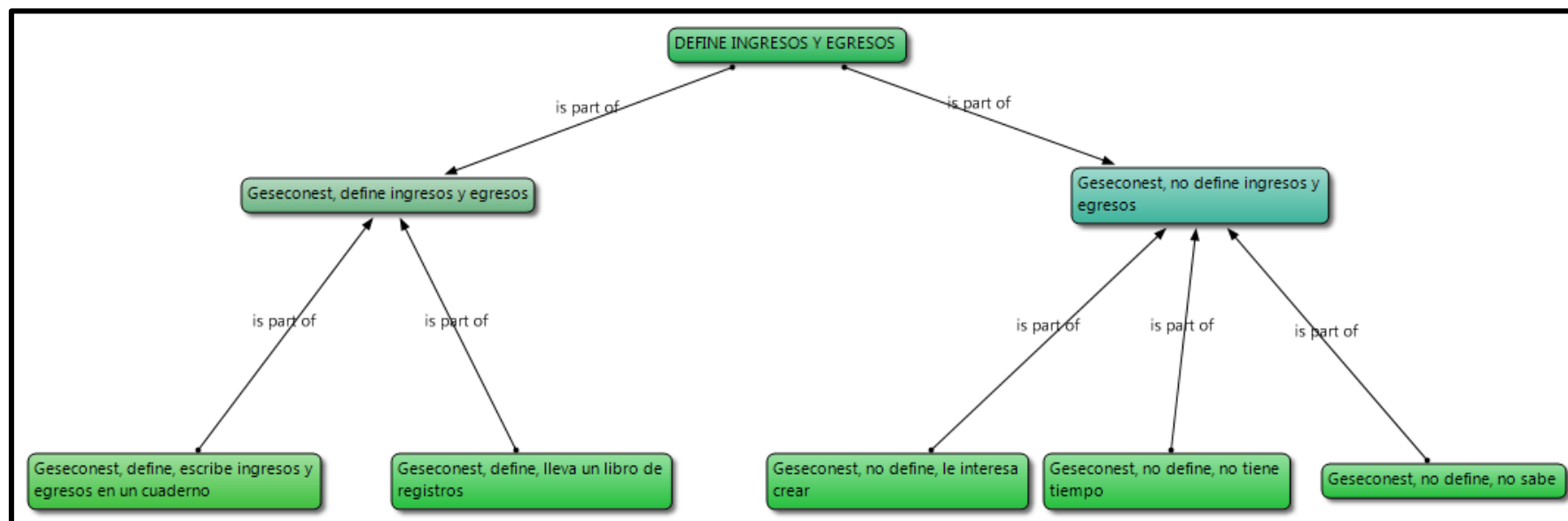


Gráfico 24. **Diagrama de redes de la categoría: Define estructura de ingresos y egresos**

Fuente: Elaborado por la autora a partir de los datos obtenidos

4.7.2. Calcula precio de sus obras

El cálculo del precio de venta de bienes y servicios, en ocasiones es complicado. En el estudio actual, se puede observar que 5 de los entrevistados calculan precio a sus obras, sin embargo, cada quien lo hace a su estilo y según sus conocimientos. Sumado a ello, a pesar de que muchos dieron técnicas para valorar una obra para su venta, afirmaron lo complicado que era. En el gráfico 23 se exponen algunas de las técnicas para deducir el precio y lo que el artista que no calcula hace para vender sus proyectos basados en:

- Horas Hombre (HH) invertidas, 12,5% de gastos administrativos y 30% ganancia.
- Materiales, HH y referencias en el mercado de obras similares.
- Una vez calculado lo que se gastó en materiales, se multiplica por 3.
- Con base en materiales, desgaste de piezas y herramientas, trayectoria, precio de la competencia y premios que haya obtenido.
- Por referencia de otras obras, es muy arbitrario.
- Se recarga un porcentaje a costos y se pregunta a galeristas.

En torno a quienes no calculan precio de sus obras, se encontraron algunas razones y técnicas al respecto:

- Considera que por su poca inversión de materiales que muchos son reciclados, pues no cree que cueste mucho.
- Deja que el cliente pague lo que considere.
- Es difícil hacerlo, no sabe cómo.

Algunos de sus comentarios revelados, se presentan los siguientes:

“A mí me cuesta mucho, he aprendido con algunos talleres. Incluso hay galeristas con certificación internacional, se va haciendo equilibrio de cuánto cuesta esa obra en el exterior. Buscar precio con esa gente, buscar en galerías con obras dentro de ese mismo estilo. Luego viene la trayectoria porque si tengo 1 año pintando no cobraré como si tuviese 20 años, simbólicamente está respaldado cuantos premios he ganado, exposiciones que he hecho, muestra la seriedad del artista. La persona adquiere la obra y la seriedad de la trayectoria de esa obra. Es una obra de un profesional.”

“Es muy complejo y uno va como preguntando la obra de un artista que tiene más tiempo en el mercado y a partir de allí haces un cálculo. Por ejemplo, una obra de un maestro que tiene 40 x 50 en formato pequeño puede costar 10 mil dólares, allí sabes que no puedes venderlo en ese formato. Quizá no es 5 mil, pero depende de exposiciones que haces, galeristas interesados.

Haces como unos cálculos como arbitrarios, no hay una cifra exacta, solo preguntas y reflexionas el precio, pero en realidad calcular es muy difícil.”

“Yo les enseño a los artistas con base en la experiencia, el precio de la obra parte de cuanto te costó material, cuanto gastaste, es la primera cosa. Luego cuanto tiempo empleaste para hacer obra; esas dos cosas son el fundamento por los cuales te da la base para plantear una obra de arte, es una base para todo. La tercera variante, si la técnica tuya implica una gran cantidad de dinero, ejemplo si trabajo con una motosierra, un esmeril, el desgaste que tiene eso, el esfuerzo físico es distinto. No puedes trabajar con un pintor, una jornada común de 8 horas. El factor del tiempo, costo y la parte de la técnica. Todos se complementan con la parte curricular, si eres nuevo no vas a poner que vales bolívares y bolívares. Ahora si vas a exponer en una galería también influye. Siempre se multiplica por 2 o 3 como si fuera un comercio, si lo multiplicas por 1000 ya eres usurero jajaja. La parte ética comercial 3 veces más, y después aumentas según tu curriculum, si tienes exposiciones, si tienes premios, entonces eso influye.”

“a nivel corporativo me piden regalos para el día de la madre y les digo el costo, a veces me dan más porque consideran que es un costo bajo. Por ejemplo, en la posada y fui clara con ellos, yo les doy un precio referencial y les digo que sean sinceros y si creen que estoy cobrando menos me lo digan. Y así estoy haciendo, yo pongo un precio aproximado y las personas que hago la transacción tienen piedad de mi jajaja. Lo que sucede es que trabajo mucho con reciclaje entonces pongo un precio estimado, razón por la cual cuando me dicen que registre una empresa como hago con libros, no tengo forma de llevar libros, no tengo una entrada y salida, no tengo una alta inversión de egresos, entonces como tiene sus ventajas y desventajas. Tampoco soy una persona que se vuelve loca de cobrar miles y millones. Realmente no tengo esa inversión de gastos de adquirir materiales”

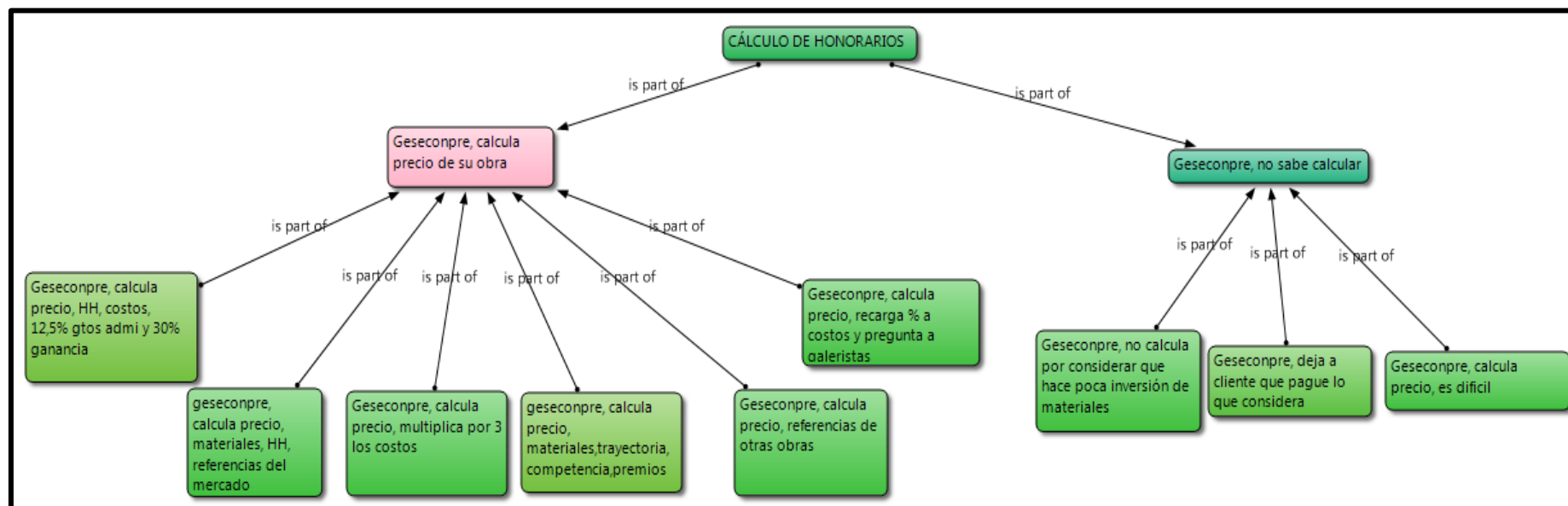


Gráfico 25. Diagrama de redes de la categoría: Cálculo de precio de obras

Fuente: Elaborado por la autora a partir de los datos obtenidos

4.8. Valoración de las buenas prácticas de gestión Cultural de los artistas plásticos

Tal como se comentó en la sección teórica, Canut Ledo (2014), las buenas prácticas en gestión cultural son la demostración de lo que funciona bien y produce buenos resultados, en este caso, en los artistas plásticos. En este sentido, debe ser considerada como ejemplo para otros en la mejora de su profesión artística.

Luego de analizar cada criterio tomado de la Associació de Professionals de la Gestió Cultural de Catalunya (2011), se procede a desglosar la puntuación obtenida de cada categoría, la cual se destaca en el Cuadro N° 10.

Cuadro N° 11

Valoración de los criterios de Buenas prácticas de Gestión Cultural

Criterio	Puntuación (max=50)
Competencias	25
Calidad	50
Instrumentos	30
Propiedad Intelectual y derecho de autor	25
Políticas Culturales	0
Recursos Humanos	25
Gestión Económica	25

Fuente: Elaborado por la autora, a partir de los datos obtenidos

En el caso de las “**Competencias**”, se destaca que a pesar de estar en una valoración intermedia, los artistas se plantean objetivos para cumplir determinado logros y mejorar continuamente sus proyectos. La frecuencia de tiempo puede ser anual o diaria dependiendo de sus proyectos. Otros lo hacen basados en torno a exposiciones y no a producción de obras (**Eficacia**)

Igualmente, los artistas plásticos de acuerdo a su experiencia, pueden valorar claramente la diferencia entre artista plástico y artesano (**criterio**), la cual radica en la modalidad de producción de cada una de ellas. Según sus observaciones, la artesanía está relacionada con productos que pueden fabricarse en serie y el arte es generado de la investigación constante y la práctica. Es relevante señalar además, la alta tendencia de los

artistas hacia la producción de objetos más comerciales para la generación de ingresos y obras de arte para exposiciones y galerías.

Se complementa además la adaptación a los cambios de los artistas (**flexibilidad**). En este sentido, a pesar de los obstáculos y limitantes que se les pueda presentar, convergen a la toma de medidas de contingencia para alcanzar sus metas. Predominó la búsqueda de espacios alternativos ante la carencia de espacios expositivos; la compra de material con antelación, producción de materiales propios como pigmentos, colorantes, entre otros, así como el empleo de reciclaje en sus obras.

Entre las **oportunidades de mejora** para este criterio se tienen:

1. La comparación de objetivos planteados versus resultados (**Eficiencia**). A la mayoría de artistas plásticos se les hace difícil la medición de indicadores ya sea por carencia de formación, falta de tiempo o porque sencillamente no les gusta hacerlo. No obstante, es preciso conocer el impacto que han tenido los diversos proyectos artísticos, y ver si se han cumplido los propósitos así como las consecuencias de no cumplir con lo establecido. (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2009)
2. El criterio de **conocimientos** debe ser fortalecido en torno a la elaboración de presupuestos y ejecución de emprendimientos. A pesar de ser exitosos en su talento artístico, a muchos artistas plásticos se les dificulta elaborarlo, debido a que emplean material reciclado y no lo creen necesario, no tienen la formación para ello o simplemente hacen lista de compra sin una revisión justa de sus requerimientos. Cabe destacar que hacer un presupuesto permitiría la determinación el monto de cada gasto que se tendrá, considerando el precio, calidad, disponibilidad de los recursos necesarios. (*op.cit*). Por consiguiente es una herramienta básica que también apoya la reflexión rigurosa sobre las actividades realizadas y cuan rentables son. (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2014)
3. En torno al emprendimiento, muchos de los entrevistados manifestaron la dificultad para tener ese espíritu empresarial en el país, así como la falta de preparación que poseen. Uno de los casos manifestaba incluso que el arte no es para hacer negocios. Los pocos que emprenden han aprendido de la experiencia, ensayo o error o cursos tomados por entes externos. Es resaltante señalar que el

arte no es un negocio tradicional sumado a que los programas de formación se enfocan en estos últimos. Por ello se hace importante, incorporar programas de capacitación que se adapten a los artistas plásticos y así llevar exitosamente sus creaciones al segmento de mercado adecuado.

Relativo al criterio de **“Calidad”** se denotó totalmente el aporte total de valores significativos para el enriquecimiento de cada obra, desde la valoración estética, la innovación y el desarrollo de su función profesional como aporte positivo a la sociedad. Los **valores estéticos, morales o intelectuales** denotaron el espíritu de la presentación de buenas propuestas artísticas mediante la investigación constante, presentación impecable, aval de expertos o premios de salones de arte. Todo ello revela la preocupación por siempre estar a la vanguardia del lenguaje contemporáneo.

Conforme a esta premisa investigativa, Matheus (2017), explica que el artista plástico debe reflexionar sobre sus propios procesos personales para la creación. Es así como el individuo establece su propia metodología en la transformación material para la obra mediante la visualización, reflexión, resolución, análisis de temas, materiales entre otros. Es así como emerge la propia y particular solución plástica de la persona.

A la par, hay incorporación de **innovación y creatividad** en los proyectos artísticos, ya sea por materiales novedosos que diferencian a lo tradicional, fusión de técnicas o uso de tecnologías como la realidad aumentada.

Finalmente, la **cohesión y el desarrollo social** del arte son desplegados mediante intervenciones en comunidades más vulnerables, talleres de arte gratuitos o a bajo costo, visitas guiadas a museo para la sensibilización hacia lo artístico y proyectos a favor de nuevos talentos. Se pudo constatar además, la tendencia a la responsabilidad ambiental mediante el uso de reciclaje en los productos, lo cual redundaría en artistas con proyectos de gran impacto hacia su entorno cercano.

El criterio **“Instrumentos”**, arrojó sus fortalezas en la promoción (**comunicación**) constante de los artistas en torno a sus proyectos artísticos, en especial en la promoción de sus exposiciones mas no de su propuesta de valor. La misma es realizada mayormente por redes sociales, página web, marketing boca a boca y pocas veces, medios tradicionales como radio o prensa.

Otro aspecto significativo, es que un poco más de la mitad de los artistas conocen el **segmento de mercado** de sus obras, lo que resulta un elemento vital para la generación de modelos de negocio sustentables artísticos en el tiempo. Este último elemento resulta desatado, considerando que ninguno de los artistas mencionó que tengan definido su modelo de negocios. Por supuesto, cada uno de ellos es diferente y varía acorde a los proyectos de cada artista.

En este caso, Urrea y Walker (2012) refieren que dentro de cada mercado hay diversidad de compradores o consumidores. En el caso del arte, cada segmentación posee “...una necesidad diferente, preferencia de compra o una razón por la cual quiere adquirir una obra de arte”. Por tal motivo, es imprescindible que el artista conozca hacia dónde van enfocadas sus obras, que beneficio o propuesta de valor recibirán los posibles compradores.

Las oportunidades de mejora para este criterio son:

- Es importante establecer una guía básica de procedimientos escritos (manual de procedimientos), ya sea para lo relativo a la comercialización o la difusión. Contar con estos instrumentos, permitirá tener un proceso estándar en caso de que se pueda delegar en otras personas en un futuro.
- Formarse en la elaboración de proyectos de financiamiento (Plan de viabilidad). Muchos manifestaron lo difícil de la situación económica y social del país, sin embargo, existen instituciones públicas o privadas que pueden financiar los proyectos lo cual ayudará a la sostenibilidad del arte como una profesión.
- Finalmente, la valoración de la gestión es fundamental (Evaluación). Es preciso la formación de los artistas plásticos en cuanto a la valoración de todos sus procesos. Todo esto conllevará a la mejora continua y al aprendizaje mediante la experiencia.

Lo anterior se fundamenta en lo señalado por Mariscal (2019) quien da como valor agregado a la práctica de gestión cultural: “...una articulación interdisciplinar en el que encontramos intersecciones con otros campos disciplinares, lo cual implica la capacidad de la gestión cultural de apropiarse de sus teorías, conceptos, metodologías, herramientas y técnicas para el logro de los objetivos que se plantean.”. (p.179). De modo que en este caso, es esencial el uso de instrumentos y metodologías que coadyuven al logro de metas de los artistas plásticos.

Relativo al criterio de “**Gestión de propiedad Intelectual y derecho de autor**”, la buena práctica ejecutada por los artistas plásticos, es la aplicación de acciones para proteger sus obras. Los medios empleados para ello son:

- Sello de autenticidad.
- Registros mediante medios electrónicos o físicos (cuaderno) que muestran las medidas y características de las obras.
- Certificado de autenticidad.
- Firma en obras.
- Aval de expertos.

En este caso, la oportunidad de mejora radica en el conocimiento más amplio sobre las leyes de propiedad intelectual (PI) y lo legal para conocer ampliamente como pueden defender y proteger sus creaciones. En su mayoría, afirmaron que hay trámites engorrosos, costosos y que requieren de mucha dedicación y exigencia. Para reforzar este aspecto, OMPI (2003), refiere:

Todos los artesanos y artistas visuales crean activos de PI. Sus obras pueden quedar protegidas por los derechos de autor. Muchos de ellos poseen información confidencial de valor comercial, denominada secretos comerciales. Algunos tienen una marca registrada. La mayoría prepara diseños creativos nuevos u originales. Algunos pueden incluso haber inventado o mejorado un producto o proceso utilizado en su trabajo creativo, que puede estar protegido por una patente o modelo de utilidad. Por consiguiente hay muchos motivos prácticos para que los artesanos y los artistas visuales comprendan y utilicen distintos tipos de PI. (p. 20)

De acuerdo a este ente las razones estriban a ganar dinero con mayor seguridad, disfrutar de exclusividad en el mercado, ejercer la propiedad de sus activos de propiedad intelectual, ampliar sus actividades comerciales y exportaciones, así como alentar la creatividad y el crecimiento económico.

El criterio de “**Políticas culturales**” fue un punto álgido. Fundamentalmente, los artistas plásticos se sienten desprotegidos por el estado y por los gremios existentes en el país. Los pocos que han tenido éxito, poseen iniciativas colectivas de agruparse para desarrollar actividades, eventos, exposiciones, entre otros.

Al hablar de políticas, Yúdice y Miller (2004), establecen que dichos soportes institucionales deben canalizar la creatividad estética como los estilos de vida. Es así como el estado debe implementar guías para el accionar sistemático y regulatorio para su

adopción en las diversas instituciones. Por consiguiente, se gestiona la plataforma para la mediación entre organización social, cultural y política.

Es así como una política es inclusiva y alienta a todo el mundo artístico y sus respectivas expresiones tanto personales como colectivas. Más que imponer una ideología o pensamiento propio, debe transitarse entre la diversidad, la autonomía y la libertad. No cabe duda, que para que esto suceda, es vital conocer las necesidades de los artistas y satisfacerlas en la medida de lo posible.

La “**Gestión de Recursos Humanos**” arrojó como buena práctica, la aplicación de normas de seguridad e higiene industrial, tales como uso de equipos de protección personal, trabajo en sitios ventilados, lectura y seguimiento de los manuales de las máquinas y herramientas.

La oportunidad para mejorar se encuentra en formar grupos para la ayuda mutua, la cooperación entre artistas, ya que en su mayoría, al artista le gusta trabajar solo. Las alianzas estratégicas son vitales. Para ello es posible que se posea un equipo o persona que se ocupe de tareas que en ocasiones el artista plástico no pueda desarrollar, por lo que delegar será una buena opción. Es preciso en este caso, informarse de las “...ofertas de recursos que apoyan proyectos culturales, manteniendo un directorio actualizado...” (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2009)

Por último, la “**Gestión Económica**”, muestra que en su mayoría los artistas plásticos calculan su precio, quizá no hay una manera estándar para todos debido a que no hay capacitación al respecto. Por lo que se destaca la necesidad de formación relativa en finanzas. Por supuesto, si se desea vivir del arte, esta parte es esencial.

El Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (2011), exponen la necesidad de conocer cuánto dinero se requiere para los proyectos; esto implica la realización de un presupuesto. Todo dependerá de cada proyecto artístico por lo que se hace esencial investigar sobre los egresos e ingresos para ser realistas al momento de valorar lo económico. Igualmente se tiene que saber calcular los costos asociados y precio de venta de la obra con el propósito de que el artista pueda hacerse sostenible económicamente.

A continuación en el figura N° 8, se caracterizan las Buenas prácticas de gestión Cultural de los artistas Plásticos. Caso: Colectiva Universidad Nacional Abierta 2014-2018.



Figura 8. Buenas prácticas de los artistas plásticos. Caso: Colectiva Nacional de artes Plásticas de la UNA
 Fuente: Elaborado por la autora a partir de los datos obtenidos.

4.9. Caracterización de las condiciones acompañantes

En esta etapa de la investigación, se presentan las condiciones que acompañan las buenas prácticas de gestión cultural de los artistas plásticos que no estaban contempladas en las categorías predefinidas al inicio del estudio. En este apartado, se presentarán datos sociodemográficos de los artistas plásticos al igual que categorías interesantes que complementan a la variable de estudio.

El perfil de los artistas corresponde a diversas especialidades y áreas de experiencia, lo cual enriqueció el estudio y las respuestas obtenidas. Sus nombres no serán develados para confidencialidad del estudio, tal y como muchos lo solicitaron. En el cuadro N° 10 se expone información de sumo interés para el análisis.

Primeramente, se visualizan las diversas especialidades de los entrevistados, lo que denota enriquecimiento del manejo de técnicas variadas que los artistas poseen. Igualmente, se tienen diversos años de experiencia, siendo el mínimo 10 años y el máximo 46; este factor es de importancia ya que han transitado los diversos caminos para la determinación de las buenas prácticas.

4.9.1. Graduado en artes

En su mayoría, son de la antigua Armando Reverón, actualmente la Universidad de las Artes (UNEARTE). Quienes no lo son, manifestaron su aprendizaje con maestros en sus talleres o de forma autodidacta. Dichos datos se corroboran en el gráfico N° 24, donde un 55,56 % se graduó formalmente y un 44,44% no lo hizo.

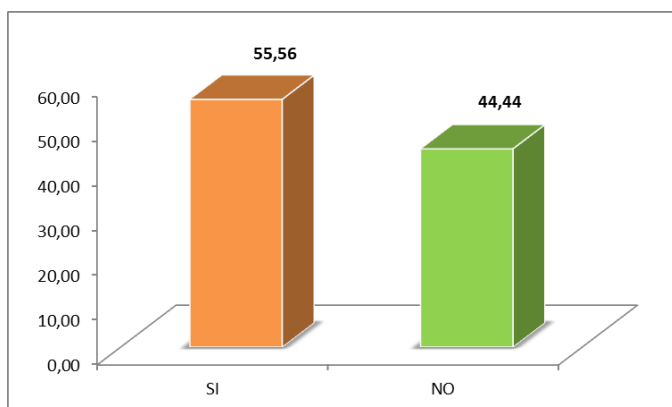


Gráfico 26. **Artistas graduados formalmente en arte**

Fuente: Elaborado por la autora a partir de los datos obtenidos

Cuadro N° 12**Perfil de artistas entrevistados**

Caso	Estado	Especialidad	Años de experiencia	Graduado formalmente en artes	Graduado en otra carrera	Otra fuente de ingreso	Fuentes de mayor ingreso
1	Falcón	Dibujo, ilustración	16	NO	Técnico medio en Administración de Personal. Técnico en electrónica digital e industrial	NO	Arte (productos más comerciales)
2	Distrito Capital	Pintura	25	SI	Lic. en Educación en artes plásticas (no culminada)	Sí. Promotor Cultural	Arte
3	Lara	Pintura y fotografía	24	SI	No posee	NO	Arte (productos más comerciales)
4	Distrito Capital	Gráfica y escultura	10	SI	Diseño gráfico	SI. Trabajadora en museo	Trabajo tradicional
5	Carabobo	Diseñadora, orfebre y especialista en arte del fuego	36	NO	Trabajadora Social	NO	Arte (productos más comerciales)
6	Distrito Capital	Escultura, pintura	22	SI	No posee	SI. Trabajadora en museo	Trabajo tradicional
7	Miranda	Escultura	46	NO	Pedagogo Tecnólogo educativo	NO	Arte
8	Miranda	Pintura	27	NO	Publicidad	SI. Publicidad	Ambas
9	Miranda	artes del fuego, cerámica escultórica y utilitaria	30	SI	No posee	NO	Arte (productos más comerciales)

Fuente: Elaborado por la autora (2019)

4.9.2. Carrera alterna

Siguiendo con datos de interés, un 66,67 % de los artistas plásticos poseen otra carrera, entre las que se encuentran:

- Técnico medio en Administración de Personal.
- Técnico en electrónica digital e industrial
- Lic. en Educación en artes plásticas (no culminada)
- Diseño gráfico
- Trabajadora Social
- Pedagogo
- Tecnólogo educativo
- Publicidad

4.9.3. Empleo alterno

Otra información relevante, se refiere a los trabajos complementarios que poseen los artistas. Un 44,44% solo lo poseen, ya que el 66,67% se dedican completamente al arte. Entre algunos de los comentarios de los artistas plásticos es que algunos poseían sus trabajos tradicionales y se retiraron para dedicarse al arte o se jubilaron. Por lo que de alguna manera u otra, siempre ha existido la complementariedad del arte con otros empleos.

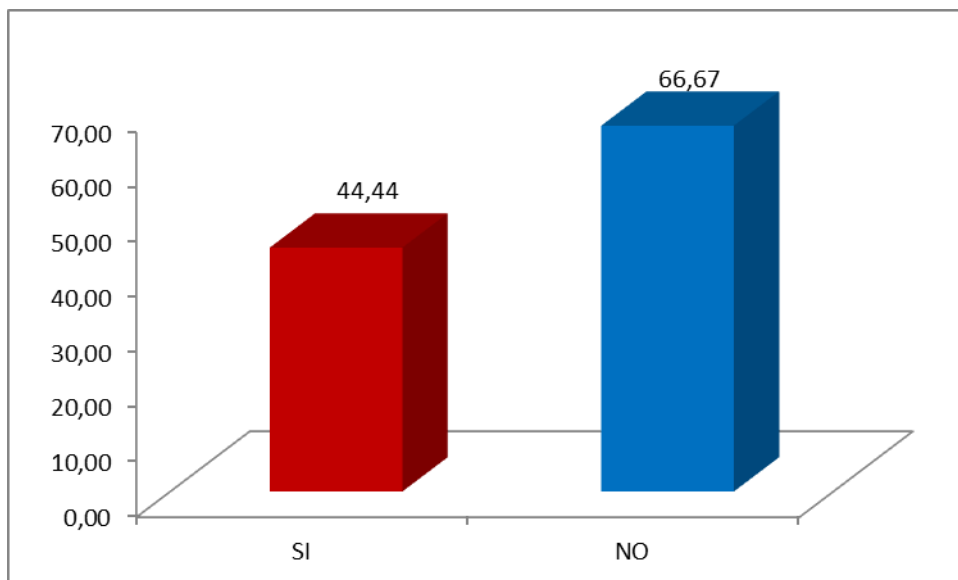


Gráfico 27. Trabajo complementario de los artistas

Fuente: Elaborado por la autora a partir de los datos obtenidos

Algunas citas a considerar son las siguientes:

“Fijate, yo creo que soy uno de los pocos que ha tenido la suerte de estar vinculado en el arte para poder vivir. Claro hay excepciones, he hecho ilustraciones, restauraciones, he trabajado realizando proyectos artísticos, más que todo es para el arte comercial que te da dinero rápido. Los proyectos personales, no producen digamos, algún dinero. El arte se mueve en varios mundos, está el más comercial, el basado en proyecto. Pero he tenido la suerte de que todo lo que hago se vincula con el arte.”

“Como todos sabemos, la situación desde hace varios años ha sido apretada. Entro a trabajar en los museos siendo estudiante de la Reverón y el museo lo fue absorbiendo mucho. No me dedique de lleno a las artes, siempre hice cosas. Prepare piezas para exposiciones pero no me dediqué a la venta, solo exhibición. Eso hizo que se convirtiera en el Museo Carlos Cruz Diez como mi fuente principal. En la actualidad sigue siendo así sin embargo hay otras alternativas como la docencia y hay una vertiente de mi trabajo plástico, q es creativo si se quiere que es como la parte de marketing. Mi trabajo plástico lo llevo a unas libretas que hago, entonces esas libretas tienen parte de mi identidad plástica, pero es un tema más comercial, de mayor salida. Lo que devengo ahora es mi salario de la Fundación Museos Nacionales, y por supuesto me ayudo con esto como te comento, docencia y ventas de otras cosas. Por este tiempo de mengua, ha sido solamente exhibición de piezas y no de venta, marketing de la obra”

“...durante mucho tiempo dependía totalmente, pero actualmente no. Dependo del salario como investigadora en museo y la producción artística baja por el tema del tiempo, uno viene cansadísimo del trabajo, todo eso, y el mercado no es el amigable en este momento. Entonces no me puedo estar dedicando a estar haciendo piezas para montarlas en mi casa, y no tengo tiempo; al menos que sea un encargo, por ejemplo, quiero una tallita de José Gregorio Hernández, ah bueno, cuando voy teniendo tiempo lo voy haciendo”

4.9.4. Mayor fuente de ingreso

Relativo a la mayor fuente de ingreso de los artistas plásticos, es significativo el dato de que los artistas hacen de sus obras de artes, productos más comerciales o artesanales para generar ingreso rápido, según el gráfico 25. Le sigue a ello ingreso total por arte, luego por empleo tradicional y finalmente un equilibrio entre el arte y trabajo alterno.

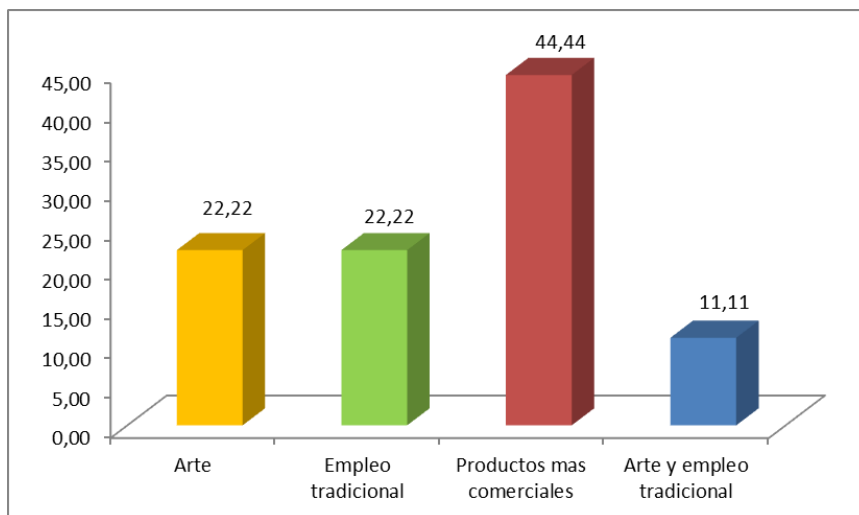


Gráfico 28. Mayor fuente de ingreso

Fuente: Elaborado por la autora a partir de los datos obtenidos

Algunos de los comentarios fueron los siguientes:

“Los ingresos artísticos han sido mayores, en la universidad eran 15 y último, eran como poco. Esas quincenas son fundamentales, de repente tenía entradas muy grandes como para mantenerme un año y a veces muy poca, pero si a esta altura de mi vida comparo, el arte supera lo formal, pero nunca abandoné la formalidad”

“Mi parte fuerte siempre ha sido la artesanía, nunca he dejado de trabajar con mis manos. Siempre he dado clase en función del arte y enseñando paralelamente la artesanía como ingreso, para que las personas puedan tener un modo de vida mientras se profundiza el arte y la artesanía. Ambas han estado siempre ligadas a mi”

“Mi trabajo plástico lo llevo a unas libretas que hago, entonces esas libretas tienen parte de mi identidad plástica, pero es un tema más comercial, de mayor salida. Lo que devengo ahora es mi salario de la Fundación Museos Nacionales, y por supuesto me ayudo con esto como te comento, docencia y ventas de otras cosas. Por este tiempo de mengua, ha sido solamente exhibición de piezas y no de venta, marketing de la obra.”

“Claro hay excepciones, he hecho ilustraciones, restauraciones, he trabajado realizando proyectos artísticos, más que todo es para el arte comercial que te da dinero rápido. Los proyectos personales, no producen digamos, algún dinero. El arte se mueve en varios mundos, está el más comercial, el basado en proyecto. Pero he tenido la suerte de que todo lo que hago se vincula con el arte.”

4.9.5. Otras categorías no contempladas

Tal como ya se ha explicado, en las entrevistas surgieron algunas categorías no contempladas. En este sentido, lo más visualizado durante las entrevistas fueron los elementos contemplados en la figura N° 9:

1. Apoyo complementario a la gestión cultural de los artistas plásticos
2. Actividades alternas de los artistas
3. Influencia de otras profesiones en el quehacer artístico
4. Debilidades contempladas por los entrevistados

En relación al “**Apoyo complementario a la gestión cultural**” de los artistas plásticos, los entrevistados manifestaron la alianza con otros para concretar proyectos y fortalecerse en su profesión. Algunas de estas vías encontradas son:

- Colectivos de arte
- Fundaciones
- Alianzas informales con otros artistas

Condiciones acompañantes



APOYO COMPLEMENTARIO

- Colectivos de arte
- Fundaciones
- Alianzas informales

ACTIVIDADES ALTERNAS

- Promotor cultural
- Educadores
- Empleados en museos

OTRAS PROFESIONES

- Aporte positivo a la gestión
- Aprendizaje para promoción

DEBILIDADES

- Espacios escasos
- Gerentes de museos que conozcan de arte
- No se forma empresarialmente en universidades

Azuaje (2019)

Figura 9. **Condiciones acompañantes**

Fuente: Elaborado por la autora a partir de los datos obtenidos

Algunos de los comentarios de los artistas son:

“Después conocí a otros colegas y hacíamos proyectos y nos hemos ayudado mucho. Llevo 38 años trabajando con otros artistas. Al año he tenido hasta 6 exposiciones que la planificamos el año anterior. Esas exposiciones se basan en la fauna, la flora, temas diversos. Y uno hace proyecto, yo lo voy a trabajar en orfebrería, es una bendición.”

“Y el año pasado hice con otras artistas, cada una de nosotras hizo una individual en su trabajo, ella lo hizo en escultura y yo en pintura y ensamblaje, fue una dinámica interesante porque no pintamos solamente sino producir también... algunas de las emprendedoras las cuadramos para que pudieran participar compañeros que tenían que ver con el concepto de nuestra exposición. El concepto se llamaba Convertidos, fue el material que pudimos exponer... En este caso te comentaba la exposición porque vimos un sentido colaborativo en el mismo, invitando a esta cadena de amigos emprendedores que podían echar su cuento de cómo se habían convertido en emprendedores o como habían convertido su materia prima en cosas espectaculares”

Muchos artistas manifestaron que para vivir del arte, se requería de otras **“Actividades Alternas”**, en este caso, los entrevistados tal y como ya se vio en el gráfico N° 25, entre otros elementos ejecutados por los entrevistados son:

- Promotores culturales
- Trabajadores en museos
- Docentes.
- Trabajador audiovisual
- Publicista

También se pudo comprobar que tener una **“Carrera alterna”**, fortalece la gestión cultural de los artistas plásticos. Los aspectos más destacados en esta condición acompañante son:

- Representan un aporte positivo a la gestión cultural de los artistas plásticos.
- Aprendizaje para la disposición de recursos para ejecutar la acción artística.
- A través de estas profesiones se ha aprendido a poder promocionarse y motivar a otras personas; al igual que las relaciones públicas.

A continuación algunos comentarios al respecto:

“La parte pedagógica me ayudó muchísimo, como usar un pizarrón, como se dispone recursos a nivel del aula, como se hace cartelera, q tipo de letra, q notas hacer, como motivar a los alumnos, y eso me ayudó a motivar al público, eso fue fruto de esto. Ya

tengo 45 años de vida artística, eso es interesante. Porque me ayudo a establecer parámetro en cada exposición, tiene que haber un anuncio, aviso, prensa, catálogo, fecha, registro histórico. Me ha ayudado mucho la parte de la investigación, quien expuso, que medios, etc.”

“en lo referente a planificar, yo creo que en eso ha contribuido la formación que traigo como publicista, no tanto por la carrera sino en el área en la que trabajé. El año pasado hicimos un plan de trabajo donde involucramos varias personas. Quien se iba a encargar de la parte de las redes, del desarrollo del concepto creativo, como íbamos a crear las piezas, el porqué de pronto ubicar un lugar como, por ejemplo, el Hatillo para probar conceptos que queríamos exponer”

Finalmente, las entrevistas fueron una oportunidad para los artistas de revelar algunas **“Debilidades en la gestión cultural”** de los artistas plásticos, como por ejemplo:

- Espacios escasos para exponer, los salones de arte han disminuido.
- Los gerentes de museos no conocen de arte y cultura.
- Los artistas sienten que en las universidades donde se formaron en el arte, no hay formación sobre lo empresarial, maneras de promocionar sus obras para la venta, entre otros.

Algunas citas referidas ante esta condición acompañante son:

“...las debilidades, se han venido presentando por las instituciones, donde el artista encuentra su difusión. Los niveles económicos para crear una obra, por la situación país n llega material de calidad... En las revoluciones el arte retrocede, porque cuando hay ideologías el arte retrocede incluso con el mismo arte mexicano, lo estamos viendo acá. A veces llegas a un salón y ves retratos del presidente, ese sesgo tiende a retroceder el arte, le niega simbología poética, filosófica. No obstante, muchos artistas siguen luchando contra la corriente. Creo que fortalezas y debilidades se alimentan entre sí.”

“Hacen falta más exposiciones de cultura, lugares para exponer y con personal que promueva verdaderamente el arte. Se necesitan gerentes que sepan de arte, de cultura al promoverlo lo anima a que haga exposiciones a que participe en concurso, a que lleve a tiendas de arte. Desgraciadamente las tiendas de arte no hacen nada, si ve que la obra es vendible, la apoyarán. Faltan mayores oportunidades para vender sus obras.”

“A veces tardas para desarrollar una programación porque considero que la formación de la Armando Reverón es mas de crear al artista y no verse como un producto; más que todo es formarte como en la creación de tus obras.”

4.10- Elementos que influyen en el desarrollo de las buenas prácticas de gestión cultural de los artistas plásticos en Venezuela.

Haciendo un análisis de los puntajes obtenidos por cada entrevistado, los mismos fueron sumados y se ordenó de mayor a menor (Cuadro 11).

Cuadro N° 13

Orden de puntuaciones por casos

Caso	Gescomobj	Gescomval	Gescomdif	Gescompre	Gescomempr	Gescomcam	Gescompro	Gescomnov	Gescomsoc	Gescomgui	Gescomsin	Gescommer	Gescomspro	Gescomsval	Gescomproley	Gescompronor	Gescomproley	Gescompolgre	Gescomrecter	Gescomreseg	Gescomconest	Gescomconpre	Ptbruto	Ptransformado
A7	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	19	43
A5	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	16	36
A8	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	16	36
A2	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1	13	30
A1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	0	0	0	1	0	0	10	23
A6	0	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	1	0	1	10	23
A9	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	10	23
A4	0	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	8	18
A3	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1	7	16

Fuente: Elaborado por la autora, a partir de los datos obtenidos

Analizando los 4 casos que obtuvieron mayor puntuación realizando una sumatoria simple del puntaje transformado, se determinaron los siguientes aspectos coincidentes generados previamente en las condiciones acompañantes.

Para la diferencia se establece si un caso en el que aparece la buena práctica y en el que no, poseen circunstancias en común; al tener una que sea diferente, puede representar la causa o efecto que explique la variable de estudio.

La matriz comparativa puede ser vislumbrada en el cuadro N° 12 con el grupo de mejores buenas prácticas y el cuadro N° 13 que posee deficiencias al respecto.

Cuadro N° 14

Grupo de mejores buenas prácticas de gestión cultural

Categoría	Grupos con mejor puntaje			
	Caso 7	Caso 5	Caso 8	Caso 2
Otras profesiones	SI	SI	SI	SI
Apoyo Complementario	SI	SI	SI	SI
Mayores fuentes de ingreso: arte	SI	SI	SI	SI

Fuente: Elaborado por la autora, a partir de los datos obtenidos

Cuadro N° 15**Grupo con deficientes prácticas de gestión cultural**

Categoría	Grupos con bajo puntaje				
	Caso 1	Caso 6	Caso 9	Caso 4	Caso 3
Otras profesiones	SI	NO	NO	SI	NO
Apoyo Complementario	NO	NO	NO	NO	NO
Mayores fuentes de ingreso: arte	NO	NO	SI	NO	SI

Fuente: Elaborado por la autora, a partir de los datos obtenidos

Lo anterior permite que dichas condiciones sean significativas para ejercer buenas prácticas de gestión cultural. Por consiguiente, se evidencia que los artistas plásticos que ya poseen estas características, ejecutan buenas prácticas de gestión cultural. De hecho, muchos entrevistados afirmaron algunos elementos como:

Contar con otra profesión les ha permitido aprender a planificar sus metas y objetivos, organizarse, promocionarse, gestionar lo económico y a adquirir destrezas que los artistas plásticos usualmente no poseen. En este sentido, Mariscal (2019), refiere que hay determinadas problemáticas, objetos y formas de abordaje que deben ser construidas en paralelo con diversas disciplinas y campos interdisciplinarios. Por consiguiente, contar con estas herramientas producto de otras áreas del conocimiento, serán de utilidad para el logro de metas de los artistas.

Por otro lado, a pesar de no encontrarse políticas culturales que apoyen al artista, muchos de los casos que ejecutan buenas prácticas, tratan de orientar sus proyectos haciendo alianzas con colegas, fundaciones u otros emprendedores que les permitan lograr sus objetivos.

En cuanto a las ventajas de trabajar colaborativamente con otros en formas de redes, Brun, Tejero y Canut (2008), exponen que son una manera de organizarse sin ser una organización formal. ¿Cómo aporta?, estos autores reafirman:

...su apertura, horizontalidad, la diversidad cultural y étnica de sus miembros, su adaptabilidad,... las hacen ideales para llegar adónde otros planos de la sociedad, los segmentos institucionales o el mercado, no son capaces de llegar... las redes complementan a las instituciones más estables del estado, del mercado y de la sociedad civil, señala que, a mayor complejidad de la sociedad, menor eficiencia de las instituciones administrativas. Y pone el acento en la baja representatividad que tienen algunos grupos sociales (grupos indígenas, jóvenes...) en las instituciones culturales. (p. 107)

Entre sus particularidades latentes, se tienen:

- Flexibilidad
- Cero burocracia
- Funcionamiento horizontal
- Todos sus integrantes se responsabilizan para alcanzar objetivos comunes.

Finalmente, otro factor concordante, es que el grupo de entrevistados con buenas prácticas, tienen sus mayores ingresos provenientes del arte. Gracias a eso, han demostrado que una buena gestión, hace que esto sea posible. Peña (2017) refiere que es posible vivir de las artes plásticas, con algunas de las siguientes características:

...se requiere actitud, formación y práctica para buscar soluciones duraderas porque vivir del arte exige una responsabilidad con su entorno, es decir ya no se trata de una posición individualizada sino de impactar en la demanda de apropiación y/o adquisición por parte del público. Para avanzar en esta respuesta, es fundamental preguntar directamente a cada artista si quiere vivir del arte y si está dispuesto a realizarlo. (p.11)

Lo anterior deja entrever la importancia de asumir en primer lugar, el deseo de vivir del arte, conjuntamente con la preparación adecuada así como la concientización de las demandas para hacer de la gestión cultural, una vía idónea que conllevará al éxito de los artistas plásticos.

A continuación se muestra el gráfico que identifica lo anteriormente señalado y que esquematiza los puntos en común encontrados en las buenas prácticas.



Gráfico 29. Aspectos que inciden en el logro de las buenas prácticas de gestión cultural
Fuente: Elaborado por la autora a partir de los datos obtenidos

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

Una vez analizada la información tras las entrevistas realizadas a los artistas plásticos, se procede a reflexionar sobre las conclusiones generadas del estudio:

En referencia al objetivo 1, relativo al **diagnóstico de las buenas prácticas de gestión cultural desarrolladas por los artistas plásticos en Venezuela. Caso: Colectiva Universidad Nacional Abierta 2014-2018**, se puede señalar que entre las mejores prácticas destacadas de los entrevistados, en el caso de las **Competencias**, se presentan el planteamiento de objetivos a lograr que puede depender del tiempo o dependiendo de las particularidades de sus proyectos artísticos. Un aspecto muy destacado es la capacidad de adaptación que poseen para alcanzar sus objetivos, ya sea por falta de material o espacios para promocionarse, supliéndolo por material reciclado o espacios alternativos. Asimismo, resalta el hecho de elaboración de piezas más comerciales para la generación de dinero.

Concerniente a la dimensión **criterio**, los artistas plásticos denotaron el esfuerzo por alcanzar buenas propuestas artísticas, tras procesos exhaustivos de investigación, personales y propios de cada individuo. Sumado a este criterio, se encontró que hay innovación en cada propuesta a través de fusión de técnicas, empleo de material de reciclaje, entre otros. Otro elemento de interés fue el apoyo al desarrollo social ya sea por talleres de arte a poblaciones vulnerables, visitas guiadas o charlas de concientización.

La dimensión **Instrumentos**, se desarrollan en los artistas plásticos mediante fortalezas para promocionarse mediante redes sociales, página web, marketing boca a boca. Muchos de ellos están claros en la segmentación de un mercado que pudiese estar interesado en sus obras.

Relativo a la **Gestión de propiedad intelectual y derecho de autor**, muchos refieren que en torno a las leyes y procedimientos legales en el país, a pesar de conocerlas, les parece engorrosa y muy burocrática. No obstante, conscientes de que su derecho de autor nace desde la creación de su obra, tienen soporte de las mismas a través de sellos y certificados de autenticidad, firma en obras, registros escritos y fotográficos.

Las **políticas culturales** no es el criterio más valorado por los artistas plásticos. La mayoría de los entrevistados aseveran que se sienten desprotegidos por el Estado, ya que los lineamientos actualmente existentes, están enfocados a lo ideológico y al populismo gubernamental. Asimismo, se encontró que la carencia de gremios o asociaciones formales que apoyen realmente a los artistas plásticos. Esto ha generado, la alianza entre artistas mediante fundaciones o iniciativas colectivas para cumplir propósitos definidos.

En torno a la **Gestión de Recursos Humanos**, hay una tendencia de trabajar en solitario y hacer todo para la elaboración de obras o procesos de comercialización y difusión. Sobresalen las medidas de seguridad aplicadas por los artistas plásticos para evitar accidentes y enfermedades profesionales.

La **Gestión Económica**, revela que gran parte de los artistas plásticos saben cómo calcular el precio de sus obras, sin embargo, se tienen diversos métodos al respecto. En este sentido, emerge la necesidad de formación para calcular un precio que haga sostenible el mercado de las artes; avalado además por la falta de un flujo de ingresos y egresos que permita un mejor control de los recursos financieros.

Las debilidades encontradas u oportunidades de mejora, son:

- Los artistas no manejan indicadores de gestión o formas de medición para valorar lo ejecutado y aplicar medidas correctivas en caso de ser necesario.
- Inexistencia de elaboración de presupuestos debido a falta de formación al respecto.
- Inexperiencia como emprendedores, los que conocen esta área, lo han hecho por la experiencia o por ensayo y error.
- Muchos artistas no elaboran proyectos de financiamiento porque no saben o desconocen sobre dónde pueden hacerlo.

Otro hallazgo encontrado en la investigación, fueron las correspondientes al objetivo 2: **Identificar las condiciones que acompañan el desarrollo de las buenas prácticas de gestión cultural alcanzado por los artistas plásticos en Venezuela**. En cuanto a las condiciones acompañantes, se tiene que en un 55,56% de los entrevistados son graduados formalmente en arte; el resto ha aprendido a través de cursos o maestros. Se presenta

además que un 66,67% de los artistas plásticos, tienen otra carrera diferente a las artes y un 44,44% tienen un trabajo complementario.

Un elemento interesante es que la mayoría de los sujetos de estudio se dedican totalmente al arte, con la particularidad de que estos hacen productos artísticos más comerciales para generar ingresos más rápido.

Entre otros elementos encontrados que no se esperaban en el estudio, se encontró:

- Apoyo complementario a la gestión cultural de los artistas plásticos debido a la carencia de políticas culturales o gremios que apoyen a sus necesidades o requerimientos. Parte de este apoyo son colectivos de arte, fundaciones sin fines de lucro o alianzas informales con otros colegas.
- Existencia de actividades alternas al arte como promotores culturales, educadores, empujados en museos.
- Aporte positivo al arte debido a tener otra profesión que los ha ayudado en su promoción, relación con otros agentes, elaboración de planes, entre otros.
- Los artistas plásticos manifestaron debilidades del arte en Venezuela como falta de espacios de promoción al arte, desconocimiento en gestión por parte de gerentes de museos y falta de formación empresarial en carreras artísticas.

Finalmente, en referencia al objetivo 3: **Caracterizar los elementos que influyen en el desarrollo de las buenas prácticas de gestión cultural alcanzado por los artistas plásticos en Venezuela**, se hizo un análisis de los puntajes obtenidos por cada entrevistado, dentro de los cuales sobresalieron 4 casos de estudio. De esta manera, se determinaron aspectos coincidentes de los artistas plásticos con puntuación más alta. Por consiguiente, se evidenció que los sujetos de estudio tenían factores comunes como: contar con otra profesión, búsqueda de apoyo complementario para un buen desarrollo de su profesión artística y la mayor fuente de ingreso es el emprendimiento artístico.

Tras el análisis de lo generado en la presente investigación, se puede agregar el hecho del paradigma latente en los artistas plásticos sobre el hecho de no poder vivir del arte; todo ello sumado a la carencia de políticas culturales que permitan un desarrollo pleno. Se puede afirmar que, en su mayoría, el artista se enfoca en el eslabón inicial de su cadena de valor: el proceso creativo.

Esto se reafirma más, al certificar que las universidades o institutos de arte, no forman al artista en el desarrollo de habilidades que le permitan planificar su proceso creativo, organizarse eficientemente bajo métodos exitosos en la organización, comercializar sus productos, al igual que un medio de valoración o control que les permita conocer los aspectos de mejora. En este sentido, se constató en la muestra de estudio, que quienes viven del arte en la actualidad, tienen carreras alternas como valor agregado para logra objetivos cónsonos a su realidad de sostenibilidad económica.

Por tal razón, queda un camino largo por recorrer en la formación bajo el espíritu de la necesidad de la sostenibilidad económica de las artes visuales. Todo ello traerá frutos significativos para el artista, el espectador y consumidores culturales, y finalmente, a la sociedad.

6.2. Recomendaciones

Lo anteriormente investigado, ha representado un gran paso para la descripción de lo que ejecutan los artistas plásticos en torno a su propia gestión cultural con el fin de que sirva de referencia para personas que deseen hacer del arte, una fuente de ingreso significativa. En este sentido, por ser un estudio inicial en el ámbito de las artes visuales, se hacen las siguientes recomendaciones:

1. Complementar este estudio con un abordaje de técnicas cuali-cuantitativas que implique un mayor rango de artistas plásticos y así profundizar un poco más en el interesante tema de la gestión cultural en los artistas y por supuesto en lo relativo al emprendimiento cultural.
2. Incorporar líneas de investigación concernientes a la gestión cultural de las artes visuales. Son pocas las investigaciones al respecto, por lo que esta acción, fortalecerá el estudio de esta importante área y que coadyuvará a la presentación de propuestas acordes a las necesidades encontradas.
3. Es conocido ampliamente que los organismos gubernamentales no tienen políticas culturales claras que satisfagan las demandas reales en el área artística. Por supuesto, no resulta fácil considerando el enfoque actual del estado, en otras palabras, el arte como bandera del proselitismo político e ideología. Sin embargo,

es vital dar a conocer los resultados del estudio para concientizar sobre las verdaderas necesidades del artista y que sientan un apoyo independiente de sus creencias.

4. Conforme a lo anterior, es importante iniciar ciclos de charlas o conversatorios para hablar sobre los resultados en buenas prácticas de gestión cultural, ya sea desde recintos universitarios o galerías privadas que deseen ser parte del cambio para la formación de emprendedores culturales. Todo ello permitirá un acercamiento con otros artistas y así conocer más sobre sus facetas en este ámbito.
5. Es vital que los gestores culturales puedan visualizar las necesidades de los artistas plásticos, más allá de exhibir sus creaciones. Por lo que es significativo que se generen propuestas desde este sector para la asesoría cercana a este grupo de creativos.
6. Así como se desea dar a conocer sobre los avances investigativos de las buenas prácticas de gestión cultural de los artistas plásticos, es esencial dar inicio a formación sobre emprendimiento cultural. Ya se corroboró que esta es una gran debilidad, en especial, en lo que concierne a no tener claro lo que es un modelo de negocios o gestionar económicamente los proyectos. De hecho, ningún sujeto de estudio mencionó o dejó entrever que tenía uno.
7. Finalmente, con base en lo anteriormente expuesto, se generan los siguientes lineamientos para comenzar con el fortalecimiento de la gestión de los artistas plásticos venezolanos. Esto puede verse en el gráfico N° 27.

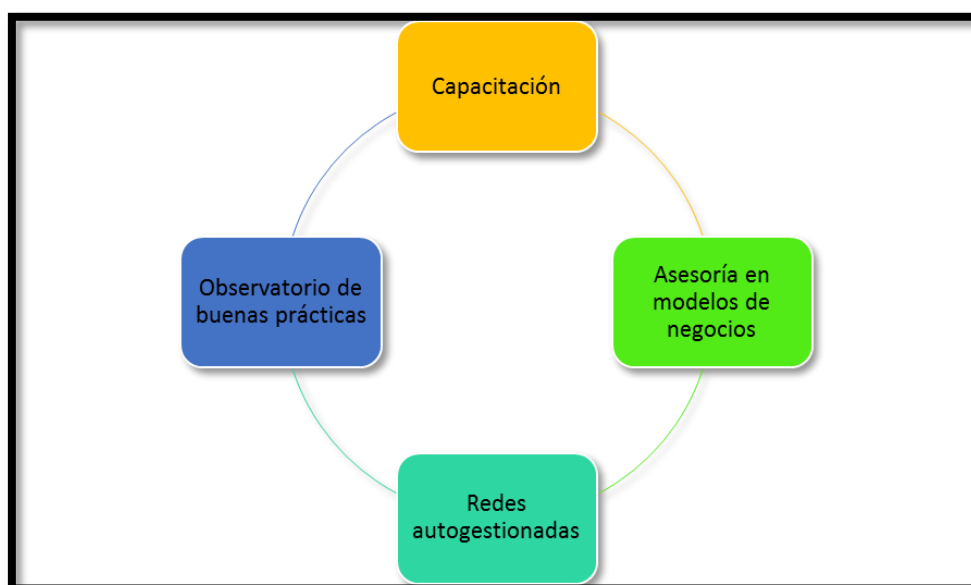


Gráfico 30. **Lineamientos para el fortalecimiento de las buenas prácticas**

Fuente: Elaborado por la autora a partir de los datos obtenidos

En torno al lineamiento **capacitación**, se pueden organizar cursos o talleres itinerantes mediante convenios con entes públicos o privados. Esta formación incluiría lo relativo al emprendimiento cultural y formación propia de las artes visuales. Desde la iniciativa privada y pública, las universidades, en especial las de arte, deben tener como materia obligada la gestión de los artistas plásticos, más allá de su proceso creativo.

Igualmente, se puede fomentar con expertos, la asesoría a los artistas plásticos sobre la formulación de su **modelo de negocios**. Estas representaciones gráficas ayudan a formalizar la manera en que se desarrollaría un negocio y tienen como propósito ayudar a entender, describir o predecir cómo suceden las cosas en el emprendimiento. Es importante ir conociendo y formalizando esto para el fomento del emprendimiento producto de las artes visuales.

Uno de los modelos más conocidos es el CANVAS, el cual permite esbozar elementos como:

1. **Segmento de mercado:** grupos de personas u organizaciones interesadas en las propuestas artísticas elaboradas.
2. **Propuesta de valor:** es el beneficio que obtendrán las personas al comprar un producto artístico. Es ese aspecto que diferencia al artista de otro, en donde puede influir la novedad, el buen diseño, estatus del artista, utilidad, entre otros elementos.
3. **Canales de distribución:** representan aquellos puntos que permitirán que la propuesta de valor del artista plástico sea conocida por otros. Si no hay este tipo de canales, nunca habrá promoción y mucho menos compra.
4. **Relaciones con los clientes:** son las vías que permiten que los clientes compren y lo hagan frecuentemente.
5. **Fuentes de ingreso:** simbolizan la manera en que los artistas plásticos monetizarán sus productos artísticos. Ya sea mediante la venta de sus productos, charlas, cursos de formación artística, entre otros.

6. **Recursos claves:** comprenden aquellos elementos requeridos para que la propuesta de valor pueda elaborarse. Por ejemplo: materia prima, infraestructura, etc
7. **Actividades claves:** son todos aquellos procesos necesarios para generar los productos artísticos. Allí el artista debe visualizar todo lo que debe realizar ya sea desde la creación e incluso la comercialización y difusión de sus obras.
8. **Aliados claves:** constituyen aquellos agentes claves que brindan algún recurso clave que no esté al alcance del artista.
9. **Estructura de costos:** implica el conocimiento de los costos y gastos recurrentes del modelo de negocio del artista.

Ya se pudo comprobar, el éxito que han tenido las alianzas entre artistas para el logro de un fin común. Por ello se recomienda la creación de redes autogestionadas formales y que permitan mediante mecanismos autónomos, la generación de proyectos comunes entre artistas plásticos.

Registrar las buenas prácticas, debe formar parte de la praxis emprendedora y artística. Es así como un **observatorio**, permitirá a otros visualizar las experiencias exitosas, bases de datos de proveedores, de artistas de diversos estados, eventos, entre otros, que promuevan el movimiento dinámico del arte como fuente de ingreso.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez, M. (1996). *Manual para elaborar manuales de políticas y de procedimiento*. México: Panorama Editorial.
- Ander-Egg, E (1982). *Técnicas de investigación social*. España: Humanitas Alicante.
- Associació D'artistes Visuals de Catalunya. (2006). *La dimensión económica de las artes visuales en España*. Catalunya: Associació d'Artistes Visuals de Catalunya (AAVC)
- Associació de Professionals de la Gestió Cultural de Catalunya. (2011). *Guía de Buenas Prácticas de Gestión Cultural*. Barcelona: APGCC.
- Ávalos, T. (2015). *Políticas culturales para la divulgación de las Artes Plásticas en San José de Costa Rica 2010-2013*. Tesis presentada con el fin de cumplimentar con los requisitos finales para la obtención del título Magister de la Universidad de Buenos Aires en Gestión Cultural. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.
- Brun, J, Tejero, B y Canut, P. (2008). *Redes culturales. Claves para sobrevivir en la globalización*. Madrid: Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación.
- Brunner, J. (1988). *Un espejo trizado. Ensayos sobre cultura y políticas culturales*. Santiago: Biblioteca Flacso.
- Brunner, J. (1985). *La cultura como objeto de política*. Santiago: Biblioteca Flacso.
- Calzadilla, J. (2000). *Miradas a la evolución de las artes plásticas en Venezuela*. Revista de literatura hispánica: No. 51.
- Calzadilla, J. (1992). *Compendio visual de las artes plásticas en Venezuela*. Caracas: Ediciones de Arte.
- Campos, N. (2018). *Gestión de las artes en la contemporaneidad*. En: Praxis de la Gestión Cultural. Editor: Carlos Yañez. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia

- Carmona, L. (2017). *La gestión cultural como parte fundamental del fortalecimiento y el tejido de procesos del sector cultural*. Colombia: Ponencia presentada en el 2do. Congreso Latinoamericano de Gestión Cultural | Cali Colombia 16, 19 y 20 de octubre de 2017.
- Carrera Damas, G. (2006), *La crisis de la sociedad implantada la formulación del Proyecto Nacional (1830-1870), en Una nación llamada Venezuela*, 2006, pp.65-88.
- Ciudades y Gobiernos Locales Unidos - CGLU. (2009) *Cultura y desarrollo sostenible: ejemplos de innovación institucional y propuesta de un nuevo modelo de política cultural*. Resumen Ejecutivo. Agenda 21 de la Cultura. España, CGLU y el Ayuntamiento de Barcelona.
- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. Gobierno de Chile (2011). *Guía de Introducción a la gestión e infraestructura de un centro cultural comunal*. Disponible en: <http://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2013/04/guia-para-la-gestion-de-proyectos-culturales.pdf>
- Di Girolamo, C. (2013). *Estado y proyección de la gestión cultural en Chile*. Revista de Gestión Cultural. N° 1-2013.
- Díaz, C. (2017). *La gestión de las galerías de arte*. Madrid: Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID)
- Elster, R. (2013). *La gestión de la propiedad intelectual en los museos*. Ginebra: OMPI.
- Escudero, C y Encalada, J. (2014). *El Fundamento Social de la Gestión Cultural*. Revista CEDAMAZ 2015 · Vol. 5, No. 1.
- Espinosa, A; Ruz, G y Alvis, J. (2012). *Metodología para emprendimientos culturales en clave de desarrollo*. Cartagena de Indias: Ministerio de la Cultura.
- Esteva-Grillet, R (2010). *Las artes plásticas venezolanas en el centenario de la independencia, 1910-1911*. Historia Mexicana, LX (1), ISSN: 0185-0172. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=600/60021048007>

- Farfán, E. (2016). *La cadena de valor en el mercado de las artes visuales*. Revista Científica Electrónica de Ciencias Gerenciales / Scientific e-journal of Management Science. Núm. 34 (año 12) pág 4-22. Disponible en: www.revistanegotium.org.ve/
- Federación Estatal de Asociaciones de Gestores Culturales (2017). *Libro blanco de las buenas prácticas de Gestión Cultural en España*. Valladolid: III Conferencia Estatal de Cultura.
- Fundación Kunst y Zaken (2006). *Código de gestión cultural. Aplicar o justificar el motivo para divergir*. Rotterdam: Autor.
- Fundación Telefónica (2014). *Panorámica arte emergente en Venezuela 2000/2012*. Caracas: La Galaxia.
- García Canclini, N (1987) *Introducción en Políticas culturales en América Latina*. Buenos Aires: Grijalbo.
- García-García, E. (2016). *Arte abstracto geométrico en Venezuela y la geometría política internacional*. Revista Electrónica Científica Perspectiva. Año 5 N° 9.
- Guedez, V. (1999). *Vanguardia, Transvanguardia y Metavanguardia*. Caracas: Fundarte.
- Grisales, T. (2017). *El gestor y la gestión cultural como puente entre el emprendimiento cultural y las herramientas empresariales*. Colombia: Ponencia presentada en el 2do. Congreso Latinoamericano de Gestión Cultural | Cali Colombia 16, 19 y 20 de octubre de 2017.
- Guzmán, C. (2013). *Economía y Política Cultural en Venezuela. Revisión y perspectivas*. Anuario ININCO VOL25 N°1 2013.
- Guzmán, C. (2009). *TIC, Industrias Creativas y de los Contenidos Digitales. Una exploración conceptual*. XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires.

- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, L. (2006). *Metodología de la Investigación*. (4ta Edic). DF, México. McGraw Hill.
- Hoehmann, M. (2010). *Planteamiento de un modelo de gestión para el desarrollo de un Centro de Producción Artística en Santiago de Chile*. Proyecto final profesional para Master Oficial en Gestión Cultural. Barcelona: Universidad de Barcelona.
- Hurtado, J. (2010). *Metodología de la Investigación*. Guía para la comprensión holística de la ciencia. Ediciones Quirón Sypal. Cuarta edición. Caracas, Venezuela.
- Kozak, G. (2015). *Políticas culturales en la Venezuela Socialista de Hugo Chávez (1999-2013)*. Cuadernos de Literatura, 19(37), 38-56.
<https://doi.org/10.11144/Javeriana.cl19-37.rbpc>
- Luna, O. (2017). *Mejoramiento de procesos, basado en el análisis de buenas prácticas*. Caso: Área de Desarrollo de la Dirección de Informática de la PUCE. Trabajo de grado para optar al título de Magíster en Dirección de Empresas. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.
- Kerlinger, F (1985). *Investigación del comportamiento*. Interamericana, México. 525 p.
- Manito, F. (2006). *Cultura y estrategia de ciudad. La centralidad del sector cultural en la agenda local*. Barcelona: CIDEU.
- Mariscal, J. (2009). *Gestión Cultural. Aproximaciones empírico-teóricas*. En: Mariscal, J y Rucker, U. (Editores). Conceptos clave de la gestión cultural. Enfoques desde Latinoamérica. Santiago de Chile: Ariadna Ediciones.
- Mariscal, J. (2007). *Políticas Culturales. Una revisión desde la gestión cultural*. México: Universidad de Guadalajara
- Martinell, A. (2001). *La gestión cultural en la universidad*. En Sánchez, A y Gómez, J. (Comp). Práctica artística y políticas culturales. Algunas propuestas desde la Universidad Murcia. Murcia: Universidad de Murcia.

- Martinell, Alfons. (2003). *La gestión cultural en la universidad*. (Sánchez, A y Gómez, J, comp). Murcia: Universidad de Murcia.
- Matheus, L. (2017). *El viaje como tema de creación*. (Una propuesta de investigación proyectiva). En Araque, I. (Coord.). Nuevos paradigmas de investigación en arte y diseño. El objeto estético, reflexiones y diálogos. Mérida: Universidad de los Andes.
- Matthey, G. (2013). *La Gestión Cultural en Chile, a pasos de su segunda generación*. Revista de Gestión Cultural. N° 1-2013.
- Miller, T y Yúdice, G. (2004) *Política Cultural*. Barcelona, España. Editorial Gedisa, S.A. Serie Culturas.
- Ministerio de la Cultura de Chile. (2018). *Guía de formalización para el emprendedor creativo*. Santiago de Chile: Secretaria Ejecutiva Comité Interministerial de Fomento a la Economía Creativa.
- Ministerio de Cultura de Colombia. (s/f). *Manual de Emprendimiento Cultural. Manual para la implementación de procesos de emprendimiento y creación de industrias culturales*. Bogotá: Ministerio de la Cultura.
- Ministerio de Cultura de Colombia (2012). *Manual para la Cultura*. Bogotá: Ministerio de Cultura.
- Morales, E. (2007). *El arte venezolano del siglo XX. Entre el exilio y la disidencia*. Anuario GRHIAL. Universidad de Los Andes. Mérida. Enero-Diciembre, N° 1.
- Münch, L (2007). *Administración. Escuelas, proceso administrativo, áreas funcionales y desarrollo emprendedor*. Editorial Prentice-Hall. Naucalpan de Juárez, México.
- Observatorio Vasco de la Cultura. (2019). *Análisis de la distribución en la cultura*. Departamento de Cultura y Política Lingüística.
- Olmos, A. (2008). *Gestión cultural y desarrollo: claves del desarrollo*. Madrid: Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo.

- OMPI (2013). *Marketing de la Artesanía y las Artes Visuales: Función de la Propiedad Intelectual Guía práctica*. Ginebra: OMPI.
- OMPI (2004). *¿Qué es la propiedad intelectual?* Ginebra: OMPI.
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (2015). *Plantilla de buenas prácticas*. Documento en línea: <http://www.fao.org/3/as547s.pdf>
- Palencia, G. (2012). *La Gestión Cultural Universitaria. Enfoque sistémico en los contextos y ciencias de la complejidad*. Tesis Doctoral de la Universidad Rafael Belloso Chacín: Maracaibo.
- Peña, J. (2017). *Vivir del Arte. Artistas emprendedores para la dinamización del mercado del arte plástico y visual*. Ponencia presentada en el 2do. Congreso Latinoamericano de Gestión Cultural | Cali Colombia 16, 19 y 20 de octubre de 2017.
- Pérez, G y Pérez M. (2006). *Qué es la animación sociocultural. Epistemología y valores*. Narcea Ediciones: España.
- Porter, M. (1987). *Ventaja Competitiva: Creación y Sostenimiento de un Desempeño Superior*. 1era. edición. México: CECSA.
- Ramos, M. (2001). *De las formas del arte*. Caracas. Universidad Nacional Abierta.
- Rangel, H. (2012). *La observancia de los derechos de propiedad intelectual*. Jurisprudencia. Ginebra: OMPI.
- Red Colombiana de Universidades en Gestión Cultural (2012). *Caracterización de la formación en emprendimiento cultural en Colombia*. Disponible en: <http://culturayeconomia.org/wp-content/uploads/3.-IF-ROSARIO1.pdf>
- Ramírez, A. (2018, 25 de septiembre). *El Servicio Autónomo de Propiedad Industrial tiene un mes paralizado*. Revista Producto. Recuperado de <https://normasapa.com/como-referenciar-articulos-de-revistas-con-normas-apa/>

Diario ABC (/2019, 2 de marzo). *Las galerías de arte en Venezuela sobreviven como resistencia de ideas*. Recuperado de https://www.abc.es/cultura/arte/abci-galerias-arte-venezuela-sobreviven-como-resistencia-ideas-201903020049_noticia.html

Rivera, C. (2013). *El difícil camino del emprendimiento en América Latina*. Disponible en: <http://www.unimet.edu.ve/el-dificil-camino-del-emprendimiento-en-america-latina-2/>

Rowan, J. (2010). *Emprendizajes en cultura. Discursos, instituciones y contradicciones de la empresarialidad cultural*. Madrid: Edición Traficantes de Sueños.

Throsby, D. (2008). *Economía y cultura*, México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA)

Unesco. (2009). *Cultura y desarrollo: ¿una respuesta a los desafíos del futuro?* <http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001876/187629s.pdf>

Vélez, A y Martínez, Y. (31 de marzo de 2016). Realizaron Foro de Economía Cultural dedicado a la Artesanía, Fotografía y Artes Visuales. Alba Ciudad 96.3 FM. Recuperado en: <http://albaciudad.org/2016/03/foro-economia-cultural-artesania-fotografia-artes-visuales/>

Villanueva, C. (s7f). *La integración de las artes*. Conferencia. Revista Arquitectura, Espacio y Forma. Recuperado en: <http://www.fundacionvillanueva.org/FV05/escritos/10sintesis2.html>

Wilson, A. (2007.). *Consonancia. La abstracción geométrica en Argentina y Venezuela*. Caracas: Artesano Group Editores.

ANEXOS
Anexo A
Guía de entrevista

Buenas prácticas de Gestión Cultural	Dimensiones	Indicadores
	Competencias	-Eficacia -Eficiencia -Conocimiento -Flexibilidad
	Calidad	-Valores morales, estéticos e intelectuales -Innovación y riesgo -Cohesión y desarrollo social
	Instrumentos	-Manual de procedimiento -Plan de viabilidad -Plan de desarrollo -Plan de marketing y comunicación -Inventario de bienes y equipos -Evaluación
	Gestión de la propiedad intelectual y derecho de autor	-Respeto a propiedad intelectual
	Políticas culturales: colaboración y autonomía	-Normas y políticas -Colaboración entre agentes
	Gestión de RRHH	-Contratación de terceros -Procedimiento de selección -Seguridad y salud
	Gestión económica	-Principios de economía y equilibrio -Financiamiento de proyectos -Cálculo de precios

Fuente: Elaboración Propia (2019)

Elaborado por: Rocío Azuaje Contreras

Instrucciones generales para el entrevistador

Objetivo: La presente entrevista tiene como propósito identificar los aspectos que inciden en el logro de las buenas prácticas de gestión cultural desarrolladas por los artistas plásticos en Venezuela.

Parte I

1. Datos personales

- Nombres y apellidos:
- Edad:

- Especialidad:
- ¿Graduado en las artes?: SI_____ NO_____
- ¿Posee _____ otra _____ profesión? ¿Cuál?:

- ¿Dónde aprendió la actividad artística?
- Años de experiencia como artista plástico:
- ¿Tiene un trabajo alternativo a sus proyectos como artista plástico?
- ¿Cuál es su fuente principal de ingresos?

Parte II

Buenas prácticas de gestión Cultural

2. Competencias

2.1- ¿Se ha planteado objetivos precisos y concisos para el desarrollo de sus proyectos artísticos en torno a la producción, comercialización y difusión de sus obras?

2.2- ¿Los objetivos que se ha planteado son similares a los resultados deseados o planificados?

2.3- ¿Cuenta con un presupuesto definido para lo concerniente a sus proyectos? ¿Cómo lo maneja? (suministro de materiales y equipos para la producción, comercialización y distribución de sus obras artísticas)

2.4- ¿Cómo ha sido su aprendizaje en lo concerniente al emprendimiento? ha sido a través de estudios o de forma empírica?

2.5- ¿Cómo es su proceso de adaptación ante los cambios o circunstancias externas?

2.6- ¿Cómo asume los cambios internos dentro de sus actividades?

2.7- ¿Qué características considera usted que son necesarias para diferenciar a un artista plástico de un artesano?

3. En relación a la calidad

3.1- ¿Qué considera usted que es necesario para llevar a cabo actualmente una buena propuesta artística?

3.2- ¿Ha incorporado elementos novedosos en su proceso creativo, comercialización y mercadeo? De ser afirmativo, cuénteme ¿Cómo ha sido?

3.3- ¿A qué público y cliente usted dirige su obra?

3.4- ¿Está interesado en que el disfrute de su arte sea ampliado a otros sectores sociales?

4. En relación a los instrumentos

4.1- ¿Posee usted una guía escrita de los procesos inherentes a su profesión artística? (Esto incluiría la creación, comercialización y difusión de sus obras. De ser afirmativo, ¿Cómo lo hace?

4.2- ¿Ha elaborado proyectos para la solicitud de financiamiento a otros entes? De ser negativo, ¿cómo consigue los recursos financieros?

4.3- ¿Cuál es su plan de acción, modelo de negocio o asesor para que sus proyectos artísticos lo lleven a cumplir sus objetivos planteados?

4.4- ¿Cómo da a conocer sus obras, fechas de exposiciones, eventos, u otras actividades que lo lleven a promocionar sus obras a compradores potenciales?

4.5- Hace una evaluación de lo ejecutado versus lo planificado en relación a sus objetivos planteados? en caso de ser positivo, ¿De qué manera?

5-En relación a la gestión de la propiedad intelectual y derecho de autor

5.1- Conoce las leyes y procedimientos para la protección de sus obras?

5.2 ¿Cómo realiza lo concerniente a la protección de sus obras bajo la ley de propiedad intelectual y derecho de autor?

6-Políticas culturales

6.1- ¿De qué manera visualiza la gestión y políticas culturales en las artes plásticas en Venezuela?

6.2-Se encuentra inscrito en algún gremio de artistas plásticos? ¿Considera que pertenecer a algún gremio será de apoyo a la gestión de alianzas estratégicas?

7-Gestión de RRHH

7.1- ¿Cómo es el proceso de contratación de terceros de diferentes profesionales que requiera para algún momento de creación, comercialización y distribución de sus obras? ¿Cómo es la selección, pago, entre otros elementos relevantes a considerar?

7.2- ¿Se ha planteado acciones de seguridad en el trabajo artístico que realiza y que puedan prevenirlo de un daño a su salud?

8-Gestión económica

8.1- ¿Cómo ejecuta la relación de ingresos y egresos producto de la creación, distribución y comercialización de sus obras?

8.2- ¿Cómo es el procedimiento general que aplica para el cálculo de los precios de sus obras?