

Pontificia Universidad Católica del Ecuador  
Facultad de Comunicación, Lingüística y Literatura  
Escuela de Comunicación

Disertación previa a la obtención del título de Comunicación  
Organizacional

Proyecto de comunicación para la difusión de la obra de Consuelo  
Crespo

Manuela Iturralde Crespo

Quito, 2012

## Índice

Introducción	1
1. Institucionalidad y arte en el Ecuador	5
1.1 Contexto: historia y evolución del arte en el Ecuador	5
1.2 El arte contemporáneo	18
1.3 Gestión cultural y marketing de las artes	31
1.3.1 Desde la comunicación	40
2. El producto: Consuelo Crespo y su obra	45
2.1 Obra	45
2.2 Objetivos de la artista	59
2.3 Logística de una exposición	62
3. Estudio sobre la comunicación en el arte	65
3.1 Stakeholders del arte	66
3.1.1 Patrocinadores, auspiciantes y colaboradores	66
3.1.1.1 Recursos estatales	66
3.1.1.2 Recursos privados	70
3.1.2 Consumidores	72
3.1.2.1 Características demográficas	74
3.1.2.2 Preferencias y motivaciones	76
3.1.2.3 Canales y medios de difusión y promoción	78
3.1.3 Intermediarios	79
3.2 Entorno y características del producto	85
3.2.1 Estudio del entorno	85
3.2.1.1 Variable demográfica	85
3.2.1.2 Variable cultural	86
3.2.1.3 Variable económica	87
3.2.1.4 Variable legal – política	88
3.2.1.5 Tecnologías de la comunicación	89
3.2.2 Análisis FODA	91
4. Proyecto de comunicación	92
4.1 Objetivos	92
4.1.1 Análisis y objetivos	94
4.2 Planificación, estrategias y acciones	97
4.2.1 Objetivos secundarios: desarrollo del arte	98
4.2.2 Objetivos secundarios: espacios de difusión	102
4.2.3 Objetivos secundarios: líderes de opinión	105

4.2.4	Objetivos secundarios: medios de difusión	106
4.2.5	Objetivos secundarios: tecnologías de la comunicación	108
4.2.6	Objetivos secundarios: mensajes	109
4.2.7	Objetivos secundarios: respuesta del público	109
4.3	Cuadro de estrategias	110
4.4	Cronograma	112
Conclusiones y recomendaciones		114
Bibliografía		118
Anexos		120
Fotos		
1.	Sin nombre	21
2.	Sin nombre	21
3.	Lobotomía	25
4.	Cadera	49
5.	Churo	50
6.	Adolescentes	51
7.	Hombres	52
8.	Hombres	52
9.	Mano de obra barata	53
10.	Virgen	53
11.	Casco	54
12.	Virgenes	54
13.	Hidalgo	56
14.	Eloy Alfaro	56
15.	El lugar de la Sospecha: Virgen	57
16.	El lugar de la sospecha: Fabricio	57
17.	El lugar de la sospecha: Funcionario	58
18.	El lugar de la sospecha: Policía	58
Figuras		
1.	Función de las instituciones artísticas	32
2.	Modelo tradicional de marketing	34
3.	Modelo de marketing de las organizaciones culturales	35
4.	Criterios de distinción entre las organizaciones del sector de las artes y de las industrias culturales	36
5.	Marketing y organizaciones culturales	37

6. Los contextos expansivos para la comunicación	41
--	----

#### Cuadros

1. Mapa de entidades públicas	69
2. Mapa de organizaciones sin fines de lucro	70
3. Mapa de instituciones privadas	71
4. Edad	74
5. Ingresos mensuales	75
6. Sector donde vive	75
7. Estudiantes	76
8. Actividad profesional	77
9. Hobbies consumidores del arte	77
10. Motivación para asistir a eventos artísticos	78
11. Canales de difusión	78
12. Espacios de exhibición	79
13. Mapa de espacios de exhibición	80
14. Mapa espacios de difusión	83
15. Mapa de líderes de opinión	84
16. Análisis FODA	91
17. Mapa de espacios de exhibición seleccionados	103
18. Mapa de espacios de difusión seleccionados	106
19. Material de comunicación	109
20. Estrategias	110
21. Cronograma	112

## Introducción

La comunicación organizacional y las herramientas que ésta nos brinda, pueden ser útiles en áreas donde todavía no se han estudiado ni aplicado: la difusión del arte visual en el Ecuador es uno de estos ámbitos. Es por esta razón que se realizó un primer acercamiento a este tema, en el cual encontramos que la comunicación podría ser de utilidad.

El arte visual está dirigido a un público selecto, consecuentemente no se ha visto la necesidad de realizar un estudio de comunicación para su difusión. Es comunicado de manera espontánea y responde a necesidades inmediatas, mas no a una planificación.

Esto ha provocado dos cosas: en primer lugar, el arte ha quedado relegado para un grupo de personas muy reducido. Al no transmitir el mismo por medio de estrategias diseñadas en base a un estudio, se deja de lado a individuos que podrían estar interesados pero que no conocen dónde ni cómo apreciarlo. Y en segundo lugar, no se da a conocer la obra de artistas talentosos, como consecuencia, solo una pequeña porción de toda la producción artística es conocida.

Desde la comunicación organizacional se podría hacer frente a este problema, realizando un estudio y posteriormente un plan de difusión. Esta es la principal razón por la que se desarrolló esta disertación, la cual tiene como objetivo *posicionar a una artista y su obra a través de la difusión de la misma, a partir del desarrollo de estrategias de comunicación.*

El que un artista sea reconocido o no en el Ecuador depende, en muchos casos, de la capacidad de socializar del mismo. Esta es una de las razones que ha motivado a la generación de insipientes iniciativas de comunicación, se han empezado buscar nuevos espacios y canales de difusión, sobre todo en internet donde el acceso es gratuito y es un elemento sencillo de manejar. También se han buscado áreas de exhibición alternativas, que generen impacto y que lleguen a un público variado. Sin embargo, realizando un estudio y desarrollando unas estrategias, los resultados podrían ser más eficientes.

Para analizar estas iniciativas y el desarrollo el proyecto nos basamos en el modelo de comunicación presentado en el libro *Teorías de la Comunicación Humana* escrito por Stephen W. Littlejohn y Karen A. Foss. Este modelo presenta a un emisor y un receptor que interactúan e intercambian papeles, es por esto que los llama *comunicadores*; se ha tomado este porque encaja con el tipo de comunicación dinámica propia del arte.

Estudiamos las variables que intervienen en el acto comunicativo: a los *comunicadores*, que reciben y emiten mensajes. Del *mensaje* se analizó sus partes, para entender cómo debe ser diseñado. La *conversación*, que es el reflejo de la interacción en el proceso de comunicación, donde se ven las respuestas. Finalmente, los *medios* que son los canales que emplearemos para transmitir la información.

Iniciamos elaborando una contextualización de los procesos artísticos del Ecuador durante el siglo XX, haciendo énfasis en su relación con la institucionalidad y la evolución de la misma. Así pudimos conocer cómo ha sido manejada la comunicación a lo largo de la historia del arte ecuatoriano.

Dentro de este análisis nos pusimos al tanto de quiénes han intervenido en la gestión del arte visual y cuáles han sido los mecanismos empleados para la difusión del mismo. Señalamos los diferentes roles donde se han desempeñado los líderes de opinión e incluso permitió conocer cuál ha sido el comportamiento del público. También fue importante tener un conocimiento de cuál ha sido el arte que se ha desarrollado en el país y su evolución hasta la actualidad.

En esta contextualización también determinamos hechos históricos que han influido en la elaboración de diversas formas de arte, en el comportamiento de sus diferentes actores, de las instituciones relacionadas y de la comunicación.

La descripción del entorno del arte desde inicios de siglo XX hasta la actualidad la hicimos a través de libros, publicaciones, entrevistas y archivos, retratos que nos permitieron entender el escenario artístico. Entre los libros consultados podemos encontrar el *Arte ecuatoriano contemporáneo, In-humano*. Realizamos entrevistas a líderes de opinión, seguimos plataformas artísticas, como la de No Lugar y el Centro de Arte Contemporáneo.

La artista en base a la cual se desarrolló la disertación es *Consuelo Crespo Dávila*. Por su trayectoria analizamos con especial énfasis los últimos 20 años del arte en el Ecuador, los cuales han sido el contexto donde ella se ha desenvuelto y ha elaborado sus propuestas; además de ser un periodo determinante para el escenario artístico actual.

Una vez analizados los precedentes, exploramos, por medio de encuestas al público, cómo se da hoy en día difusión del arte. Con esto buscamos conocer sus motivaciones, las herramientas de comunicación más utilizadas, los espacios de exhibición más influyentes,

entre otros. También se realizó entrevistas a líderes de opinión, entre los que estaban curadores, gestores, profesores e historiadores; se elaboró un sondeo de los diferentes espacios de difusión, promoción y exhibición, el cual se tuvo una duración de un mes, donde se tomaron en cuenta los principales medios de difusión y espacios de exhibición de Quito, Guayaquil y Cuenca. Además, se realizó un mapeo de los stakeholders con los que se relaciona el arte y con quiénes debemos establecer relación.

Pudimos notar que el contexto a nivel mundial en estos últimos años es escenario de cambios en el arte. La globalización y los avances tecnológicos provocan la generación de nuevas y diferentes propuestas por parte de los artistas. Lo cual transforma también su entorno: las instituciones, los actores y la comunicación.

Observamos a los diferentes públicos que interactúan con el arte: periodistas, comunicadores, críticos de arte, curadores, consumidores, estudiantes, profesores; ubicamos los espacios donde estos interactúan y sus características, con el fin de conocerlos y así poder realizar acciones por medio de las cuales podamos generar un acercamiento a los mismos.

También se analizaron los acontecimientos y sucesos del entorno económico, político, social, tecnológico y cultural, pero esta vez de la actualidad. Esto se realizó con el fin de determinar cuáles son nuestras amenazas y oportunidades dentro del contexto en el que se mueve el arte. Las estrategias deben ir acorde a los hechos actuales para que sean eficientes.

Con el fin de conocer las características de la artista y su obra, se hizo un análisis exhaustivo de las mismas. Es por esto que se describió su obra y su evolución a través de los años, con lo que conoceremos la propuesta artística y los objetivos de Consuelo; así se podrá desarrollar mensaje que será comunicado.

Vale recalcar que toda acción y estrategia generada en esta disertación, fue realizada tomando en cuenta los objetivos y necesidades de Consuelo. Esto se debe a que no estamos hablando de un proyecto de promoción general planteada para cualquier artista, sino que se ha establecido un objeto de estudio determinado. Por eso es importante que las ideas plasmadas en el proyecto, sean consecuentes a la visión y deseos de Crespo.

Para la realización del proyecto también fue importante conocer textos y métodos utilizados en la gestión cultural y artística. Al ser un tema poco estudiado debimos recurrir a fuentes que no necesariamente establecen estrategias desde el plano de la comunicación, pero sí nos que permitieron hacer un acercamiento desde la gestión cultural y el marketing de las artes. El libro *Marketing de las artes* fue una de las principales fuentes de apoyo para esto.

Una vez obtenida toda esta información y analizada, podremos desarrollar el proyecto. El cual constará de unas estrategias que respondan a las necesidades de la artista desde el punto de vista de la comunicación, tomando en cuenta el entorno del arte y sus diferentes públicos.

## Capítulo 1.

### Institucionalidad y arte en el Ecuador.

El arte está en continua evolución y con este también existe un cambio constante de la forma en que se lo muestra y comunica. A lo largo de la historia han habido varios factores que han provocado que se formen distintas coyunturas alrededor del arte. Para esto en primer lugar hablaremos del siglo XX, con lo que conoceremos cómo a lo largo de la historia estos dos han evolucionado juntos.

Luego, describiremos las transformaciones que se han dado en el arte en las dos últimas décadas, que es la etapa en la que se encuentra el desarrollo del arte de Consuelo Crespo Dávila. Así podremos contextualizar la obra de la artista y se entenderá mejor de dónde nacen sus técnicas y sus motivos.

Ahondaremos en la crisis en que se sumergió el arte a partir de 1999, en que prácticamente desapareció el incipiente mercado que se había formado. Describiremos la influencia de las nuevas facultades de artes en estos años, así como la influencia de la tecnología.

Finalmente se investigará qué técnicas y herramientas se han usado en la gestión cultural, que podrían servir para el desarrollo de las estrategias. Además es importante señalar desde la comunicación, cuáles son las bases teóricas en las que nos basaremos.

#### 1.1 Contexto: historia y evolución del arte en el Ecuador.

Haremos un breve recorrido por la historia del arte en el Ecuador desde el desarrollo de lo moderno. Para esto estudiaremos libros y artículos, sin embargo, tomando en cuenta la falta de información escrita y formal sobre el tema, también realizaremos entrevistas a artistas y críticos que nos puedan dar su opinión sobre esto. Es importante conocer cómo ha evolucionado el medio artístico en el siglo XX, solo así podremos entender el panorama en el que se encuentra el Ecuador y sus artistas en la actualidad.

Paralelamente al desarrollo del arte, haremos una descripción de cómo ha evolucionado la institucionalidad y la gestión de la comunicación. Para esto tomaremos en cuenta instituciones como: galerías, concursos de arte, Bienales, grupos de artistas y gestores culturales. Y veremos cuáles han sido los motores que han desarrollado la formación de esta institucionalidad y lo que han provocado en el ámbito artístico.

Nos referiremos a la historia del arte ecuatoriano desde principios del siglo XX, cuando ya se empiezan vislumbrar los primeros rasgos del modernismo. Para nuestros objetivos no es necesario ir más allá del entorno que nos permita conocer y contextualizar el desarrollo de la institucionalidad y la evolución del arte contemporáneo, lo que nos ayudará a diseñar las estrategias de comunicación que ayudará a difundir la obra de Consuelo Crespo Dávila.

La historia del arte que vamos a describir, empieza con un importante aporte por parte del gobierno: en 1904 se funda definitivamente la Escuela de Bellas Artes en Quito. Hasta entonces, y todavía se lo haría por unos años más, se había trabajado en el retrato, el paisaje, el costumbrismo romántico y la pintura de historia.<sup>1</sup> Sin embargo, a partir de 1915 cambia la rutina pedagógica que regía la escuela, con lo que se genera una renovación de estilos y propósitos artísticos. Esto se debió en parte a la presencia de profesores extranjeros que inculcaron nuevas inquietudes y nuevas técnicas artísticas en los estudiantes.<sup>2</sup>

Además, en 1917 se inaugura el Salón, galería de arte del Municipio de Quito, por iniciativa de uno de sus integrantes: Mariano Aguilera quién no solo incentivó la apertura del mismo, sino que donó el espacio que sería arrendado, con el fin de obtener fondos para que se entreguen 3 premios anuales.<sup>3</sup> El Salón colaboró con la difusión del arte y, a través de premios, incentivó a artistas a seguir produciendo y profundizando en su trabajo.

La enseñanza había estado “anclada hasta entonces en el realismo de corte académico”<sup>4</sup>, pero no solo fueron las renovaciones académicas lo que provocaron las transformaciones en el arte; influyó en gran medida la coyuntura por la que atravesaba el país:

A esta era caótica, pero también de reformas modernizadoras del aparato estatal, correspondió una efervescencia renovadora en el plano ideológico, intelectual, literario y artístico de claros signos socializantes y nacionalistas.<sup>5</sup>

Tras la muerte de Eloy Alfaro en 1912 y el decaimiento de la producción cacaotera en los años 20, el Ecuador pasó por una época de inestabilidad política y económica que influyó e impactó en la producción artística de las siguientes décadas. Otro factor que

---

<sup>1</sup> Lenin Oña, *Arte del Ecuador*. En: *Arte latinoamericano del siglo XX*, Madrid, Ed. NEREA S.A., 1996, pág. 180.

<sup>2</sup> Juan Salvat, Eduardo Crespo, *Arte ecuatoriano contemporáneo*, Quito, Ed. Salvat, 1977, pág. 17.

<sup>3</sup> Susan Rocha, *In-humano*, Quito, Centro de Arte Contemporáneo de Quito, 2011, pág. 41.

<sup>4</sup> Lenin Oña, *Op. cit.*, pág. 180.

<sup>5</sup> *Ibid.*, pág. 180.

más adelante también influenciaría sería la revolución Bolchevique y la revolución mexicana, que dan como resultado un arte con carga social y de protesta. Así es como nace la pintura realista de denuncia en el Ecuador, que contenía claramente una posición de izquierda. Y a su vez, de estas corrientes es de donde brota el indigenismo.<sup>6</sup>

...existía material humano con únicas y originales facetas, una estructura feudalista que había convertido la explotación del indio en el medio más fácil de vida de los grupos de presión, una conciencia de protesta que irrumpía, en un principio, balbuciente en el campo político y que se proyectaría, por un fenómeno de refracción, en la literatura y el arte.<sup>7</sup>

También fueron determinantes las becas otorgadas a estudiantes para cultivarse en otros países y conocer lo que se fuera del Ecuador. A partir de 1911 el gobierno otorgó becas a algunos artistas para que perfeccionarían su técnica fuera del Ecuador, entre estos a Camilo Egas<sup>8</sup>, quién estudio varios años en Europa y visitó Estados Unidos. En estos dos conoció la vanguardia estadounidense que incluía el expresionismo europeo, cubismo, surrealismo y abstracción.<sup>9</sup>

La variedad de estilos que enfoca este pintor traduce su afán de aprenderlo todo, desde la evidencia del atraso del Ecuador, con sus indicios integrados al paisaje irreplicable en su folclorismo, hasta los dramas sociales causados por la gran depresión iniciada en 1929, la tragedia de la Guerra Civil Española y la Segunda Guerra Mundial.<sup>10</sup>

Camilo Egas al igual que otros artistas como Manuel Rendón y Araceli Gilbert, empiezan a trabajar con el impresionismo europeo, la abstracción, el cubismo, el surrealismo.<sup>11</sup> Camilo Egas también abre la primera galería privada de Quito en 1926, la cual no permanece abierta mucho tiempo. Este artista se encuentra justo entre la transición entre el costumbrismo hacia la abstracción y todos los ismos, por lo que tiene una gran influencia en artistas de las décadas de los 30s y 40s como Kingman y Guayasamín.

---

<sup>6</sup> Ibid.

<sup>7</sup> Juan Salvat, Op. cit., pág. 14.

<sup>8</sup> Ibid., pág. 6.

<sup>9</sup> Lenin Oña, Op. cit., pág. 182.

<sup>10</sup> Ibid., pág. 184.

<sup>11</sup> Juan Salvat, Op. cit., pág. 44.

Entre los 30s y 60s se posiciona el realismo social y el indigenismo en el Ecuador. En esta etapa aparecieron artistas reconocidos internacionalmente como Pedro León, Eduardo Kingman, Jaime Andrade Moscoso y Guayasamín. Pedro León es considerado por Lenin Oña el primer impresionista del país. Y en los libros de historia del arte ecuatoriano lo catalogan como “el introductor del arte moderno en el Ecuador”.<sup>12</sup> Eduardo Kingman que partió del realismo social fue el pionero del movimiento indigenista. Mientras tanto Jaime Andrade, escultor, incursionó en el abstraccionismo. Guayasamín, sin duda el más conocido de los tres y uno de los artistas que más ha impactado en las siguientes generaciones de artistas, buscó en todos los ismos, pero encontró su propio estilo mezcla de todos estos. Lenin Oña lo describe como universalista.<sup>13</sup>

El arte que se desarrolló en esta época fue ruptura ante el costumbrismo de las décadas anteriores, lo que respondía a la influencia de sus creencias ideológicas (provenientes en parte de la revolución bolchevique y la revolución mexicana, que ya señalamos con anterioridad):

...se ve un cambio hacia el realismo social. El realismo social es un movimiento internacional que estaba vinculado hacia corrientes de izquierda, al auge del socialismo, a la identificación de los artistas con causas más humanitarias, con la causa del trabajador... empezaron a hablar de que el artista era un trabajador más...<sup>14</sup>

Y esta ideología también afecta a la visión que ellos tenían de las instituciones del arte:

...el cuestionamiento que ellos hacen a los sistemas de trabajo y a la necesidad que el arte muestre eso, estaba vinculado también a un cuestionamiento a la forma como circulaba el arte (...) A pesar que ha pasado muy poco tiempo desde la creación de la Escuela de Bellas Artes y el Salón Mariano Aguilera, ellos empiezan a verles como oficiales...<sup>15</sup>

A partir de los 50s Ecuador se vuelve más estable económicamente, producto de la exportación bananera. Esto provocó un cambio en la sociedad y por lo tanto en el arte: la arquitectura evolucionó; las ciudades crecieron rápidamente y en desorden. La modernidad

---

<sup>12</sup> Juan Salvat, Op. cit., pág. 17.

<sup>13</sup> Lenin Oña, Op. cit., pág. 182 y 183.

<sup>14</sup> Entrevista a Trinidad Pérez, Quito, 11 de abril de 2012.

<sup>15</sup> *Ibíd.*

transformó la estructura de las mismas, donde la iglesia y el parque ya no eran los centros de los poblados. Y aparecieron nuevas estructuras como edificios, museos, carreteras, etc.<sup>16</sup>

Para esta etapa la Casa de la Cultura, fundada en 1944, comienza a influenciar en el entorno artístico de Quito. Se crea la Dirección del Patrimonio Artístico Nacional, que junto con la Comisión de Arte Sacro del Episcopado Ecuatoriano, municipios, facultades de Arquitectura y Escuela de Bellas Artes, contribuyen para la recuperación y cuidado del patrimonio nacional.<sup>17</sup> Lo que demuestra que se empieza a dar importancia a la cultura y arte ecuatoriano como no se la había dado antes.

En esta preocupación se incluye también el arte contemporáneo; la multitud de galerías y colecciones dan prestigio y mercado a los artistas, dentro y fuera del país, y ayudan a esta exaltación de los valores indispensables para el fortalecimiento de la personalidad del Ecuador.<sup>18</sup>

Se crean museos en las ciudades grandes del Ecuador: el Museo Municipal de Cuenca, el Museo de Arte Colonial de Quito, museos creados en los interiores de los claustros, el Museo de la Casa de la Cultura, entre otros. La importancia naciente al arte provoca que estos museos y otros edificios estatales estén decorados con esculturas y pinturas de artistas ecuatorianos.<sup>19</sup>

La contribución de escultores y pintores es cada vez más apreciada y frescos y frisos engalanan edificios públicos y privados, avenidas y plazas. La nueva Ciudad Universitaria de Quito tiene murales de Guayasamín y de Jaime Andrade.<sup>20</sup>

En este entorno moderno el arte empezó a tomar un nuevo giro: “Todo apuntaba al cambio del arte ecuatoriano, a la rebelión antindigenista, a la urgente necesidad de actualizar los idiomas visuales, a la respuesta nacional ante los desafíos exteriores”.<sup>21</sup>

Esto se empieza a forjar en los 50s pero realmente toma fuerza durante los 60s, donde se hace una ruptura en la concepción del arte ecuatoriano. Este quebramiento no solo es en cuanto a la técnica y los motivos artísticos, sino también a la institucionalidad del arte que

---

<sup>16</sup> Juan Salvat, Op. cit., pág. 92 y 96.

<sup>17</sup> *Ibid.*, pág. 97.

<sup>18</sup> *Ibid.*, pág. 97.

<sup>19</sup> *Ibid.*, pág. 98.

<sup>20</sup> *Ibid.*, pág. 100.

<sup>21</sup> Lenin Oña, Op. cit., pág. 186.

había predominado hasta ese entonces. Lo que provoca una serie de cambios en organizaciones tanto privadas como públicas.

Existen algunos factores que determinaron este cambio, como la revolución cubana en 1959:

...marcó no solo el inicio del cambio en la concepción del sujeto social, sino que también dio lugar a una diversidad de representaciones del mismo. La nueva política continental incidió en la vida política y social del país, a su vez que vinculó a las ideas sobre la cultura y sociedad con las teorías del antiimperialismo y latinoamericanismo...<sup>22</sup>

Otro factor que Susan Rocha, curadora de la muestra *In-humano*, considera importante en el desarrollo de este discurso fue la agrupación de los Tzánzicos, formada en 1962. En este grupo predominó una “dinámica social contestataria”<sup>23</sup> de la cual se nutrieron los actores de la época. Además, recordemos que en este periodo también se desarrolló el boom de la literatura latinoamericana, la cual influyó en los artistas y gestores culturales que a partir de 1960 protagonizaron el cambio de escenario artístico en el Ecuador.

La búsqueda de identidad era una preocupación en todo Latinoamérica y como señalamos antes, también ecuatoriana. Pero no solo desde el punto de vista de rescatar aquellos vestigios que nos representaban por medio de la arqueología, sino también desde el arte. La construcción de un *nosotros* está presente en las representaciones de artistas plásticos, escritores, teatreros, etc., en todo el continente. José Unda señala:

El boom no era algo que nos sorprendía, porque era una propuesta paralela, que nos nutría y nos hacía sentir contemporáneos con nuestra época. Era algo muy nuestro, las coincidencias eran formidables. Nos sentíamos del momento.<sup>24</sup>

Existen dos instituciones que protagonizaron los acontecimientos de estas décadas, la primera es la célebre conocida galería Siglo XX y el otro es el Café 77. El Café 77 fue un espacio espontáneo donde artistas, gestores, pensadores, etc., se reunían para debatir sobre filosofía, arte y literatura, además de ser un espacio donde se difundía el arte. En este lugar se articularon pensamientos como el existencialismo y el materialismo histórico propuestos

---

<sup>22</sup> Susan Rocha, Op. cit., pág. 1.

<sup>23</sup> Agustín Cueva, *La cultura de la crisis*. En *Revista Difusión Cultural*, Quito, Banco Central del Ecuador, pág.56-60. En Susan Rocha, Op. cit., pág. 35.

<sup>24</sup> Susan Rocha, Op. cit., pág. 6.

por pensadores latinoamericanos, entre estos Traba; incluida la literatura latinoamericana. Incluso se repartían libros que no se podían encontrar en ninguna librería de Quito. Era un cultivo de ideas del cual se nutrieron los artistas de la época.<sup>25</sup>

La galería Siglo XX fue un espacio estratégico para la comunicación y posicionamiento del arte que se estaba desarrollando en la época. Fue administrada por el galerista Wilson Hallo y su familia a partir de 1964.<sup>26</sup> Sin embargo Hallo fue la figura que dio vida a este lugar, siendo protagonista e impulsador de innumerables exposiciones y eventos relacionados al arte. Incluso se podría señalar a esta persona como uno de los gestores culturales más importantes de la época.

...Jácome recuerda las cualidades de Wilson Hallo para captar la atención del medio y nuevamente acudir a la noción moderna de vanguardia:

Apelar a la novedad y sorpresa era otra de las maquinaciones del señor H. quién bien conocía el lenguaje de la inducción. La idea de despertar a la gente de su habitual letargo frente al fenómeno artístico, por aquellos medios carnavalescos, tenía según su criterio que ver con la naturaleza festiva del medio, siempre ávido de rendirle culto a la disipación.<sup>27</sup>

Las instituciones y eventos públicos, como la Casa de la Cultura Ecuatoriana y el premio Mariano Aguilera, fueron muy cuestionados en su funcionamiento. En la Galería Siglo XX fue una institución privada y por lo que tenía más libertad de acción que las entidades estatales. Aquí se promocionó el arte de vanguardia y se hizo contraparte a instituciones en las que todavía predominaba el indigenismo como motivo y el óleo como técnica; era el principal antagonista de las galerías y espacio de difusión estatales.

De este modo, la Galería Siglo XX fue una plataforma fundamental en la cadena de legitimaciones en el campo del arte, que contribuyó a construir el valor y la autoridad de los representantes de la plástica moderna ecuatoriana.<sup>28</sup>

El 25 de agosto de 1966, tras años de críticas hacia la administración y gestión de la Casa de la Cultura Ecuatoriana, se dio la toma de la misma. Esta consistió en la irrupción de artistas y escritores en una reunión solemne de la Junta General Plenaria, donde les

---

<sup>25</sup> Ibid., pág. 37.

<sup>26</sup> Ibid., pág. 53 y 54.

<sup>27</sup> Ibid., pág. 59.

<sup>28</sup> Susan Rocha, Op. cit., pág. 54.

pidieron abandonar la institución. Se dirigió a la nación un manifiesto donde se planteaban las fallas en el manejo de las actividades culturales dirigidas por la misma. El gobierno reconoció el movimiento y ese mismo año se realizó una reestructuración de la organización.

Existían muchas críticas al manejo de las entidades estatales en cuanto a la gestión cultural:

Un año antes de la toma, en 1965, la Asociación de Escritores y Artistas jóvenes del Ecuador, conformada por el grupo Galaxia y los tzánzicos, describió a las instituciones como cómplices de la desmoralización popular, porque se había silenciado interesadamente.<sup>29</sup>

Tinajero sostiene que lo que motivó a la toma de la Casa de la Cultura fue que esta “debía estar dirigida por personas que se comprometieran a realizar obra en beneficio de la cultura popular, y no solamente, de un círculo intelectualizado”.<sup>30</sup>

A partir de la toma se dieron algunos sucesos de carácter contestatario a favor del arte de vanguardia y en contra de las instituciones públicas. En primera instancia, con gran importancia en la historia de arte contemporáneo del Ecuador, se formó el grupo de los VAN (Vanguardia Artística Nacional) en 1967.

Los VAN fueron un conglomerado anti-indigenista, en donde sus integrantes mostraban deseos de conocer otras formas de arte más aproximadas a la realidad internacional. Conformaron este grupo artistas como Tábara, Almeida, Cifuentes, Muriel y Molinari. No mostraban una tendencia definida, sino más bien los unía su búsqueda en romper los estereotipos en el arte que hasta entonces se hacía en el Ecuador. Oswaldo Moreno señala: “Era una reacción contra el paternalismo, la pseudo crítica, la autoexaltación y los falsos hitos”.<sup>31</sup> Proclamaban contra las instituciones públicas, que según ellos, solo daban espacio a determinados artistas y mostraban cierto tipo de arte:

---

<sup>29</sup> *Ibíd.*, pág. 39.

<sup>30</sup> Fernando Tinajero, *Informe de actividades como presidente saliente de la AEAJE*, Quito, 1967, en Susan Rocha, *Op. cit.*, pág. 53.

<sup>31</sup> Los VAN 30 años después, Internet. [www.explored.com.ec/](http://www.explored.com.ec/), Publicado el 29/Mayo/1997, acceso: 15 de abril de 2012.

...testigos de que las manifestaciones culturales han llegado a límites vergonzosos de enajenación e inautenticidad, con la consciente o inconsciente colaboración de los gobiernos, instituciones culturales y artísticas en general.<sup>32</sup>

Los VAN, junto con otros grupos de artistas, realizaron la Anti-bienal. Esta se realizó en la galería Siglo XX con la ayuda de Wilson Hallo. Fue el resultado contestatario ante la realización de la primera Bienal internacional realizada en el país. Aunque fue muy criticada fue de gran importancia, ya que permitió conocer lo que se estaba haciendo fuera del país, sobre todo en Latinoamérica.<sup>33</sup> Además formó un precedente en el intento por realizar una Bienal internacional, la cual no se consolidaría sino hasta décadas más tarde en la ciudad de Cuenca a partir de 1987. Lenin Oña, historiador del arte ecuatoriano, señala que fue el único intento nacional de la época hacia una convocatoria americana.<sup>34</sup> Lo cual apoya Unda, quién además señala:

...a pesar de todo, la Bienal fue una ocasión para ver el arte latinoamericano en vivo, para saber qué se estaba haciendo afuera. Desafortunadamente esa apertura quedó allí. Es cierto que había temas obsoletos, demasiado tradicionales, pero también había un arte argentino innovador.<sup>35</sup>

Sin embargo, en un foro realizado en la galería Siglo XX, Ulises Estrella acusa a la Bienal de ser un “espacio de venta de cuadros, floja y mal seleccionada”.<sup>36</sup>

La Anti-bienal demostró la solidez de los artistas que defendían propuestas diferentes a las del indigenismo, que había predominado hasta entonces. Demostraban que estaban organizados, que eran un movimiento y que tenían las herramientas para difundir su arte. “La Anti-bienal se proyectó socialmente, generando un espacio de discusión sobre el estado de las artes plásticas, realizando varios debates que incluso fueron televisados”.<sup>37</sup> En el diario El Tiempo se señala la acogida del público a la exposición y Rodríguez Castelo

---

<sup>32</sup> Susan Rocha, *Op. cit.*, pág. 57.

<sup>33</sup> Lenin Oña., *Op. cit.*, pág. 187.

<sup>34</sup> Susan Rocha, *Op. cit.*, pág. 42.

<sup>35</sup> *Ibid.*

<sup>36</sup> Censura y defensa de la 1 Bienal de Quito hicieron en el coloquio realizado ayer, El comercio, 7 de abril de 1968. En Susan Rocha, *Op. cit.*, pág. 43.

<sup>37</sup> Susan Rocha, *Op. cit.*, pág. 58.

explica “el rechazo hacia la seriedad burguesa y la falsedad oficial. Y afirma que existe además un espíritu de búsqueda entre los participantes”.<sup>38</sup>

La exposición consistió en 24 obras de ocho artistas, que se exhibieron en la galería Siglo XX. En estas se vio un lenguaje diferente que impactó en la época. La Anti-bienal fue polémica y es evidente la influencia de este movimiento en el terreno artístico.<sup>39</sup> Si bien algunos de los miembros del VAN señalan que no se cumplieron las metas, Tábara y Villacís no lo creen así: “El grupo VAN ha operado en la transformación, un cambio revolucionario de las estructuras del arte en nuestro país, estimulando toda capacidad de creación artística...”<sup>40</sup> señala Villacís, y Tábara mucho más optimista, dice: “El arte muestra sus secretos si le guardamos fidelidad ¡Viva el arte! ¡Viva el VAN!”<sup>41</sup>

Inspirados en el grupo VAN, se unieron José Unda, Ramiro Jácome, Washington Iza y Nelson Román y forman los Cuatro Mosqueteros para realizar un performance en contra del Salón de Vanguardia levantado por el Municipio de Guayaquil. Unda señala que el objetivo no era solamente presentar una crítica hacia el arte abstracto que se exponía en el lugar, sino sobresalir.<sup>42</sup> Lo que demuestra la influencia y la importancia que tuvo el grupo VAN y la ideología contestataria de las generaciones que les siguieron y en la forma de difundir y comunicar el arte.

Ante la crítica hacia las instituciones públicas, la Escuela de Bellas Artes de Quito también se vio afectada. El resultado fue la incorporación como Director de la misma de Oswaldo Viteri. Y en 1968 dejó de ser Escuela de Bellas Artes y se convirtió en la Facultad de Artes de la Universidad Central.<sup>43</sup> Estos dos hechos provocaron cambios profundos en la pedagogía y en la concepción de la misma. Unda Señala:

...la enseñanza era bastante obsoleta, los profesores, con excepciones, eran gente que ya no sentía emoción por enseñar, inquietar o estimular al estudiante, llenaban un

---

<sup>38</sup> Hernán Rodríguez Castelo, Muestra del grupo VAN: búsqueda alegre y libre, en *El Tiempo*, 5 de abril de 1968. En Susan Rocha, Op. cit., pág. 43,

<sup>39</sup> *Ibíd.*

<sup>40</sup> *VAN*, Internet. [www.hoy.com.ec](http://www.hoy.com.ec), acceso: 15 de abril de 2012.

<sup>41</sup> *Ibíd.*

<sup>42</sup> Susan Rocha, Op. cit., pág. 43.

<sup>43</sup> Susan Rocha, Op. cit., pág. 45.

puesto y cobraban un sueldo. Cuando llegó Oswaldo Viteri todo cambió, el reestructuró todo.<sup>44</sup>

Los primeros años fueron difíciles, ya que ni siquiera tenía un edificio propio y muchos de los profesores no tenían los conocimientos suficientes de las materias, señala Miguel Varea. El funcionamiento de la facultad se vio afectado por la inestabilidad política que se vivía en la época. Antes que la primera promoción concluya su carrera, Velasco Ibarra cerró la universidad, por lo que los alumnos se vieron obligados a interrumpir sus estudios. Entre cierres y aperturas, la primera promoción saldría en 1975.<sup>45</sup>

Sin embargo, la Facultad de Artes termina por consolidarse y adquiere una filosofía pedagógica la cual da impulso a nuevas generaciones de artistas. Román afirma que la dirección de Viteri fue positiva, su reforma provocó la apertura hacia nuevas técnicas como grabado. Si introdujo las materias de historia del arte ecuatoriano y latinoamericano. Señala que se tenía información del escenario artístico de fuera del país, aunque aún con limitaciones.<sup>46</sup>

El panorama político y económico es inestable y cambiante a comienzos de los 70s. En 1972 empieza una nueva dictadura militar dirigida por Guillermo Rodríguez Lara. Fue derrocado por un triunvirato el cual encabezaría Alfredo Poveda Burbano y con este último finalmente, se implementó un proceso de retorno al sistema constitucional.<sup>47</sup>

En cuanto a la economía, la reversión de los campos de petróleo, la adquisición de derechos y acciones por parte del gobierno en empresas petroleras privadas provocaron el boom petrolero. Esto tuvo un fuerte impacto en la economía del país, que hasta el momento había estado sustentada en la agricultura.<sup>48</sup> Con el boom se aumentaron los niveles de consumo, lo que provocó el crecimiento o formación de un mercado del arte, como señala en la siguiente cita Lenin Oña:

...el crecimiento económico fue notorio: crecieron la clase media y los niveles de consumo; se estableció un floreciente mercado del arte, antes casi inexistente; proliferaron los concursos y galerías; se abrieron nuevos museos; la investigación

---

<sup>44</sup> *Ibíd.*, pág. 44.

<sup>45</sup> *Ibíd.*, pág. 45.

<sup>46</sup> *Ibíd.*, pág. 44.

<sup>47</sup> Agustín Cueva, *La quimera del petróleo: Auge y declive del nacionalismo pequeño burgués*. En Enrique Ayala Mora, *Nueva historia del Ecuador*, vol. 11, Quito, Ed. Grijalbo, 1991, pág. 167 y 168.

<sup>48</sup> *Ibíd.*

arqueológica cobró un auge desconocido hasta entonces y se multiplicó el número de artistas.<sup>49</sup>

Este entorno de cambios y las condiciones económicas, favorecieron a la formación de un mercado artístico. La creación de la Facultad de Artes es en parte resultado de esta coyuntura, pero, al mismo tiempo, es una de las instituciones que logró que esto se dé, al incentivar a jóvenes a estudiar esta disciplina y al ayudar con la difusión y comunicación del arte.

Como ya se había señalado, había una preocupación, que venía desde el siglo XIX, de la construcción de una identidad nacional. La cual ya la vimos con el indigenismo, pero ahora exploraba la cultura ancestral como parte de nuestra identidad; ya no como una denuncia social, sino como una preocupación por rescatar lo nuestro.<sup>50</sup> Incluso, se empiezan a trabajar nuevas técnicas desde los años 60, que alcanzan su máxima expresión en los 70s; en parte gracias a la reestructuración de la Escuela de Bellas Artes. Se empezó a trabajar el collage, el grabado, el dibujo y la escultura que prácticamente quedó olvidada a comienzos de siglo, también se empezó a trabajar.

La inserción del arte ecuatoriano en las tendencias posteriores a la abstracción, fenómeno característico de los años setenta, fue relativamente tardía, al punto que los ecos del pop art no pasaron de ser mínimos y los del minimalismo y el cinetismo no se generalizaron. El éxito de la neofiguración y las variantes neo expresionistas se explica en buena medida por la tradición siempre latente del realismo y el expresionismo locales.<sup>51</sup>

Más bien se destacó “un cierto realismo mágico”<sup>52</sup> que fue bien aceptado por la nueva clase burguesa que surgió con el boom. Lenin Oña describe este arte como:

Las notas surrealistas, el anecdotario extraído de la fantasía aldeana, con su atmósfera de lirismo bucólica, brinda solaz a la apetencia de tranquilidad y ensoñación que reclaman los recién favorecidos por la fortuna.<sup>53</sup>

Durante los años 70s y 80s se abrieron galerías de arte, se hicieron revistas, se realizaron concursos, se abrieron museos y el número de artistas aumento considerablemente.<sup>54</sup> Fue

---

<sup>49</sup> Juan Salvat, Op., cit., pág. 188.

<sup>50</sup> Entrevista Trinidad Pérez, Op. cit.

<sup>51</sup> Juan Salvat, Op. cit., pág. 188.

<sup>52</sup> Lenin Oña, Op. cit., pág. 188.

<sup>53</sup> *Ibíd.*

una época importante para el desarrollo de la institucionalidad del arte y del mercado artístico del que hablábamos. Nace en los 60s con la preocupación por generar espacios de ruptura, pero es en los 80s que el mercado y la institucionalidad del arte realmente alcanzan la cúspide.

Las críticas generadas durante los años 60s, esa “cultura de resistencia”<sup>55</sup> fue la que promovió la formación de galerías privadas e incentivó a artistas a producir y difundir su arte. Gestores como Wilson Hallo supieron despertar interés de los habitantes de Quito, no solo exponiendo obras, sino realizando mesas de discusión. En este sentido también es muy importante el Café 77, donde se concibieron ideas que provocarían grandes cambios en los motivos artísticos y donde se provocaría interés por el arte.

En los 80s se da una “época de clímax de las galerías”<sup>56</sup>. Aunque el boom no se extendió hasta estos años, deja una huella en el mercado del arte. No solo las galerías se multiplicaron, sino también el número de artistas que impulsaban la actividad plástica. Se efectúa la Bienal de Cuenca por primera vez en 1987, la cual se la realiza hasta hoy en día; por medio de esta también se colabora en la difusión e incluso se brinda apoyo a nuevos artistas.<sup>57</sup> La colaboración de entidades públicas a nuevos artistas, es el resultado de las luchas que se dieron durante los años 60, lo que quiere decir que estas nuevas formas de arte se institucionalizan.

Desde mediados de la década de los 90 se empieza a sentir un receso económico que afectaría a la economía del país y, sobre todo, al mercado del arte. Ya a mediados de los 90s se habían cerrado algunas galerías, pero a partir de 1999, donde quiebran muchos de los bancos más importantes del Ecuador no queda ni una sola galería abierta en Quito. El comercio del arte queda totalmente aniquilado al no ser un consumo básico, sino más bien suntuario.

Esta debacle económica es acompañada por una crisis a nivel artístico: se cuestiona la idea de si el arte debe o no ser comercializado y la validez de este como tal. Se introducen nuevas técnicas, producto en parte de los avances tecnológicos. También los motivos cambian, ya no existe una búsqueda de la identidad como colectivo, sino una búsqueda

---

<sup>54</sup> *Ibid.*

<sup>55</sup> Susan Rocha, *Op. cit.*, pág. 7 y 8.

<sup>56</sup> Entrevista a Trinidad Pérez, *Op. cit.*

<sup>57</sup> Lenin Oña, *Op. cit.* pág. 189.

más personal, interior de cada artista. Existen fenómenos que influyen en estos cambios, como la globalización.<sup>58</sup>

Esta crisis artística y económica es acompañada por un conflicto de las instituciones artísticas, no solo por la dificultad económica, sino porque su función como espacio de difusión y comercialización del arte también es debatido.<sup>59</sup>

La modernidad también repercutió en la ciudad de Quito, transformándola y generando nuevas necesidades antes inexistentes; cambiando incluso su forma y la manera en que estaba distribuida. Todos estos cambios abren las puertas a los 2000, en donde las galerías y concursos casi se extinguieron; salones públicos, incluso la Facultad de Artes de la Central, entraron en crisis.

## 1.2 El arte contemporáneo

Como habíamos señalado, a partir de la crisis bancaria en 1999, las galerías de Quito se cerraron. Al ser estas el lugar donde se comerciaban y difundían obras de arte, las expresiones artísticas fueron disminuyéndose. Incluso provocó que jóvenes artistas abandonen sus obras y se dediquen a actividades más rentables.<sup>60</sup> Pero este deterioro de la institucionalidad no solo fue resultado de la crisis financiera, otra de sus causales fue el cuestionamiento por parte de artistas y entendidos del arte, en la validez de la misma.<sup>61</sup>

En este capítulo hablaremos de los últimos 20 años de producción artística, los cuales son la coyuntura en la que se desarrolla este proyecto. Conoceremos qué se está proponiendo actualmente y cómo se ha visto afectado el escenario que se formó en los años 70s y 80s. Notaremos que existen varios factores que han provocado una transformación del mercado del arte, que a partir de los 90s comenzó a cambiar y que luego con la crisis financiera casi desaparece.

Entenderemos cómo el arte se relaciona con las instituciones. Sabremos cuáles son los cambios que se han dado en la difusión del mismo y cuáles han sido las causas de esta transformación. El panorama artístico de los últimos años es cambiante y renovador, por lo

---

<sup>58</sup> Entrevista a Trinidad Pérez, Op. cit.

<sup>59</sup> *Ibíd.*

<sup>60</sup> Entrevista Susan Rocha, Quito, 5 de julio de 2012.

<sup>61</sup> Lenin Oña, Op. cit., pág. 42 y 58.

que es importante estudiarlo y entenderlo; solo así se conocerá la realidad en la que se desenvuelve Consuelo Crespo.

En los noventas se empezó a hablar de arte contemporáneo, con lo que las técnicas que empleaban los artistas para hacer sus obras fueron cambiando; el concepto, detrás de la técnica y habilidad, se volvió más importante. Para 1999, la modernidad que rompió moldes en los años 50, ya se había posicionado en la mente colectiva ecuatoriana. Haciendo de actores como Tábara y Viteri, personajes reconocidos en el entorno. Las obras modernas son reconocidas a nivel general como arte, mas estas nuevas tendencias empezaban a cuestionarlo. De nuevo se genera una disputa entre dos tendencias diferentes, pero esta vez entre lo moderno y lo contemporáneo.<sup>62</sup>

Estas nuevas formas de expresión ya se había empezado a trabajar en Europa y Estados Unidos desde los 70s e incluso antes, aparecen algunos artistas conceptuales como Ducham, que es considerado el primero en este tipo de expresión. En el Ecuador esto empieza mucho más tarde, a pesar de que ya había una aproximación, en los 90s es cuando realmente se comienza a trabajar en el *idea art* o arte conceptual, que es una de las expresiones contemporáneas.<sup>63</sup>

Las propuestas de los últimos 25 años se centran en el significado, en lo que se busca decir más que en la habilidad del artista o las herramientas y técnicas utilizadas. Con este se empezaron a implementar nuevos instrumentos, diferentes a las que normalmente se aplicaban, como el propio cuerpo al desempeñar acciones, el video, telas, plástico, cualquier elemento por medio del cual se pueda transmitir una idea. Depende del artista y su creatividad para definir cuáles son los elementos que va a utilizar para realizar sus obras. Esto es lo que expresa Kronfle sobre el arte desarrollado en los últimos 25 años:

Este arte a menudo privilegia sus contenidos por encima de sus condicionantes estéticos, no está primordialmente preocupado por cuestiones de estilo, forma, y por las ideas estéticas de lo sublime (ahora hablamos de una belleza disonante, una estética que se redefine constantemente); desecha los mitos del artista genio, las reflexiones metafísicas, no cree en las ideas de lo nuevo, ni en la evolución lineal del arte, ni en el 'progreso' humano como algo necesariamente positivo; se afirma en su

---

<sup>62</sup> Entrevista Consuelo Crespo, Quito, 10 de julio de 2012.

<sup>63</sup> Entrevista Susan Rocha, Op. cit.

eclecticismo y plantea una concienciación de las relaciones entre el arte y la política, la vida social, la identidad, y el multiculturalismo.<sup>64</sup>

Susan Rocha, autora de la investigación publicada en el libro *In-Humano*, explica que con el arte contemporáneo no solo se cambian las técnicas, sino la propia concepción de del mismo: “Pero no solamente el medio, sino que también es la manera de producir la obra. O sea no desde el yo genio creador, sino desde un lugar de enunciación...”<sup>65</sup>

Cuando hablan del *yo genio creador* o *artista genio*, se refieren a una concepción romántica en la que el artista era un ser dotado de habilidades especiales que le permitían producir una obra. Pero con el arte contemporáneo esto cambia, ya no importa tanto la belleza como importa el contenido. Por esta razón Susan se refiere a la enunciación, es decir del discurso. Como señala Rodolfo, el arte en si es tratado desde otra visión, desde otra perspectiva.

La introducción del arte contemporáneo en el Ecuador obedece a varios motivos. A partir de los 90s los habitantes del país tienen cada vez más acceso a tecnología; aparece el internet, los celulares, la televisión por cable, lo que permite una visión mucho más próxima del resto del mundo. Con esto se empiezan a percibir realidades que no conocíamos, diferentes a las que vivíamos en el país. Antes de esto, la información tardaba mucho en llegar y era más lento el procesamiento de la misma. Con las nuevas tecnologías la influencia sobre nuestra cultura es mayor.

Mientras en Europa y Estados Unidos ya se habían empezado a desarrollar ideas de este tipo en los años 70, en el Ecuador recién en los 90s.<sup>66</sup> Pero si bien el arte contemporáneo llega al Ecuador por influencia externa, de todas maneras existe un cuestionamiento de lo que se venía haciendo en el país hasta ese momento. El modernismo ya se había posicionado y había dejado de ser un lenguaje cuestionador, para volverse lo aceptado. El arte moderno incluso se convirtió en una cuestión de estatus social y clases como lo hemos visto en capítulos anteriores.

En los años 70s y 80s, durante el boom petrolero, existían un mercado floreciente. La inyección de capital en la economía permitía a las familias ecuatorianas hacer gastos en

---

<sup>64</sup> Rodolfo Kronfle, *La escena contemporánea en el Ecuador: oportunidad, realidad o tiempo perdido*, Quito: Centro Cultural Metropolitano, abril 2004, pág. 2.

<sup>65</sup> Entrevista Susan Rocha, Op. cit.

<sup>66</sup> *Ibíd.*

piezas de arte, lo que antes en el siglo XX no se había hecho al menos en la misma magnitud. Las familias burguesas encontraron la forma de distinguirse y darse una posición por sobre el resto en las expresiones artísticas.

Tras este breve auge del escenario artístico, queda muy bien posicionado el modernismo. Vemos evidencias de esto no solo en las obras que decoran edificios estatales y parques, sino en la arquitectura misma de las ciudades, sobre todo de la ciudad de Quito.<sup>67</sup>

Sin embargo, artistas jóvenes empiezan a explorar nuevas expresiones y criticar lo que hasta entonces se conocía como arte. Personas como Pablo Barriga y Mauricio Bueno empiezan a desarrollar nuevos conceptos, pero todavía desde técnicas empleadas en el modernismo, como la pintura, la escultura, etc. Pablo Barriga pudiera ser considerado el primer artista contemporáneo del Ecuador.<sup>68</sup>

A continuación podemos observar algunas de estas primeras obras:



Foto 1

**Sin nombre /Pablo Barriga**

69



Foto 2

**Sin Nombre / Mauricio Bueno**

70

---

<sup>67</sup> Juan Salvat, Op. cit., pág. 96, 97 y 98.

<sup>68</sup> Entrevista Consuelo Crespo, Op. cit.

<sup>69</sup> Archivo de la artista Consuelo Crespo.

<sup>70</sup> Mauricio Bueno – Exposición Centro de arte contemporáneo, Internet. [www.eltelegrafo.com.ec](http://www.eltelegrafo.com.ec), acceso: 23 de noviembre de 2012.

En estas obras todavía no se introducen nuevas técnicas como el performace, el video arte, las instalaciones. Sin embargo, le dan espacial importancia a la idea, por sobre la técnica y la habilidad del artista.

Estas nuevas propuestas, como todo concepto nuevo, no fueron fácilmente aceptadas por la clase burguesa, que tomo el arte como un estilo de vida y status, más que cómo una expresión y necesidad. Por lo que las obras contemporáneas se convirtieron en una actividad poco rentable y underground apreciada por artistas e intelectuales, más no comercial y provechosa en términos económicos para el artista.

La comercialización de arte se centró sobre todo en propuestas modernas e incluso hasta hoy en día muchos artistas siguen trabajando técnicas y temáticas de esta índole. Susan nos explica la visión de escultores y pintores modernos: “Todavía persisten artistas modernos, o sea no es que el arte moderno es algo que ya pasó... tienen una visión completamente romántica, del genio creador...”<sup>71</sup> Rodolfo Kronfle afirma:

Algunos pintores modernos de nuestro medio cuestionan, por ejemplo, la validez de las manifestaciones contemporáneas olvidando irónicamente que las mismas sospechas de fraude o engaño las sufrió la modernidad desde sus comienzos; incluso se podría asegurar que muchos espectadores no iniciados aún no superan dichos temores.<sup>72</sup>

Esto sucede incluso en la actualidad, el arte moderno está tan posicionado que muchos no aceptan otras formas de expresión. Sin embargo, estos nuevos lenguajes son contemporáneos dentro del ámbito artístico y las tendencias que se están viviendo. Por lo que se empezó a criticar no solo a artistas que se habían quedado estancados, sino a las instituciones que los promovían. Entre estas el premio Mariano Aguilera y la Casa de la Cultura.

Se cuestionó, y se lo hace hasta la actualidad, a curadores y salas de exposición que mostraban tan solo parte de lo que se estaba haciendo. Se posicionaron artistas en el imaginario de los ecuatorianos y sólo lo que se asemejaba a estos participaban de Bienales y premios. Entre estos uno de los más cuestionados fue el Premio Mariano Aguilera, que a

---

<sup>71</sup> Entrevista Susan Rocha, Op. cit.

<sup>72</sup> Rodolfo Kronfle, Op. Cit., pág. 2.

partir del 2000 prácticamente desapareció.<sup>73</sup> La Casa de la Cultura que en la década de los sesentas había sido reestructurada, de nuevo fue blanco de críticas al no difundir y comunicar las últimas tendencias del arte.

Rodolfo Kronfle uno de los curadores y críticos más respetado del país ejemplifica en la siguiente cita la problemática que aqueja a estos espacios que han sido objeto de tantas críticas:

Pasando a otros eventos, lo ocurrido con la suspensión, re-conceptualización y reapertura del Salón Mariano Aguilera, el más antiguo del país, denota un compromiso con lo contemporáneo que abona a definir los contornos de una escena, aunque no necesariamente su contenido. Su reformulación, inexorablemente sujeta también a críticas, muestra sin embargo un afán profundo de cambio. No obsta esto para que el proyecto de cada edición varíe notablemente en su solidez, ya que estará a cargo de distintas personas, en un mecanismo parecido a las bienales actuales.<sup>74</sup>

Este escenario viene acompañado por la crisis bancaria de 1999, con la que se cierran casi todas las galerías y cambia por completo el escenario del arte.<sup>75</sup> Dejan de existir espacios privados donde se pueda exhibir las obras y la gente que compraba piezas deja de hacerlo. Los pocos espacios de exhibición que quedaron después de la crisis eran pertenecientes al estado, como la Casa de la Cultura y como ya se señaló, eran muy cuestionados. En esta lucha por los pocos espacios de difusión que quedaron luego de la crisis, muchos artistas buscaron alternativas diferentes; buscando además, apartarse a la institucionalidad que ellos tanto criticaban.

Tranvía Cero es un grupo de artistas que tras esta crisis buscó nuevos espacios. Este grupo ideó lo que se conoce como Al Surich, un evento en el que se propone que los artistas aprovechen el espacio público para realizar sus obras. Este proyecto tienen muchos puntos desde los que se lo podría analizar, incluso es una buena estrategia para la difusión del arte. Su principal inspiración fue buscar espacios de expresión, sin embargo esto generó una nueva forma de concebir la expresión artística, como ellos mismo señalan:

Nuestros planteamientos parten de la democratización de los espacios públicos, la interrelación y articulación de estos con la comunidad, así como una constante crítica

---

<sup>73</sup> Entrevista Trinidad Pérez, Op. cit.

<sup>74</sup> Rodolfo Kronfle, Op. cit. Pág. 5.

<sup>75</sup> Entrevista Susan Rocha, Op. cit.

a las formas de interpretar la cultura y a la museificación de la misma, cuestionando los registros formales y estéticos de las artes visuales. Hacemos frente a los ejercicios de poder institucional, académico, a los circuitos artísticos y a la misma ciudadanía, con la intención de reformular y de reflexionar desde una visión integral de la práctica artística.<sup>76</sup>

Estos fueron los primeros colectivos que empezaron a auto gestionar sus espacios de exhibición y la difusión de sus obras. Junto a ellos aparecieron otros grupos como Los del Bloque, que hicieron exposiciones en casas abandonadas; se tomaron áreas para comunicar lo que estaban realizando.<sup>77</sup>

Si hubo artistas que tuvieron la capacidad de hacerse sus propios espacios, explica Susan Rocha. Afirma que mientras muchos se quedaron esperando una respuesta desde las instituciones, otros actuaron y pudieron gestionar lugares de exhibición. Incluso esto ayudó a que los jóvenes exploren la relación que tenían con la comunidad, el público y ellos mismos; es esto lo que luego influirá en las propuestas actuales.<sup>78</sup>

Esta crisis del mercado del arte se convierte en un impulso para los artistas, gracias al cual empiezan a explorar nuevas estrategias de difusión. Pero también es una puerta para nuevas técnicas y formas expresión. No solo las temáticas se renuevan, sino también la forma de generar las mismas. Las técnicas varían tanto como la creatividad para transmitir una idea.

Entonces se introducen en el Ecuador el performance, el video arte, las instalaciones, etc. Consuelo Crespo nos comenta que se puede considerar a Jenny Jaramillo como una de las primeras performistas del país.<sup>79</sup>A continuación podemos ver una foto de uno de sus performances, realizado en la ciudad de Quito en 2009.<sup>80</sup>

---

<sup>76</sup> Tranvía Cero / Portafolio, Internet. [www.arturbanosur.blogspot.com](http://www.arturbanosur.blogspot.com), acceso: 22 de julio de 2012.

<sup>77</sup> Entrevista Susan Rocha, Op. cit.

<sup>78</sup> *Ibíd.*

<sup>79</sup> Entrevista Consuelo Crespo, Op.cit.

<sup>80</sup> Jenny Jaramillo, Internet. [www.centroecuatorianodeartecontemporaneo.org](http://www.centroecuatorianodeartecontemporaneo.org), acceso: 22 de julio 2012.



Foto 3

**Lobotomía (2009) / Jenny Jaramillo**

81

El performance es una acción realizada en un lugar y tiempo determinado. Al contrario de lo que podría parecer, no es una actuación previamente ensayada. Es una acción provocativa que realiza una persona para transmitir una idea o sentimiento.<sup>82</sup> Al igual que se utiliza el cuerpo para hacer la acción, otros utilizan todo tipo de material. El video es uno de los más comunes, pero en una instalación se puede hacer uso de cualquier material, siempre y cuando este le sirva de instrumento para significar algo.

Estas tendencias llegaron también con la accesibilidad a la tecnología y su manejo relativamente sencillo. La facilidad para editar video y audio, la facilidad en la obtención de equipos, etc., también apoyaron el desarrollo de estas nuevas técnicas.

El desarrollo tecnológico tiene un papel muy importante en los últimos años, no solo por la accesibilidad a la información y la evolución del propio arte, sino que brindó a los artistas conceptuales ecuatorianos un espacio de bajo costo y gran alcance para la difusión de sus obras. Este nuevo espacio ha ido evolucionando paralelo al desarrollo tecnológico. Actualmente muchos grupos de artistas tienen que auto gestionar sus propuestas para que estas sean vistas, y lo hacen a partir de páginas web, blogs y luego Twitters, Facebook, en los que se comunica y difunde arte.<sup>83</sup>

Podríamos decir que de alguna forma el arte se democratizó, cualquiera con una computadora e internet tiene la facultad de difundir lo que a su forma de ver y pensar es arte. Paralelamente al apareamiento de espacio de difusión de arte en el internet, aparecen

---

<sup>81</sup> *Ibíd.*

<sup>82</sup> Entrevista Consuelo Crespo, *Op. cit.*

<sup>83</sup> Entrevista Susan Rocha, *Op. cit.*

grupos que hacen arte con la comunidad, resultado de la búsqueda de interactuar con nuevos espacios y de una constante exploración de la difusión del arte.

Un ejemplo de este aprovechamiento del internet es la revista *Barranco*. Esta revista trata temas artísticos desde diversas áreas. Su objetivo es estar al borde de la vanguardia artística, siempre rompiendo esquemas. Esta revista si bien tiene ejemplares impresos, se desarrolla en su mayoría por internet. Esta tiene su sitio web, el cual promociona a través de la página de Facebook y de Twitter. Estos instrumentos permiten que las personas conozcamos esta revista.<sup>84</sup>

Otro ejemplo es el No Lugar, una plataforma en la que se busca dar espacio a nuevas propuestas. Ellos mediante su sitio web dan a conocer los proyectos que se están desarrollando. A parte de esta, tienen también la página de Facebook, por medio de la cual pueden invitar a sus seguidores a las exposiciones o eventos que se dan a lugar en este espacio.<sup>85</sup>

Susan Rocha afirma que según las encuestas que se han realizado en el CAC, la mayoría de personas señala que se entera de los eventos por medio del boca a boca, Facebook y Twitter. Pone en plano secundario los medios de comunicación más formales, como la prensa escrita, la televisión y la radio. Dice ella que es importante por la visibilidad, siempre es importante la cobertura, refiriéndose a los medios de comunicación como la televisión, la radio y la prensa escrita.<sup>86</sup>

Las redes sociales representan uno de los medios de difusión más importantes de acuerdo a esto. Muchas de las galerías, colectivos de artistas tienen sus espacios también en estas redes. Pero los beneficios no solo se dan por la aceptación que tienen el Facebook y Twitter, sino que además son menos costosos que un spot de radio, un espacio en televisión o una publicación en el periódico.

La información es generada y transmitida por estos medios mucho más rápido y podemos compartir conocimientos y nuevas propuestas alrededor del mundo. Esto ha permitido exportar el arte ecuatoriano a otros países y ha dejado que propuestas del mundo entero

---

<sup>84</sup> Revista Barranco, Internet. [www.facebook.com/revistabarranco](http://www.facebook.com/revistabarranco), acceso: 25 de julio de 2012.

<sup>85</sup> No Lugar, Internet. [www.facebook.com/nolugarquito](http://www.facebook.com/nolugarquito), acceso: 25 de julio de 2012.

<sup>86</sup> Entrevista Susan Rocha, Op. cit.

entren en nuestra sociedad. Y como decíamos anteriormente, el mercado artístico se convirtió en un espacio dinámico y cambiante que está en constante renovación.

Pero estas no son la únicas razones por las que las Tecnologías de la Comunicación (TIC) representan una maravillosa alternativa para que colectivos y artistas puedan difundir su obra, sino también por la falta de conocimiento por parte de los periodistas de medios tradicionales sobre este ámbito. Si bien, tanto en periódicos, como en la radio y la televisión se presentan temas culturales, no siempre son estos de buena calidad. Muy poco se preocupan los periodistas en realizar un trabajo donde se muestren las expresiones contemporáneas.

Por el flanco de la prensa la situación es penosa, el criterio editorial de los mayores diarios del país da cabida indistintamente a manifestaciones tremendamente incompatibles en cuanto a calidad y norte. El escogimiento de las notas pasa a ser en su mayor parte aleatorio y pasivo, en el sentido que se genera de los comunicados de prensa que reciben indistintamente de una galería seria o de un pintor de fin de semana que encontró cabida en un café.<sup>87</sup>

Al igual que algunas instituciones, los medios de comunicación y en realidad, buena parte de la ciudadanía, siguen refiriéndose al modernismo y tendencias anteriores a esta, como único arte; sin abrir campo a nuevas tendencias.

Hoy en día el performace, el video arte, las instalaciones son lo que más se desarrolla. Si bien no es el arte más comercial, es lo considerado en boga. Incluso podríamos decir que estas nuevas tendencias no son bien aceptadas todavía en todos los espacios. Lugares como la Casa de la Cultura, siguen exhibiendo a artistas que desarrollan ideas y técnicas del indigenismo; un ejemplo de esto es la exposición que realizó el pintor Jorge Perugachi en La Casa de la Cultura el mes de marzo del 2012<sup>88</sup>. Existe de nuevo una disputa entre el arte posicionado como tal y las nuevas propuestas, de la misma manera que se dio con el modernismo.

Es difícil entender las nuevas tendencias, cuando este no es un cuadro que puedes colgar en la sala. El arte contemporáneo tiene diversas formas y en muchas de ellas tiende a ser efímero. Un performance es una acción y por lo tanto es en un determinado momento y en

---

<sup>87</sup> Rodolfo Kronfle, Op. Cit. Pág. 10.

<sup>88</sup> Sondeo de medios, anexos 5, 6 y 7.

un determinado espacio, no es algo que se pueda llevar para decorar un espacio. “Este arte a veces es efímero, se lo aprecia en el momento que se produce”<sup>89</sup>, nos dice Susan.

Al ser efímero es difícil que sea comercial. El coleccionar arte contemporáneo, dependiendo de este, puede ser muy difícil porque cómo compras una acción que realiza una persona en un lugar determinado. Esto pasa en mayor o menor medida dependiendo del medio que utilice el artista para transmitir su idea.

“No hay un coleccionismo joven.... No existe un mercado así súper sólido de colección de arte contemporáneo”<sup>90</sup>, cuenta Susan. Y esto se debe a muchos factores, entre estos la dificultad de conservar una obra. Otra determinante es que no existen las facilidades económicas, si bien consumir arte es asequible, comprarlo puede ser muy costoso.

Susan nos explica que hoy se consume de forma diferente a cómo se lo hacía antes: “Se lo aprecia en el momento que se produce y luego ya queda como un registro. Generalmente lo que se consume (...) son los registros de las acciones.”<sup>91</sup> Y estos registros no se los venden, sino que se los distribuye gratuitamente por el internet con fines comunicativos. La idea en este caso no es obtener ganancias económicas, sino más bien dar a conocer una propuesta.

Sin embargo, en otras partes del mundo esto sí se lo comercializa. Es complicado que un artista viva de su arte tanto en el Ecuador como en cualquier otro país del mundo. Pero en países desarrollados esto es más frecuente. Por lo general los que compran obras son instituciones, pueden ser empresas privadas o públicas, museos, etc.<sup>92</sup> Son espacios que tienen instalaciones que pueden albergar una gran instalación o que pueden pagar a una performista para que realice su propuesta por algunas horas.

En el Ecuador muchas instituciones apoyaron el desarrollo del arte durante décadas pasadas, por eso podemos encontrar gran cantidad de obras modernas en las plantas bajas de edificios. Pero actualmente tanto instituciones públicas como privadas no compran. Esto se da, en primer lugar porque muchas propuestas pueden ser efímeras, pero sobre todo porque todavía no es una expresión aceptado por la generalidad de la población. Las

---

<sup>89</sup> Entrevista Susan Rocha, Quito, 5 de julio de 2012.

<sup>90</sup> Entrevista Susan Rocha, Op. cit.

<sup>91</sup> *Ibíd.*

<sup>92</sup> Entrevista Consuelo Crespo, Op. cit.

personas que gustan del arte contemporáneo son personas conocedoras y por lo general inmiscuidas en el ámbito.

El que las instituciones privadas o públicas compren u auspicien arte ayudaría difundir y comunicar lo que se realiza actualmente. Podrían comprar un performance para que se realice en la entrada de los edificios o podrían mantener una instalación durante algunos meses en los lugares con mayor concurrencia. Esto le permitiría a las instituciones mostrar una sensibilidad hacia el arte y la cultura, además de mostrar algo nuevo y llamativo para sus visitantes.

Antes del aparecimiento del Centro de Arte Contemporáneo (CAC)<sup>93</sup> en Quito y en Guayaquil el MAAC<sup>94</sup>, muy poco se había apoyado a nuevas tendencias artísticas desde el gobierno. El CAC cumple un papel muy importante, que espacios como la Casa de la Cultura lo hacía antes.

El CAC actualmente es la organización que está en constante búsqueda de nuevas actividades y promoviendo el arte en la comunidad. Por lo que su figura tiene mucha importancia. No solo con la realización de exposiciones, sino también con el apoyo a la investigación (libro In-Humano), incentivando a niños y jóvenes con programas e invitaciones especiales a colegios (Exposición de Leonardo Da Vici), generando espacios de discusión sobre arte (labSurlab).<sup>95</sup>

Actualmente esta institución se ha hecho cargo del concurso más prestigioso en arte del Ecuador, el Premio Mariano Aguilera. A este le han realizado una serie de cambios con el fin de que no solo se premie la trayectoria, que sirve de impulso para artistas con recorrido artístico, sino también proyectos artísticos, investigaciones, proyectos de docencia, curaduría, etc.<sup>96</sup> Este nuevo segmento se llama Nuevo Mariano Aguilera y busca dar un impulso jóvenes y a proyectos que construyan una literatura del arte.

Si bien a partir de la formación del CAC en 2008 se ha incrementado la oferta de arte e incluso hay mucho más intercambio y espacios para el mismo, otras instituciones que han marcado los últimos años en el Ecuador son las Facultades de Artes. Hasta los 80s solo

---

<sup>93</sup> Museo de Arte Contemporáneo, Internet. [www.facebook.com/centrodearte.contemporaneo](http://www.facebook.com/centrodearte.contemporaneo), acceso: 25 de julio de 2012.

<sup>94</sup> Museo Antropológico y de arte contemporáneo, Internet. [www.facebook.com/pages/Museo-Antropol%C3%B3gico-y-de-Arte-Contempor%C3%A1neo/112486225478575](http://www.facebook.com/pages/Museo-Antropol%C3%B3gico-y-de-Arte-Contempor%C3%A1neo/112486225478575), acceso: 25 de julio de 2012.

<sup>95</sup> Sondeo de medios, Op. cit.

<sup>96</sup> Bases Convocatoria 2012, Internet. [www.premiomarianoaguilera.gob.ec](http://www.premiomarianoaguilera.gob.ec), acceso: 25 de julio 2012.

existía la Facultad de Artes de la Universidad Central, pero durante los 90s se inauguran la mayoría de las escuelas de artes que existen actualmente: Escuela de Artes de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, el ITAE (Instituto Superior Técnico de Artes del Ecuador)<sup>97</sup>, la Escuela de Artes de la Universidad San Francisco de Quito y la Escuela de Artes de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.<sup>98</sup>

La apertura de estas escuelas ha permitido que se incremente el interés, ya que son entidades que están constantemente comunicando y difundiendo arte; además que buscan promocionar la carrera para que esta tenga más alumnos. Incluso provoca mayor investigación a nivel pedagógico y por lo tanto más opciones en las formas de aprender, permitiendo que el arte en el Ecuador se diversifique.

En los últimos años incluso se han abierto plataformas artísticas como el No Lugar, Cero Inspiración, La Naranjilla Mecánica, La Karacola, etc., en Guayaquil Barricaña, Espacio Vacío, Galería de Patricia Meier, etc.; y en Cuenca la galería Procesos, Instituto de Arte Contemporáneo, etc., además en esta ciudad se le ha dado mucho impulso a la Bienal, que tiene gran importancia a nivel nacional.<sup>99</sup>

Podemos observar que existe un crecimiento en el interés, generado por la propia difusión de las escuelas de arte; cada vez son más los jóvenes que optan por esta carrera. Incluso empiezan a verse nuevas tendencias las cuales buscan aproximarse más hacia la comunidad. Existen más colectivos, que propician su trabajo fuera de galerías y prefieren el espacio público.

El intercambio cultural que se da gracias a las TICs provoca una renovación constante. Esto hace que el escenario artístico sea más competitivo, no solo por el incremento de la oferta y difusión, sino por el constante cambio al que se ve expuesto. Los artistas que producen en este momento deben generar nuevas propuestas continuamente, con el fin de mantener la atención del público.

Este es el mercado al que se enfrenta Consuelo Crespo Dávila en la actualidad. Más adelante cuando hablemos de la artista y su obra, nos daremos cuenta que ella ha tenido

---

<sup>97</sup> ITAE, Internet. [www.itae.edu.ec/itae/](http://www.itae.edu.ec/itae/), acceso: 25 de julio de 2012.

<sup>98</sup> Entrevista Consuelo Crespo, Op. cit.

<sup>99</sup> Sondeo de medios, Op. cit.

que afrontar muchos cambios violentos, que se han dado a partir de los 70s. Lo que ha provocado que ella tenga que renovar sus propuestas y se cuestione constantemente.

### 1.3 Gestión cultural y marketing cultural, bases para la comunicación del arte.

Como hemos visto en capítulos anteriores, el arte y la institucionalidad han estado ligados a lo largo de la historia; el creciente interés por este se ha dado paralelamente al desarrollo de las instituciones, de la gestión cultural y de la comunicación y difusión. Y aunque no siempre se le ha dado la suficiente importancia a la parte de la comunicación artística, cada vez es más necesaria para llegar a un público saturado de ofertas e información.

Se han tomado herramientas de varias disciplinas para constituir lo que es gestión cultural: comunicación, marketing, planificación estratégica, desarrollo de proyectos, entre otros; hablaremos de estos a lo largo de este subcapítulo, con el fin de sentar las bases sobre las cuales se realizará la disertación.

Hemos acudido a fuentes que han trabajado anteriormente con las artes visuales desde otros puntos de vista, pero que sin embargo se relacionan con la comunicación. A través de estos, podremos conocer aplicaciones reales y estudiadas, y a su vez, introducirlas en estrategias comunicacionales.

Dentro de esta gama de actividades que se pueden realizar desde la gestión cultural, podemos encontrar gran variedad de entidades, grupos e individualidades que de acuerdo a sus objetivos van a desempeñar diversas funciones. Es importante primero conocer cómo funcionan estos organismos, con el fin de determinar en qué grupo se encuentra el proyecto que estamos desarrollando y, en segundo lugar, definir las características de las audiencias a las que nos vamos a dirigir.

Todo organismo, individualidad o grupo cultural tiene dos características inamovibles y que les hace diferentes a otro tipo de entidades: una es que le concede al artista, al creador del producto, un rol importante (en más o menos medida) y, segundo, gestionan un producto que nace de un acto creativo.<sup>100</sup> Estas características estarán presentes en una entidad aunque sus funciones y objetivos varíen.

---

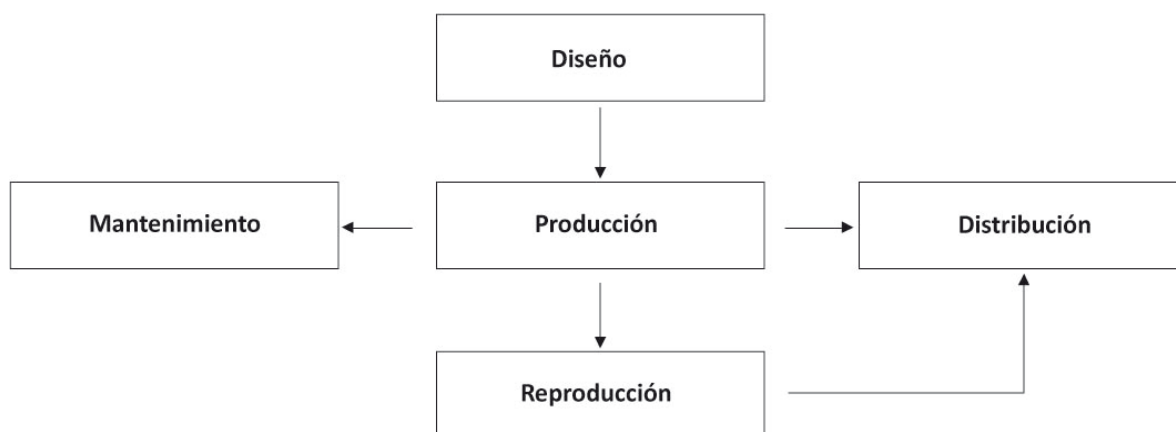
<sup>100</sup> Francois Colbert, Manuel Cuadrado, *Marketing de las artes y la cultura*, Barcelona, Ed. Ariel, 2010, pág. 16.

Una institución cultural puede diseñar, distribuir, producir, reproducir y mantener un bien, y puede realizar varias de estas actividades al mismo tiempo.<sup>101</sup> Por ejemplo una galería de arte no diseña las obras, pero si las distribuye. Tomando en cuenta distribuir en el término amplio de la palabra: muestran una propuesta artística, la difunden y la venden. En el caso de los museos, se dedican a mantener y distribuir. Hay incluso instituciones que realizan todas estas funciones, grupos de artistas que auto gestionan sus proyectos. Un ejemplo es el colectivo La Bicicleta, ellos diseñan y producen su obra, la distribuyen y la reproducen (en caso de ser necesario).<sup>102</sup>

En el siguiente cuadro podemos observar cuáles son las funciones de la que estamos hablando y cómo estas interactúan entre sí:

### **Función de las instituciones artísticas**

Figura 1 – Autor: Francois Colbert



103

Las galerías por lo general son distribuidoras de obras, sin embargo en algunos casos también guardan su colección de arte y esto las convierte en instituciones de mantenimiento. Las revistas por ejemplo son distribuidoras, ya que colaboran con la presentación de iniciativas artísticas al público objetivo, la revista Barranco es una evidencia de esto. Revista que recoge temas sobre arte, cultura, fotografía, etc.

<sup>101</sup> Francois Colbert, Op. cit., pág. 17.

<sup>102</sup> Colectivo de arte La Bicicleta, Internet. [www.colectivodeartelabicicleta.blogspot.com/](http://www.colectivodeartelabicicleta.blogspot.com/), acceso: 23 de julio de 2012.

<sup>103</sup> Francois Colbert, Op. cit., pág. 17.

Los museos en cambio se encargan de mantener las propuestas artísticas, pero en algunos casos también las distribuyen; los tomaremos en cuenta en el desarrollo del proyecto, porque en muchos de estos también se hacen exposiciones de arte visual. Existen cafeterías, restaurantes o bares que cumplen la función de las distribuir y se convierten en galerías, como lo es El Pobre Diablo.<sup>104</sup>

Las funciones y actividades, como ya se señaló antes, van a depender directamente de la misión u objetivos. En el caso de la plataforma artística No lugar su objetivo es:

...vincular las prácticas artísticas contemporáneas con la ciudad conformando un centro de exhibición, difusión, plataforma de debate y de reflexión para las prácticas emergentes en el contexto local y global.<sup>105</sup>

Esto quiere decir que ellos son distribuidores, pero además sirven al público brindándole un espacio en donde puedan compartir, debatir, reflexionar y vincularse con el arte contemporáneo. El artista visual, por ejemplo, es el diseñador y productor de la obra.

En el caso del Proyecto de comunicación para la difusión de la obra de Consuelo Crespo Dávila, la función que desempeñamos es la de *distribución*. Esta actividad engloba a la difusión y la comunicación de un bien o idea, ya que busca comercializar la obra.

Existen otras variantes que van a definir a una organización, persona o grupo, pero estas desde el punto de vista del marketing. La gestión cultural toma muchos elementos de este para sus diferentes procesos.

El marketing es una disciplina la cual su objetivo principal es la optimización de la relación entre empresas y clientes, y la maximización de su satisfacción mutua<sup>106</sup>. Se empezó a hablar de marketing de las artes en 1967 cuando Kotler en su primer manual señaló que las organizaciones culturales producían *bienes culturales*. Según esta visión, cualquier producto artístico puede y debe ser tratado como un *bien*, por lo que pueden intervenir la comercialización, la publicidad y la comunicación.<sup>107</sup> Esto lo podemos ver en la definición que se da en el libro *Marketing de las artes y la Cultura*:

---

<sup>104</sup> El Pobre Diablo-Café, Internet. [www.facebook.com/el.diablocafe](http://www.facebook.com/el.diablocafe), acceso 23 de julio de 2012.

<sup>105</sup> No Lugar, Información, Internet. [www.facebook.com/nolugarquito/info?ref=ts](http://www.facebook.com/nolugarquito/info?ref=ts), acceso 23 de julio de 2012.

<sup>106</sup> Francois Colbert, Op. Cit., pág. 20.

<sup>107</sup> Francois Colbert, Op. Cit., pág. 24.

Es el arte de alcanzar aquellos segmentos del mercado interesados en el producto adaptando a este las variables comerciales -precio, distribución y promoción- con el objetivo de poner en contacto al producto con un número suficiente de consumidores y alcanzar así los objetivos de acuerdo con la misión de la organización cultural.<sup>108</sup>

Existe una diferencia esencial entre el marketing común y el de las artes. El marketing común, está centrado en el consumidor, en sus necesidades. Mientras que el marketing de las artes está centrado en el producto. Este enfoque provoca que el modelo del marketing que se va a aplicar en una empresa sea diferente al que se puede aplicar en, por ejemplo, una galería. A continuación podemos ver el modelo de marketing tradicional:

### Modelo tradicional de marketing

Figura 2 – Autor: Francois Colbert



109

Este modelo empieza por el consumidor (lo que para el desarrollo de este proyecto sería el público) del cual se extrae la información que servirá a la empresa para determinar las estrategias de promoción o difusión del producto. También para definir un precio e incluso para la creación del mismo. El fin de este esquema es proporcionar al consumidor o

<sup>108</sup>Ibíd., pág. 16.

<sup>109</sup> Ibíd., pág. 28.

público potencial un producto diseñado para él, en base a los resultados del *sistema de información*.

Este sistema no serviría de la misma forma para las artes, ya que el producto proviene de un acto de creatividad y expresión; por lo tanto no es diseñado para satisfacer las necesidades de un público específico. El *marketing de las artes* empieza con la realización del producto y se vale de las herramientas de distribución y promoción para llegar al público. En el cuadro podemos ver más detalladamente cómo funciona:

### Modelo de marketing para las organizaciones culturales

Figura 3 – Autor: Francois Colbert



110

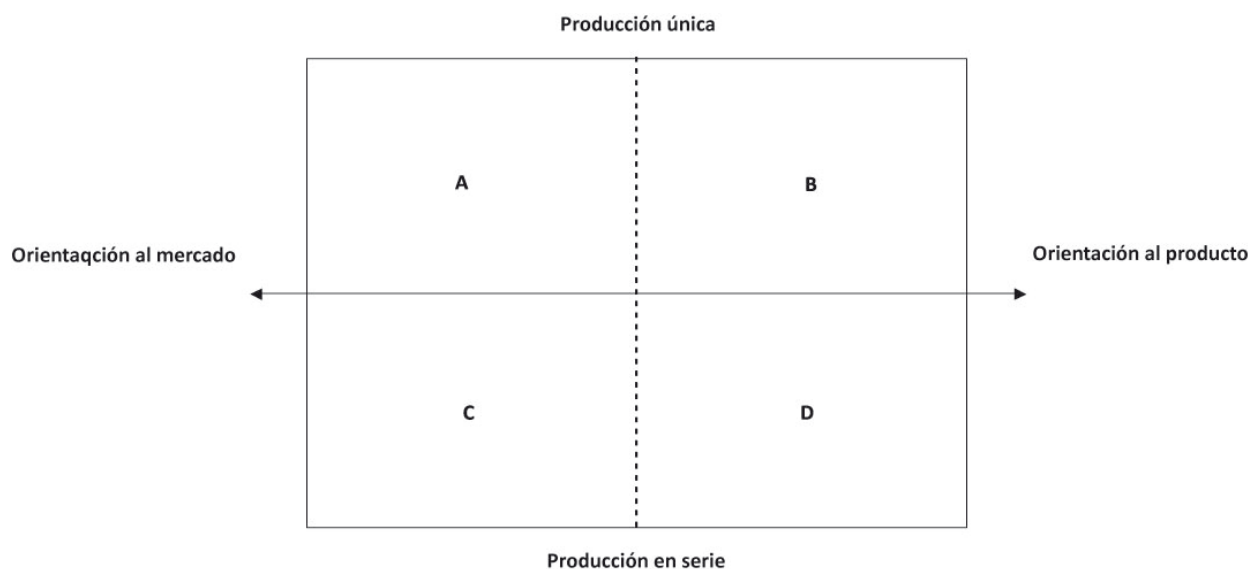
En el caso del arte, el *sistema de información* determina a qué público va a estar dirigida la obra. También define el precio (en caso de tenerlo), la distribución y la promoción o difusión. Finalmente, se comprueba si los objetivos y las expectativas han sido satisfechos.

De acuerdo a estas diferencias podemos clasificar a entidades o instituciones. Las variables que vamos a tomar en cuenta son: la *orientación hacia el producto* o la *orientación hacia el mercado* y el tipo de producción, si *el producto se lo hace en serie* o es *producto único*. De esta manera podemos catalogar entidades o instituciones, aunque algunas encontrarán entre ambos modelos. Podemos apreciar esto más detalladamente en el siguiente cuadro:

<sup>110</sup> Ibid., pág. 29.

## Criterios de distinción entre las organizaciones del sector de las artes e industrias culturales

Figura 4 – Autor: Francois Colbert



111

En el cuadro B donde existe una producción en serie y una orientación al mercado, están todas aquellas empresas que utilizan el modelo de marketing tradicional. Y en el cuadrante contrario, con una producción única y una orientación al producto, se encuentran las instituciones o artistas que deben utilizar el modelo de marketing de las artes.

Sin embargo, existen muchas instituciones que están entre ambos. Esto se debe a que existen organizaciones culturales que, en más o menos medida, toman en cuenta la inclinación del mercado. En el cuadrante D por ejemplo, existe una gran gama de instituciones en donde existe una centralización en el producto, pero existe una producción en masa. En este espacio pueden estar disqueras, productoras de cine, teatro, etc., en las cuáles existe un producto en el que se centraron pero se lo reprodujo varias veces.

Veamos cómo se aplica esto a instituciones reales de las cuales ya hemos hablado. El No Lugar promociona la obra de artistas y es un espacio de reflexión y apreciación del arte. En ninguno de los dos casos existe una reproducción en serie, pero en cuanto a las charlas, debates, foros, conversatorios y demás actividades de reflexión que se generan en este espacio, si responden a las necesidades del consumidor. Se buscan temas que puedan

<sup>111</sup> *Ibid.*, pág. 19.

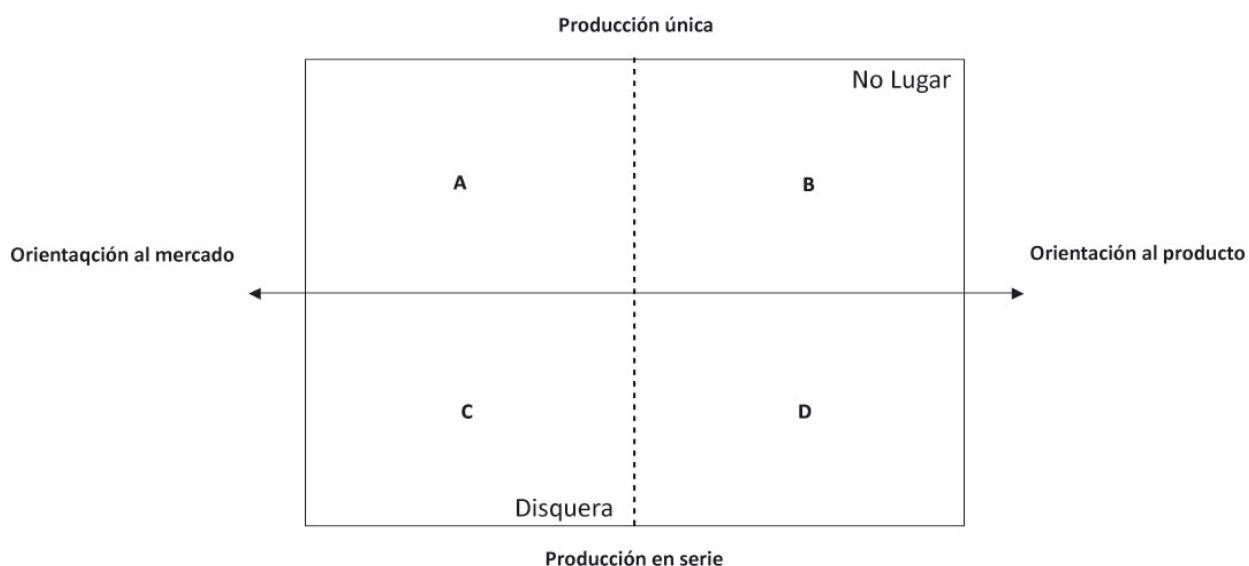
interesar a diversos públicos y se los presenta para satisfacer esta necesidad. Mas es importante notar que no se trata de satisfacer cualquier tema, sino los englobados en su *objetivo*.

No Lugar no busca beneficios monetarios, la razón de esta institución es generar un espacio de difusión, debate y reflexión en torno a las prácticas artísticas emergentes y vincularlas con la sociedad. Entonces de acuerdo al objetivo, sigue existiendo una preocupación también por el producto muy alta. Si tuviéramos que colocar en uno de los cuadrantes a este producto del No Lugar (Plataforma de debate y reflexión) lo colocaríamos donde se muestra en la figura 5.

En cambio, una disquera como Sony MusicEntertainment toma la obra de un artista y lo reproduce en serie para distribuirlos en todo el mundo. Su música en muchos casos responde a lo que los consumidores piden. Por más que el producto sea un bien cultural proveniente de la música y que nace de la creatividad de un artista, la disquera se encarga de escoger a los que respondan a las necesidades del público. La disquera Sony MusicEntertainment<sup>112</sup> estaría en la posición que muestra la siguiente tabla:

### Marketing y organizaciones culturales

Figura 5 – Autor: Francois Colbert



113

<sup>112</sup> Sony Music Entertainment, Internet. [www.sonymusic.com/](http://www.sonymusic.com/), acceso: 23 de Julio de 2012.

<sup>113</sup> Francois Colbert, Op. Cit., pág. 30.

Dependiendo de dónde se encuentra la institución podremos definir también la relación de ésta con el público: una empresa que busca satisfacer las necesidades del mercado (“el mercado es el conjunto de consumidores que manifiestan necesidades y deseos por bienes, servicios o ideas”<sup>114</sup>), por medio del *sistema de información* conocerá qué buscan su público potencial (consumidores) y hará un producto en función de la información que obtenga. Mientras que una institución cultural, de acuerdo a su posición en la tabla, buscará un público que quiera consumir su *bien cultural*.<sup>115</sup>

El *sistema de información* se aplica también en los proyectos de comunicación, con el mismo fin que se lo aplica en el marketing. Se reúne información sobre las audiencias y sus características, así como en la *producción, circulación, recepción y resignificación de los mensajes*; a esto lo llamamos diagnóstico.<sup>116</sup>

Precisamente para realizar un proyecto de comunicación en el diagnóstico es necesario identificar: las audiencias o público, sus capacidades o necesidades e identificar los *circuitos de comunicación*<sup>117</sup>, que son los espacios dónde se difunden e intercambian mensajes.<sup>118</sup> Este método de clasificación de las instituciones que hemos señalado, nos servirá para definir nuestras audiencias o público objetivo y sus características.

Pero es importante primero entender qué son las audiencias o público desde el punto de vista de la realización de proyectos de comunicación: son “grupos de actores involucrados en un proyecto que comparten espacios institucionales, intereses, características sociodemográficas y /o consumos culturales, que constituyen, por lo tanto, una comunidad.”<sup>119</sup>

Existen varias audiencias o públicos con los que una entidad, grupo o persona va a interactuar al momento de comunicar. Para las instituciones culturales existen cuatro grandes segmentos: el *consumidor*, los *intermediarios*, el *Estado* y los *patrocinadores*. Las

---

<sup>114</sup> Francois Colbert, Op. Cit., pág. 30.

<sup>115</sup> Ibid.

<sup>116</sup> Daniela Bruno, *Elaborando proyectos de comunicación para el desarrollo*, Argentina, UNICEF, 2006, pág. 50.

<sup>117</sup> Daniela Bruno, Op. Cit., pág. 51.

<sup>118</sup> Idíd., pág. 54.

<sup>119</sup> Ibid., pág. 41.

estrategias deben ser diferentes para cada uno de estos, ya que responden a distintas motivaciones.<sup>120</sup>

Al *Estado* lo incluiremos en el segmento de *patrocinadores*, ya que las entidades estatales a las que nos dirigiremos cumplen la misma función que estos. El *consumidor* no solo es quien compra una obra en el caso del arte, sino que son aquellos que asisten a eventos artísticos para admirar una propuesta artística.

Los *intermediarios* son aquellos que de una u otra forma intervienen en alguno de los procesos que hemos señalado: *distribuir*, *mantener*, *producir* y *reproducir* (en este caso *diseñar* no tomamos en cuenta, porque esta acción la realiza la artista), entre estos están los periodistas, galerías de arte, curadores, críticos, entre otros.

Los *patrocinadores* brindan apoyo a un proyecto, entidad o persona, pero están divididos en tres tipos: *patrocinadores*, que son aquellos que brindan apoyo institucional, dan fortaleza por medio de su buen nombre o marca; los *auspiciantes*, son aquellos que dan su apoyo por medio dinero, bienes o servicios; y los *colaboradores*, son las entidades o personas con los que se hace un canje en el que se genera ayuda mutua.<sup>121</sup>

Estos segmentos están conformados por diversos grupos de interés, que se los conoce también como stakeholders. Estos son los actores que de una forma u otra interactúan con una empresa u organización. R.E. Freeman nos explica que cada uno de estos “tiene un rol vital el éxito del negocio de una empresa”.<sup>122</sup> De igual forma, afectan al éxito de un proyecto o una persona, en este caso un artista.

Segmentando el público y señalando los stakeholders, podemos ser más eficientes al momento de diseñar las estrategias. Mientras más delimitemos las características del grupo al que vamos a comunicar el mensaje, más fácil será determinar las acciones, ya que éstas dependen mucho de las particularidades de cada uno.

Para conocer a los stakeholders, primero debemos conocer el producto con el que vamos a trabajar. Es esencial analizar y describir el mismo, que en este caso es la obra de Consuelo

---

<sup>120</sup> Francois Colbert, Op. Cit., pág. 66.

<sup>121</sup> Claudio di Girolamo Carlini, *Orientaciones a gestión de proyectos culturales*, Santiago de Chile, Ministerio de Cultura, 2001, pág., 17 y 18.

<sup>122</sup> Edward Freeman, *Strategic management: A stakeholder approach*, Cambridge, Cambridge University Press, 2010, pág. 25.

Crespo Dávila. Una vez que lo entendamos, será más fácil determinar quiénes son nuestros grupos de interés. Además, es analizando la propuesta artística de Consuelo deberemos desarrollar los mensajes que queremos transmitir.

Analizaremos los *circuitos de comunicación*, con el fin de encontrar y determinar las características de los espacios donde se producen intercambios de mensajes afines a esta propuesta.<sup>123</sup>

Luego realizaremos un análisis del entorno en el que se desenvuelve el arte, donde conoceremos las ventajas y desventajas con las que podríamos tropezarnos dentro de aspectos económicos, sociales, políticos, tecnológicos y culturales. Finalmente, con estos dos elementos elaboraremos un análisis FODA que nos permita tener una visión resumida y real de la realidad de nuestro producto y el escenario en el que se desenvuelve.

### 1.3.1 Desde la comunicación

Para analizar y conocer cada uno de los elementos que acabamos de señalar, es necesario sentar las bases teóricas comunicacionales en las que se basarán el estudio y posteriormente, las estrategias de comunicación.

Se ha hablado hasta el momento de marketing y de gestión cultural, con el fin de conocer las áreas que han intervenido en la difusión y comercialización del arte visual contemporáneo, y así establecer una relación con la comunicación y los elementos que podemos trabajar desde este ámbito.

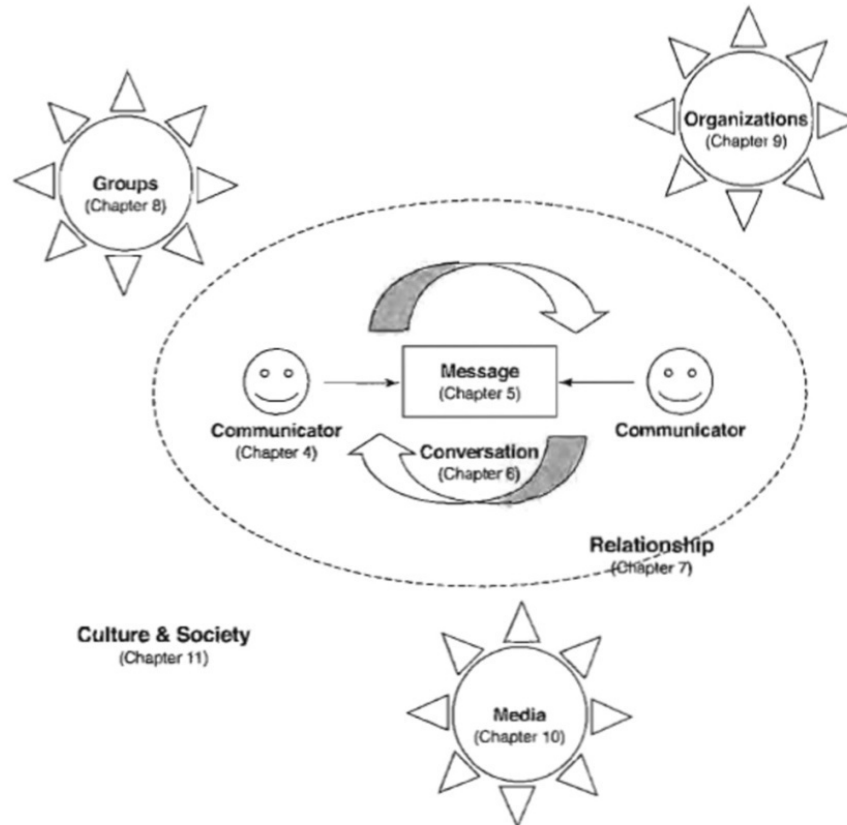
En la comunicación existe el individuo que transmite una idea, el mensaje y quien lo recepta. Pero existen varias formas de entender este proceso y varias formas de estudiar y analizar sus partes. Incluso existen otros elementos que intervienen y que también pueden ser estudiados. Para el desarrollo de esta disertación vamos a tomar en cuenta algunas de las teorías existentes, pero adaptadas al siguiente modelo:

---

<sup>123</sup>Daniela Bruno, Op. cit., pág. 54.

## Los contextos expansivos para la teoría de la comunicación

Figura 6 – Autor: Littlejohn y Foss



124

Nos centraremos en los elementos que intervienen en mayor medida en el proceso de comunicación que buscamos realizar, estos son: el *comunicador*, el *mensaje*, la *conversación* y los *medios*.

En este modelo se entiende *comunicador* como alguien que puede ser receptor o emisor de un mensaje y por lo tanto, ambos comparten características que serán determinantes para entender su relación con la información, sin importar el rol que estén desempeñando. Para el desarrollo de la disertación nos centraremos en el comunicador como el receptor, ya que buscamos entender las características de las personas a las que estarán dirigidas las estrategias.

Según lo que señala Stephen W. Littlejohn en su libro *Teorías de la comunicación humana*, existen dos variables que afectan a la actitud de un comunicador, el *balance* y el

<sup>124</sup> Stephen W. Littlejohn, Karen A. Foss, *Theories of human communication*, Estados Unidos, Thomson Wadsworth, 2008, pág. 52.

*peso*. El *balance* se refiere a la información que se está recibiendo o entregando, si ésta es acorde o no a las creencias del individuo. Y el *peso* en cambio se refiere a la importancia que se le da a la información, dependiendo de la credibilidad que esta tenga para cada persona.

El *balance* expresa cómo afecta el mensaje y el *peso* cuánto afecta.<sup>125</sup> Es importante tomar en cuenta la importancia que tienen las creencias al momento de transmitir un mensaje, porque este puede no ser tomado en cuenta. O un cambio de actitud puede darse cuando la información viene de una fuente considerada confiable, a pesar de no ir acorde a las creencias del comunicador. Por lo que si se va a transmitir un mensaje que no es acorde a las creencias de la audiencia, es esencial buscar un canal o fuente que sean confiables para estas personas.

Los *líderes de opinión* que “actúan como catalizador de la formación de la *opinión pública* sobre determinadas cuestiones<sup>126</sup>”, son fuentes de información que suelen tener credibilidad. Esto va a depender de si son formales, donde dependen de su posición, pueden ser periodistas o trabajar en puestos influyentes; o pueden ser informales, donde generan esta influencia por sus habilidades, conocimientos y experticia<sup>127</sup>.

Entender al público al que se transmitirá un mensaje es muy importante. Es por eso que hacemos énfasis en dividirlos en grupos y analizar las características de cada uno de estos. Es por eso que el mensaje también debe ser estudiado, con el fin de que genere el mayor impacto posible.

Un mensaje además de ser claro, conciso, debe ser planteado bajo unos objetivos claros. Littlejohn dice: “...conocer las palabras no basta. Conocer lo que se quiere lograr con las palabras es vital”<sup>128</sup>. De acuerdo a esto, detrás de todo mensaje existe una intención y un efecto, es por esto que se lo denomina el acto del habla.

El mensaje tiene tres elementos según el acto del habla: el acto locutivo, que es lo que se dice, la oración o frase; el acto ilocutivo, que es la intención detrás del mensaje; y el acto perlocutivo, que es el efecto que este produce. Los mensajes que se diseñaran para el

---

<sup>125</sup> Ibid, Pág. 76.

<sup>126</sup> David Cadelvilla Domínguez, *Manual de relaciones públicas*, Madrid, Editorial Visión Net, 2007, pág. 116.

<sup>127</sup> Ibid.

<sup>128</sup> Stephen W Littlejohn, Op. cit., pág. 112.

proyecto deben responder a unos objetivos, con lo que se formará el acto locutivo y posteriormente se esperará el acto perlocutivo que no siempre responde lo esperado, pero siempre produce una respuesta.<sup>129</sup>

Las respuestas generadas ante el mensaje pueden ser tanto de la parte que emitió el mensaje como de la parte que los recibió, esta reacción genera una *conversación* entre ambos. La *conversación* es el acto de conocer a otras personas, otras ideas, otros grupos, etc. y ésta impulsada no solo por el mensaje que se transmitió, sino también por la incertidumbre.

Todo ser humano se siente atraído por conocer aspectos desconocidos y hay dos maneras de generar acercamiento para que comience una *conversación* y se transmitan mensajes: existen *estrategias pasivas* y *estrategias interactivas*. Las primeras se dan por observación y generalmente el mensaje se lo emite por canales donde no hay respuesta directa, puede haber un cambio de actitud, más no un mensaje de regreso. En la segunda, existe interacción entre la persona que emite el mensaje y quién lo recibe. Dependiendo del mensaje y la respuesta que se quiera obtener, pueden diseñarse estrategias.<sup>130</sup>

Finalmente, hablaremos de los medios de comunicación que será uno de los principales instrumentos para la realización de las estrategias del proyecto. La *Teoría de los Nuevos Medios* nos habla de un periodo en el que los avances tecnológicos permiten y ayudan a la creación de nuevos y diferentes canales de comunicación.

Cuando se habla de los Nuevos Medios de comunicación el autor se refiere al internet y todas sus posibilidades, a los celulares, a los Smartphone, a las tablet, etc., que han cambiado la forma en que transmitimos información. La teoría explica que existen seis diferencias elementales en la *primera era de la comunicación* y la *segunda era de la comunicación*: en la primera era, los principales medios de comunicación eran la televisión, la radio y la prensa escrita.

Según esta teoría esta *primera era de la comunicación* se caracterizaba por una producción centralizada, por ser una comunicación unilateral, en muchos de los casos existía un control por parte del estado, se representaba una estratificación social y la desigualdad, las audiencias eran masivas y se moldeaba una sola representación social. Mientras que la

---

<sup>129</sup> *Ibíd.*

<sup>130</sup> *Ibíd.*, pág. 149 y 150.

*segunda era de la comunicación* se caracteriza por ser descentralizada, es una comunicación bilateral en la que el emisor y receptor intercalan roles, está más allá del control del estado, es democrática, promueve la conciencia individual y muestra varias representaciones sociales.<sup>131</sup>

Hoy en día, las tecnologías de la comunicación (TIC) permiten que nos comuniquemos de manera casi inmediata. Además, que facilita el acceso a la información y a la generación de información.

Hemos hablado de algunos de los elementos que intervienen en la comunicación, existen otros elementos como se puede apreciar en el inicio de este subcapítulo como lo son la organización, sociedad y la cultura, los grupos y la relación que se genera en un proceso comunicativo. Sin embargo, para la realización de este proyecto nos hemos centrado en los nombrados aquí.

---

<sup>131</sup> *Ibíd.*, pág. 292.

## Capítulo 2

### El producto: Consuelo Crespo y su obra.

#### 2.1 Obra

Como hemos señalado en algunas ocasiones, para poder difundir y posicionara a la artista y su obra debemos primero conocer el producto con el que vamos a trabajar. Al conocer las características del mismo podremos diseñar el mensaje que se transmitirá. Por eso en este capítulo se describe la obra de Consuelo Crespo a lo largo de su trayectoria como artista, con lo cual nos daremos cuenta de la evolución de la misma y su estado actual.

También describimos a la artista, a pesar que ha señalado que hoy en día no es importante el artista detrás de la obra. Sin embargo, es importante conocer ciertos detalles de la vida y personalidad de Consuelo con el fin de entender sus necesidades y objetivos, además esto nos ayudará a determinar cómo se dará su relacionamiento con el público y en qué medida la artista se convertiría en participe de las estrategias de comunicación. Durante el desarrollo del proyecto determinaremos cómo se va a realizar esto.

Al tener el conocimiento del producto que vamos a estudiar y entenderlo, será mucho más sencillo determinar los espacios que utilizaremos para la difusión, los líderes de opinión con los que nos relacionaremos y las actividades o acciones que se realizarán.

El producto del que hablaremos en este segmento es una expresión espontánea y personal de una persona, por lo tanto no es sujeto a cambio. No podemos cambiar la propuesta de un artista porque no nos centramos necesariamente en satisfacer una necesidad de un público determinado, sino más bien buscamos un público para la obra que ya está formada y realizada.

Consuelo Crespo nació en 1961 en la ciudad de Quito, sus padres son José Crespo Toral y Mercedes Dávila Cajas y es la tercera de cinco hermanos. Como la artista ha señalado que no tiene relevancia hablar sobre su vida sino más bien de su obra, esto es lo único que señalaremos antes de empezar con las artes con el fin de contextualizar su formación.

Consuelo se inscribió en la escuela de la Facultad de Artes en 1982, después de un año de haber realizado prácticas de dibujo en Inglaterra. Comenzó a estudiar en un periodo en el que se había creado, gracias al boom del petróleo, un incipiente mercado del arte. El arte se

había convertido en una forma de mostrar estatus social y esto motivó el coleccionismo de obras. Incluso la Facultad de artes había sido recientemente formada, la primera promoción egresó en 1975. Consuelo nos cuenta cómo veía ella la facultad en la época en que ella fue por primera vez estudiante:

La facultad de artes de la Universidad Central del Ecuador en ese entonces era muy parecida a la de ahora con la diferencia que como docentes habían artistas como Muriel, Osvaldo Moreno, Mauricio Bueno que eran verdaderos artistas que cuestionaban el arte o cómo se miraba el arte, aunque dentro de una perspectiva modernista.<sup>132</sup>

El ámbito artístico en el que Consuelo Crespo se desarrollaría era prometedor. Muchos jóvenes optaron por esta alternativa, Lenin Oña afirma que el número de artistas aumentó.<sup>133</sup> Existía una gran aceptación del arte que se venía desarrollando. Al ser un mercado en crecimiento había gran cantidad de galerías, las cuales abrían sus puertas a nuevos artistas. Existía una inclinación por la cultura y el arte, que la preservación de la identidad y las facilidades económicas habían propiciado.

El arte había pasado por un periodo de turbulencia, en donde se había criticado mucho el indigenismo realizado por Guayasamín, Kingman, etc. Artistas como los del grupo de los VAN y luego los Cuatro Mosqueteros, habían introducido en el Ecuador nuevos conceptos y diferentes expresiones. Se empezó a trabajar con nuevas técnicas como el collage y el grabado. Se dejó de lado la temática indigenista para empezar a trabajar la identidad del individuo latinoamericano. La artista describe un poco el entorno que ella conoció a continuación:

...Osvaldo Moreno, Guillermo Muriel, con propuestas salidas de una postura política, y la memoria con temáticas ancestralistas liderados por Enrique Villasis, Távara, Osvaldo Viteri, Maldonado y el advenimiento de los neofigurativos como los cuatro mosqueteros, Nicolás Svistonoff, Mauricio Bueno que venía estudiando en Norte América con aires renovados, en escultura, la escultura muralista de Jaime Andrade le cedía el paso a Estuardo Maldonado y Milton Barragán que desembocó en la

---

<sup>132</sup> Entrevista Consuelo Crespo, Op. cit.

<sup>133</sup> Lenin Oña, *Arte*, Op. cit., pág. 187.

escultura de los años 90s de las Cuadras, tenía una perspectiva modernista donde los artistas eran genios.<sup>134</sup>

El modernismo no fue aceptado en sus comienzos, pero para la década de los 80s cuando Consuelo empieza sus estudios era lo contemporáneo, lo que se hacía en la época. Entonces la artista empieza a desarrollar habilidades propias de las técnicas modernistas como la escultura, la pintura, el dibujo, el grabado, etc.

La artista afirma que era muy difícil el comienzo a pesar de que era un periodo en que existía un incipiente mercado del arte.

La Galería era el lugar donde se legitimaba una obra y allí apuntábamos todos los principiantes. Comenzar a producir obra en este contexto donde había artistas consagrados era muy difícil, estaba Marcelo Aguirre y Luigi Stornaiolo estaba debutando, como también Juan Hormaza. Era difícil empezar porque armarse un taller o abrir un espacio se necesitaba un capital, por lo tanto siempre pensaba en una obra con materiales pobres o reciclados, tenía en la cabeza construir unos árboles de papel, era una época donde comenzaba a asomar el ecologismo con los verdes en Alemania y Joseph Beuys y su escultura social.<sup>135</sup>

Sin embargo, en 1986 Crespo tiene que dejar la universidad para cuidar a su primera hija, que nacería en septiembre de ese año. Durante ese tiempo Consuelo comienza a realizar esculturas conmemorativas para poder mantener a su familia.

Tuve mi hija y eso limitó mi tiempo de dedicación a las artes, porque había que mantenerle, pero construí un pequeño taller donde comencé a trabajar con cerámica aunque no había sido mi especialización. Para poder mantener la familia comencé a hacer escultura conmemorativa que era mejor pagada, pero sentía que estaba claudicando con mi propuesta y que me estaba vendiendo.<sup>136</sup>

Estas actividades repercuten de gran manera en la obra de la artista, por lo que es una etapa muy significativa de su formación. Consuelo afirma que sus primeras propuestas estuvieron influenciadas por su maternidad:

Con las primeras obras que hice quise sobre todo vencer el formato de pequeña escala que tenían las obras costumbristas que se hacía en cerámica, estaba conmovida con la

---

<sup>134</sup> Entrevista Consuelo Crespo, Op. cit.

<sup>135</sup> *Ibid.*

<sup>136</sup> *Ibid.*

maternidad y la lucha por la vida, y realmente consternada por el crecimiento poblacional y con el poco espacio que nos quedaba para tener una vida en contacto con lo natural. Las piezas que construí eran con cordel envolvente que partían de triángulos e iban subiendo sin tener estructura, evocaban a la cerámica precolombina pero no eran funcionales, ahora que las veo tienen un aire oriental.<sup>137</sup>

Con estas obras Consuelo realizó su primera exposición la cual fue llevada a cabo en La Casa de la Cultura en la sala Miguel de Santiago. Esta fue realizada en 1993 una época en donde todavía este recién formado y joven mercado del arte, existía. Esta exposición abrió las puertas a la artista sobre todo en el ámbito comercial, sus obras se vendieron e incluso fueron compradas por el hotel Oro Verde (Actualmente Swissotel); lugar en el que encuentran hasta el día de hoy.

Para ese entonces todavía había varias galerías en Quito y estos eran los espacios donde se legitimaba el arte. La Galería y Art Forum pueden ser de las más destacadas según señala la artista. Estas estaban constantemente trayendo obras de afuera e impulsando a los artistas ecuatorianos. Sin embargo, todo el movimiento artístico que se daba en torno a las galerías, mostraban un arte moderno mientras que en otros países se hablaba de arte contemporáneo.

Era una época en donde todavía existía un coleccionismo, el mercado del arte que se había formado prevalecía. No fue sino hasta 1999 con la crisis bancaria que realmente el mercado del arte se vería definitivamente afectado. Por lo tanto, las ventas de esculturas o cuadros se daban con mayor intensidad que actualmente. Pero no solo influye la crisis en este hecho, sino el tipo de arte que se realizaba.

En el Ecuador justamente en los 90s se empieza a notar que en otros lugares se están haciendo cosas diferentes dentro del arte. Muchos artistas empiezan ya a explorar nuevas técnicas y formas, como lo hemos señalado en el capítulo anterior. Consuelo Crespo no se queda atrás y sus obras fueron evolucionando dentro de la cerámica, utilizó la misma técnica pero sus formas cada vez fueron haciéndose más complejas.

Pronto me cansé de esa estética que se repetía y comencé a construir figura humana siempre queriendo romper con la escala y con lo alegórico de la escultura de los

---

<sup>137</sup> *Ibíd.*

*escultores de las cuerdas*. Entonces comencé a construir dorsos, caderas, donde el dolor y el paso de la vida se sintieran...<sup>138</sup>

Estas partes de cuerpo también fueron desarrolladas con la técnica del cordel, utilizando como materia prima la cerámica. A continuación podemos ver algunas de estas obras:



Foto 4

**Cadera (1995)/ Consuelo Crespo**

139

Estas fueron exhibidas por primera vez en la Alianza Francesa en 1995 y luego en algunas exposiciones colectivas. El primero que realizó fue el torso de una mujer aparentemente vieja, con lo que la artista buscaba de cierta forma retratar más la realidad que le rodeaba, buscaba hacer algo más real.

En esta misma exposición Consuelo muestra unas piezas construidas con engrudo, cemento, papel periódico. La artista da un significado a cada uno de estos elementos que crecen sin una forma determinada. Ella nos explica:

Hice un trabajo en papel no como aquel que había planeado anteriormente sino un trabajo donde el acto de crecer la obra era un trabajo rutinario que perdía la autoría, donde el gesto de poner era el que construía la obra, entre el engrudo mezclado con el cemento con la intención de construir sin estructura o que la propia materia sea la estructura, sin conseguir que el cemento ligue con el papel y con el engrudo. Casi como sucede con los materiales en la vida normal; el cemento representado el

<sup>138</sup> *Ibíd.*

<sup>139</sup> Archivo de la artista Consuelo Crespo.

progreso por lo tanto a la cultura falocéntrica, el engrudo a la mujer y su entramado y el papel periódico el diario devenir y la cotidianidad.<sup>140</sup>

En la siguiente foto podemos ver cómo eran estas piezas:



Foto 5

**Churo (1995)/ Consuelo Crespo**

141

Consuelo nos cuenta que no siguió realizando este tipo de piezas debido al espacio y la dificultad que esto significaba para hacerlo. Los materiales y el tamaño requerían de un espacio más abierto. Mientras que el trabajo en cerámica era mucho más sencillo, no se requería un espacio demasiado grande y el material era mucho más maleable.

Estos torsos fueron el comienzo un acercamiento al cuerpo humano, la artista empezó a realizar cuerpos completos. Así realizó su siguiente exposición en la que mostraría figuras de adolescentes. Dejó de hacer partes de cuerpo, como lo venía haciendo, y desarrollo cuerpos completos. Crespo afirma que lo que buscaba era crecer y avanzar en su obra, por eso quería hacer piezas de cuerpo completo. Pero además le gustaba la idea de hacer niños – adolescentes, ya que sus dos hijos estaban en etapa de crecimiento y quería representarlos.

Esta obra fue presentada en el Art Forum en 1996, a continuación podemos ver algunas de sus piezas:

---

<sup>140</sup> Entrevista Consuelo Crespo, Op. cit.

<sup>141</sup> Archivo de la artista Consuelo Crespo.



Foto 6

**Adolescentes (1996)/ Consuelo Crespo**

142

Así poco a poco se fueron ideando Los Hombres que serían su siguiente obra. Desarrollados con la misma técnica que había utilizado en propuestas anteriores, pero esta vez con un mensaje mucho más fuerte y elaborado.

...esto desembocó en la construcción de mis hombres, una escultura de hombres sin estructura de los pies hasta la cadera pasando por los genitales, donde se veía unos hombres descubiertos, que no cumplen con el paradigma del hombre; inteligente y perfecto que no muestra su cuerpo, porque lo niega, el único cuerpo que se permite representar desnudo es el de mujer.<sup>143</sup>

Estos fueron presentados en La Galería en 1999, en una exposición que realizó la artista en este espacio. A continuación podemos ver unas imágenes de Los Hombres:

---

<sup>142</sup>Ibíd.

<sup>143</sup> Entrevista Consuelo Crespo, Op. cit.



Foto 7



Foto 8

### **Hombres / Consuelo Crespo**

144

Consuelo afirma que esta obra tiene una connotación social, en la que se muestra al hombre diferente a cómo es percibido normalmente: alejado del rol otorgado por la cultura, se puede ver a un hombre incapaz de mirarse a sí mismo y por lo tanto vacío. Y finalmente solo quedan las huellas de esta realidad en sus expresiones corporales.

Los 90s fueron años de transición e inestabilidad pero en 1999 el país se encontró con la crisis bancaria, lo que cambió radicalmente el mercado del arte. El coleccionismo de arte que se había visto hasta la fecha, se vio afectado por las grandes pérdidas de muchísimas familias ecuatorianas. Para este entonces la artista ya había buscado algunas alternativas de ingresos. Realizó varias actividades, entre trabajos a pedido y clases.

En 1993 empieza dando clases en la Universidad San Francisco de Quito y luego en el 2001, empezaría a dar en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, donde hasta el momento es profesora. Esto en el futuro le ha permitido a la artista estar constantemente actualizándose en cuanto a conocimientos y le ha permitido desarrollar nuevas propuestas.

A partir de 1999 se cierran todas las galerías privadas de Quito por el fuerte impacto de la crisis, lo que imposibilitó a muchos artistas de un espacio donde mostrar su arte. Sin embargo Consuelo siguió trabajando algunas obras, paralelo a las clases y trabajos a pedido, que le ayudaban a mantener a su familia. Durante estos años realizó algunas exposiciones colectivas, lo que le permitió seguir produciendo, aunque en menor escala.

---

<sup>144</sup> Archivo de la artista Consuelo Crespo.

A continuación, algunas de las propuestas que fueron presentadas hasta 2003 en exposiciones colectivas:



Foto 9

**Mano de obra barata (2000)/  
Consuelo Crespo**

145



Foto 10

**Virgen (2001)/ Consuelo Crespo**

146

---

<sup>145</sup>Ibíd.

<sup>146</sup>Ibíd.



Foto 11

**Casco (2003) / Consuelo Crespo**

147



Foto 12

**Vírgenes (2002) / Consuelo Crespo**

148

---

<sup>147</sup> Ibid.

<sup>148</sup> Ibid.

Estas fueron el resultado de un cuestionamiento por parte de la artista a la obra que había hecho hasta entonces. La artista afirma que consideraba que las propuestas que había desarrollado antes de éstas para ella no tenían fundamento teórico. Esto que se había vuelto tan importante con el post modernismo, el fundamento teórico, comenzó a impactar en el Ecuador desde los 90s. Pero con el surgimiento cada vez más marcado, de la globalización comenzó a desarrollarse más. Y esto vino acompañado por algunos críticos extranjeros que llegaron al país.

Consuelo afirma que la llegada de estos críticos de arte le permitió conocer realmente lo que sucedía en el extranjero. La artista se acuerda sobre todo de María Guadalupe Álvarez (cubana), Víctor Manuel Rodríguez (colombiano). Sintió que su obra era cuestionada y esto la obligó a investigar y estudiar para actualizarse.

Con esta inquietud fue que realizó las propuestas que pudimos observar anteriormente. En estas obras existe un concepto mucho más elaborado que en sus propuestas anteriores. Además empieza a tratar otras temáticas, ya no desde su punto de vista personal, sino también desde un pensamiento más social y político.

También buscó nuevos materiales, diferentes a la cerámica que había trabajado desde los inicios de su carrera. Consuelo empezó a trabajar la parafina y el hierro. Utilizó audio, video que era algo que los avances tecnológicos habían propiciado. Como hemos visto en capítulos anteriores, cualquier material es válido para generar una propuesta y la artista empieza a desarrollar esto. Incluso nos comentó que ratificó su obra anterior, introduciéndose en sus propias ideas para darles una estructura teórica.

En 2003 Crespo presenta la obra de las *Virgenes* en cera en la Naranjilla Mecánica. Posterior a esta obra deja de producir por algún tiempo. Se dedica a su familia, sobre todo a sus hijos y deja un poco de lado el arte. Se dedica a la docencia ahora solamente en la PUCE.

También continuó trabajando en esculturas a pedido, la cual ha sido una de las actividades constantes en su vida y ha permitido que conozca la realidad del país a través de esta actividad. Muchas de estos fueron representaciones de importantes personajes para el Ecuador como Eloy Alfaro:



Foto 13

**Hidalgo (2006) / Consuelo Crespo Crespo**

149



Foto 14

**Eloy Alfaro (1995) / Consuelo**

150

Además, esta la realización de estos permitió que desarrolle su última obra “El lugar de la sospecha”. La artista así lo afirma:

Las esculturas conmemorativas me ha hablado de la necesidad de un pueblo de constituir una serie de imaginarios para pensarse como nación, y eso ha hecho que yo pueda cuestionar precisamente ese lugar en mi última obra.<sup>151</sup>

Esta última obra consta de varios retratos en cerámica de distintos personajes. Estos fueron escogidos por sus oficios y por lo que representaban: está la virgen, la policía, el

---

<sup>149</sup> Ibid.

<sup>150</sup> Ibid.

<sup>151</sup> Entrevista Consuelo Crespo, Op. cit.

funcionario y Fabricio. Son varios retratos de cada uno de estos colocados en orden, cada uno con diferente expresión:

**El lugar de la sospecha (2010)<sup>152</sup> / Consuelo Crespo**



Virgen

Foto 15



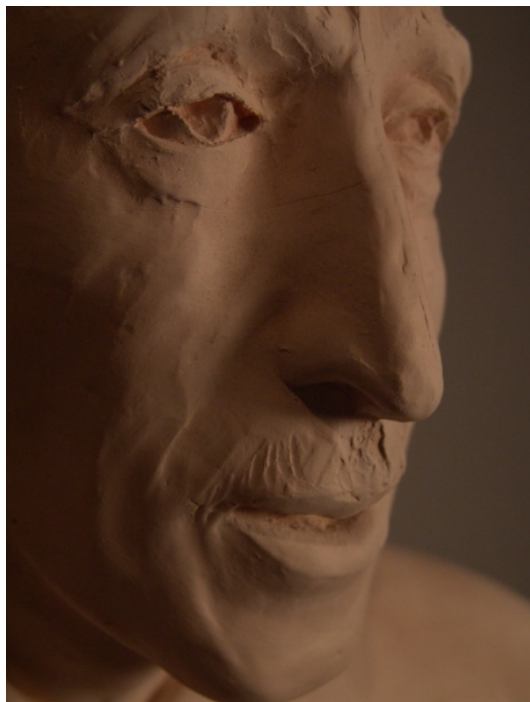
Fabricio

Foto 16

---

<sup>152</sup> Archivo de la artista Consuelo Crespo.

Como podemos ver en estas imágenes, cada una de las representaciones tiene una expresión diferente, por más que se trate de la misma persona. La policía y el abogado iban acompañados de un audio con la entrevista realizada a ellos mismo antes de realizar el retrato.



Funcionario

Foto 17



Mónica

Foto 18

El diario La Hora explica que la obra “habla desde el mito y el anti héroe, en donde exhibe al sujeto que se expone como el signo donde hace sentido el vaciamiento”<sup>153</sup>. Consuelo explica para este mismo diario lo siguiente:

Los retratos son de personas existentes, que lidian su día a día convertidos en lo que son, en quienes yo puedo observar el ‘síntoma’ en donde me muestran los signos engañosos, que me permiten la construcción del ‘anti héroe’, ese ser que habita la ciudad constituyéndola como el lugar donde se suceden los encuentros de mundos extraños.<sup>154</sup>

Esta exposición fue realizada en septiembre de 2010 en Arte Actual y es la obra más reciente de la artista. Consuelo tiene en mente llevar esta obra a varias ciudades del país e incluso al extranjero. Esto será tomado en cuenta para el desarrollo de las estrategias. Además del resto de objetivos que se ha planteado con la misma y nuevas propuestas que se presenten.

## 2.2 Objetivos de la artista

La artista tiene trayectoria y el ser profesora le ha permitido relacionarse con actores del ambio artístico y mantenerse actualizada, además ha realizado varias exposiciones que hay permitido darla a conocer. Sin embargo, con este proyecto buscamos darle un nuevo impulso y para esto necesitamos saber lo que Crespo busca para ella misma y su obra. Es evidente que se requiere un posicionamiento, pero al público al que se dirijan las estrategias, los lugares a los que nos vincularemos y los medios por los que nos comunicaremos, dependerán de los objetivos que ella plantee.

Por eso es importante no solo conocer cómo se ha desarrollado su vida profesional a nivel artístico y la evolución de sus propuestas a lo largo de los años, sino también lo que la artista busca para sí misma, o mejor dicho, para su obra.

Buena parte de la entrevista que se realizó se centró en determinar los objetivos de Consuelo Crespo para ella misma y su obra. Uno de los elementos que se destacan, es que la artista busca separar su obra de ella misma. Es decir ella no busca posicionar su nombre, sino a su propuesta artística.

---

<sup>153</sup> Esculturas que retratan personalidad, Internet. <http://www.lahora.com.ec>, acceso: 22 de agosto de 2012.

<sup>154</sup> *Ibid.*

Al difundir la obra de Consuelo Crespo se está al mismo tiempo resaltando a la artista, sin embargo ella afirma que actualmente las propuestas están separadas de quienes la idearon. Ya no estamos hablando del modernismo en donde el artista era un genio creador, ahora el arte está por encima de su creador. Esta es la razón de la importancia de no centrar el proyecto en Consuelo Crespo, sino más bien en su obra. Por lo que los mensajes deberán mostrar la obra, sus ideas y conceptos, fotos, entre otros. A la artista solo se la nombrará en referencia a sus propuestas.

Esto en cuanto al producto, ahora hablando sobre el público del arte, le hemos preguntado a Consuelo cuál es la audiencia a la que ella considera que debería estar dirigida su obra. A lo que señaló lo siguiente: “Yo creo que la obra una vez que se hace tiene un desenvolvimiento que es el suyo y tiene que ser vista por quien se interese en lo que uno está haciendo”.<sup>155</sup>

No podremos decidir realmente a qué grupo dirigirnos porque no es lo que busca la artista, sino cómo llegar a todos estos para que finalmente se cree un público para su obra. De todas formas con el análisis que hemos realizado anteriormente, podremos determinar la menor cantidad de segmentos del mercado posible y actuaremos respondiendo a esto. Escogeremos los más afines a la muestra de Consuelo y de acuerdo a esto desarrollaremos las estrategias a desarrollarse.

Pese a que estos primeros objetivos no son muy claros, Consuelo tiene muy bien definido los lugares a dónde quiere llevar su propuesta. Ella señala que es evidente el lugar en el Ecuador donde todo artista quiere exponer. Ella señala que le gustaría exponer en el Centro de Arte Contemporáneo (CAC), porque es el espacio donde actualmente se está consolidando el arte.

En el CAC se han mostrado obras muy importantes en el último tiempo, no solo de importantes artistas nacionales y extranjeros. Sino proyectos de investigación del arte que han aportado al país, como lo fue In-Humano. Esta investigación fue desarrollada por la curadora Susan Rocha y luego expuesta. Esta exposición describió una época muy importante para el arte, la cual no había sido analizada antes, al menos de manera formal.

---

<sup>155</sup> Entrevista Consuelo Crespo, Op. cit.

Como bien señala la artista, es un lugar importante, en el que se está generando, mostrando arte. Estar en este espacio significa estar en la cúspide de lo que se está dando en el entorno artístico. Tomando en cuenta esto, nosotros apuntaremos a una exposición en este lugar. Lo cual lograremos con estrategias de relaciones públicas y comunicación.

Además la artista señala que es muy importante exponer fuera del país. No solamente por la bulla que genera esto dentro del país, sino por poder intercambiar conocimientos, opiniones, expresiones, etc. Con otras formas artísticas diferentes a las del contexto ecuatoriano.

Incluso llevando la obra de la artista fuera del país, se puede determinar y analizar la reacción de diferentes espectadores. Entre estos espectadores encontraremos público general, curadores, críticos, otros artistas. Como Crespo bien señala, el arte también tiene que ver con quién te relacionas, porque de acuerdo a estas relaciones es que una obra se mostrará más o menos.

Esto también tomaremos en cuenta para el desarrollo de estrategias. Recordando siempre que lo que buscamos posicionar no es a la artista, sino a su obra. Debemos mantener el perfil bajo que busca la artista.

Estos objetivos dirigidos a lo que busca la artista socialmente, pero en cuanto a su desarrollo como persona y cómo artista, ella quiere generar una obra que interactúe con el medio, que sea acorde con el contexto artístico actual. Busca generar nuevas obras las cuales sigan su lineamiento de hablar de temáticas humanas, pero desde diferentes perspectivas.

Debemos también tomar en cuenta este lineamiento en el que ella se ve a sí misma y a su obra, para generar las estrategias que posicionaran sus propuestas. Además, como todo artista, ella busca vivir de su obra, lo cual es bastante difícil. La dificultad de esto se encuentra en que el arte contemporáneo es más efímero y menos comercial, a lo que se suma la mala situación económica en la que el primer gasto que se anula es el de arte.

Buscaremos alternativas y realizaremos acciones que permitan a la artista subsistir realizando su obra. Las cuales podrán ser desde buscar formas de vender la obra, hasta otras actividades que le ayuden, pero que vayan de la mano.

### 2.3 Logística de una exposición

Es importante determinar cuáles son las necesidades reales de la artista al momento de realizar una exposición, ya sea en Quito o fuera de la ciudad. Se siguió el proceso que se llevó a cabo para realizar una exposición, aprovechando la apertura de la artista.

La obra que se presentó es *El lugar de la sospecha*, presentada por primera vez en Quito en la Galería de Arte de la Flacso, Arte Actual. La exposición se realizó en la en la ciudad de Cuenca, Ecuador, en la galería *Proceso*, el 20 de septiembre de 2012. La persona detrás de la curaduría y gestión cultural de esta Galería es Patricio Palomeque, artista graduado de la Universidad Central del Ecuador, de la Facultad de artes.

Esta fue la persona que contactó en el mes de junio a la artista con el fin de invitarla a exponer su obra en Cuenca. Patricio Palomeque tiene cercanía con la artista, lo cual ayudó para que Consuelo reciba esta llamada. Sin embargo, la trayectoria de Crespo y la exposición previamente realizada fueron determinantes.

Con esto podemos observar que es importante el relacionamiento público para que conozcan el nombre del artista y se realice el contacto. Sin embargo la obra que sea solicitada para exponerse en una galería, debe ser lo suficientemente buena (según los ojos del curador) para ser presentada.

Esto en cuanto al primer acercamiento y a la forma en que los artistas logran presentar sus obras en diversos lugares y tomando particularmente este caso. De todas formas, no nos queda la duda que para que una obra sea llevada a una galería, debe haber también un acercamiento por parte de la artista hacia los curadores y gestores culturales de la misma; incluso si son galerías afuera del país.

Una vez realizado el acercamiento y programado el día y la hora, la galería empieza a realizar sus la difusión y la artista el traslado de su obra. No todos los espacios de exhibición funcionan de la misma manera, cada lugar ofrece condiciones diferentes de acuerdo al alcance en cuanto a gestión tengan.

*Proceso* es una galería que lleva ya algunos años en el mercado y es la principal galería de arte contemporáneo de Cuenca, por lo cual tienen bastante acogida entre el público. Lo que ofrecen a la artista es pasaje, estadía, difusión en redes sociales y medios masivos de

comunicación. Ellos también se encargan de realizar invitaciones impresas y de distribuir las entre líderes de opinión y gente que tiene interés por el arte. Lo que debe cubrir el artista por su propia cuenta es el transporte y parte del montaje. Esto también depende de la forma en cómo el artista lo gestione y esto es algo en lo que se puede mejorar.

El montaje es un momento en el que el artista interviene mucho, ya que es parte de la obra, por lo que es importante que se haga un seguimiento a detalle de esto por parte de la persona que va a exponer o que él mismo lo realice. Sin embargo, el transporte, dependiendo la obra puede ser muy costoso y complicado, por lo que es algo a lo que se le debe tomar mucha atención.

En este caso puntual, por ejemplo, Consuelo debe llevar varias piezas que conforman su obra y estas son de un material frágil. El transporte de las mismas está cotizado en 3000 dólares, valor que la artista debe cubrir. Si la obra fuera a salir del país el costo sería mucho mayor, por esta razón es un tema en el que nos preocuparemos durante el desarrollo de las estrategias.

Otro punto importante es la difusión, el éxito de una exposición depende no solo de la asistencia del público en general, sino también de la presencia de líderes de opinión: curadores, gestores culturales, periodistas y críticos de arte.

Esto es algo positivo que realiza la galería, pero muchas veces se lo hace sin el suficiente conocimiento, sin haber realizado estudios previamente y sobre todo, se lo hace de la misma forma para cualquier artista. En este proceso la galería puede dejar de lado público importante para determinado artista.

Estos son los principales puntos que hemos encontrado al momento de realizar una exposición y los tomaremos en cuenta para la realización del proyecto de comunicación.

En este capítulo hemos analizado el producto que vamos a posicionar en el mercado. El fin de esto es conocer las características de las que podemos sujetarnos para realizar las estrategias. Al igual que conocimos los objetivos y necesidades de la artista. A continuación realizaremos un análisis del mercado en el que vamos a posicionar a la artista. Lo haremos desde el punto de vista de los consumidores, el cual segmentaremos para su mejor comprensión.

También analizaremos el entorno en donde se ha desarrollado este arte y el contexto en el que queremos posicionar a Consuelo.

## Capítulo 3.

### Estudio sobre la comunicación en el arte

En este capítulo estudiaremos el mercado del arte y la forma en que se comunican sus diferentes elementos. Para esto se utilizarán diversas herramientas, como el análisis de estudios previamente realizados, encuestas, entrevistas, análisis FODA, entre otros, que aplicaremos dependiendo del tipo de información que se requiera.

Con este buscamos determinar las características del público al que nos vamos a dirigir. Lo dividiremos en diferentes grupos, con el fin de tener más precisión al momento de determinar sus características. Se dividirán en *patrocinadores*, *auspiciantes* y *colaboradores*, *consumidores* e *intermediarios*. Se han escogido estos tres segmentos de acuerdo a las interacciones que se establecen a lo largo de la historia en el ámbito artístico y a las necesidades de relacionamiento de Consuelo, así como a quién queremos dirigir la difusión de la obra.

También analizaremos los mensajes que normalmente circulan en el mercado del arte y quiénes lo emiten. Qué tipo de arte se está difundiendo y presentando y quiénes son los artistas que lo realizan. Cuáles son los medios que transmiten estos mensajes. Además, observaremos cuál es el resultado en los stakeholders. Tanto analizar estos como su efecto, servirá para elaborar los mensajes que se transmitirán en el proyecto de comunicación.

Haremos especial énfasis en quiénes son los intermediarios que transmiten los mensajes, es decir en los medios de comunicación y líderes de opinión. Es importante determinar cuáles son fuentes confiables y que están acorde a los objetivos de Crespo. De acuerdo a esto, se determinarán *circuitos de información* que nos permitan difundir la obra de la artista.

También conoceremos el entorno en el que vamos a aplicar el proyecto desde el punto de vista político, económico, cultural, demográfico y tecnológico. Así conoceremos las ventajas y desventajas que rodean al mercado del arte y aplicaremos estrategias que nos permitan aprovechar o superar estas.

Basándonos en el capítulo anterior donde describíamos al producto y en el análisis del entorno que realizaremos, desarrollaremos un FODA. El fin de este es entender cuáles son

los aspectos positivos de la artista y su obra y los aspectos negativos, los cuales se deben solucionar o reducir.

A partir de estos estudios podremos definir, con conocimiento de causa, las estrategias en las cuales nos anclaremos para desarrollar el proyecto. Es fundamental empezar hablando de los públicos, los cuales están divididos en tres grandes segmentos.

### 3.1 Stakeholders del arte

Los segmentos a los que nos vamos a dirigir son tres: los *patrocinadores*, *auspiciantes* y *colaboradores*, los *consumidores* y los *intermediarios*. Analizaremos a cada uno de los stakeholders, que son grupos de interés más pequeños dentro de estos tres, como las galerías, los líderes de opinión, los artistas, entre otros, y así se determinará cuáles son a los que se debe dirigir el proyecto. Esto dependerá de las características de cada uno y de los objetivos que nos ha planteado la artista, para ella y su obra.

#### 3.1.1 Patrocinadores, auspiciantes y colaboradores

Como habíamos señalado anteriormente, tomaremos en cuenta dentro de este segmento solamente a aquellas entidades o personas que apoyen por medio de recursos o actividades a proyectos artísticos. Estos recursos pueden ser monetarios, de materia prima, de servicios y por canje. Esto quiere decir que trabajaremos tan solo con auspiciantes y colaboradores. Actualmente, por ejemplo, Consuelo Crespo recibe de la empresa EDESA la arcilla con la cual realiza sus obras; por lo tanto es su auspiciante.<sup>156</sup>

Dentro del segmento encontramos a algunas empresas públicas y privadas que podrían convertirse en auspiciantes o colaboradores oficiales de Consuelo Crespo. Empezaremos con el área pública, luego seguiremos con fundaciones y terminaremos con empresas privadas que pudieran estar interesadas en auspiciar la obra de Consuelo Crespo o colaborar con la artista.

##### 3.1.1.1 Recursos estatales

En Ecuador existen empresas públicas que gestionan y distribuyen los recursos estatales asignados para la promoción cultural y existen algunos procedimientos para esto. En primer lugar están los *fondos concursables*, estos son recursos que otorga el Estado para

---

<sup>156</sup> Entrevista Consuelo Crespo, Op. cit.

proyectos culturales, los cuales deben pasar por un concurso para poder acceder a este. Es decir, se realiza un concurso y al ganador se le entrega un monto para la realización de su proyecto.

Existen varios tipos de *fondos concursables*, entre los que se encuentra variedad en cuanto a los preceptos y el monto a entregar. Estos se presentan indiferentemente, en cuanto existan los recursos. Por ejemplo, al momento existe el Fondo Fonográfico que es un mecanismo de asignación de recursos económicos para la Industria Discográfica.<sup>157</sup>

También existen concursos y bienales en los cuales se entregan recursos para el desarrollo de actividades artísticas. En el Ecuador uno de los eventos de artes plásticas más importantes es la Bienal de Cuenca. La Bienal es un evento que transcurre cada dos años, es un encuentro de artistas en el que se intenta mostrar lo más avanzado del arte en un territorio. Por eso su importancia en el Ecuador. En América existen pocas bienales de arte, lo que hace que la Bienal de Cuenca tenga un renombre importante en el continente. La Bienal es un espacio de difusión del arte, dando especial espacio a nuevas iniciativas. Pero es un espacio también para seminarios, charlas, exposiciones paralelas, mesas redondas, entre otras actividades.<sup>158</sup>

Esta permite a muchos creadores compartir sus obras con los más destacados artistas de América Latina. Sin embargo, llegar a tener este privilegio no es fácil, son diferentes curadurías las que escogen las obras y a los artistas que van a participar. Cada año que se la realiza esta está conformada por diferentes personas, por ejemplo en la última Bienal que se realizó participaron los curadores Agnaldo Farias (Brasil), Katya Cazar (Ecuador), Fernando Castro Flores (España) y Hernán Pacururu (Ecuador). Una de las formas de estar presente en la Bienal es presentar la carpeta con una obra en especial, o también se puede tomar en cuenta a una persona por el conocimiento de los curadores.<sup>159</sup>

En muchas ocasiones la Bienal fue criticada por ser muy conservadora y presentar las obras poco contemporáneas y representativas del arte que se venía haciendo en el Ecuador. Sin embargo, en los últimos años esa percepción ha cambiado mucho y la Bienal de Cuenca tiene gran importancia dentro del país e incluso fuera.

---

<sup>157</sup> Convocatorias, Internet. [www.ministeriodecultura.gob.ec/convocatorias.html](http://www.ministeriodecultura.gob.ec/convocatorias.html), acceso: 10 de julio de 2012.

<sup>158</sup> Bienal de Cuenca, Internet. [www.facebook.com/bienalcuenca](http://www.facebook.com/bienalcuenca), acceso: 12 de agosto de 2012.

<sup>159</sup> Curadores, Internet. [www.bienaldecuenca.org/](http://www.bienaldecuenca.org/), acceso: 12 de agosto de 2012.

Participar en la Bienal tiene un gran mérito y si se llega a ser parte en la misma muchas puertas pueden abrirse hacia bienales de arte de otros países. Al ser el trabajo de los curadores escoger las propuestas que forman parte de este evento, estos se vuelven la llave para exponer dentro y fuera del país. Más adelante señalaremos cuáles son los curadores con más trascendencia en el Ecuador.

Otro evento que tuvo gran importancia y al que ahora lo quieren rescatar, es el Premio Mariano Aguilera. Durante los años de posicionamiento del modernismo, este concurso de arte permitió a muchos artistas consagrarse. Entre los ganadores del premio Mariano Aguilera podemos encontrar a Galo Galecio, Eduardo Kingman, Osvaldo Viteri, Araceli Gilbert, Luigi Stornaiolo, entre otros.<sup>160</sup> Sin embargo:

“problemas de organización y dilemas entre los artistas y los jurados o curadores marcaron el declive del Mariano Aguilera el 2008, pero ya en el 2010 se planteó, como inicio de una nueva vida, cambiar la anacrónica figura del Salón por la de Premio”<sup>161</sup>.

A través del Centro de Arte Contemporáneo, la Fundación de Museos de Quito retoma este premio haciendo una reestructuración del mismo. Por eso este año se le da un nuevo enfoque y se lo divide en dos diferentes categorías. La primera es el Premio Mariano Aguilera a trayectoria artística, a este se deben presentar nominaciones por parte de instituciones, agrupaciones, etc., de artistas que tengan por lo menos 15 años de trayectoria. En este primer caso, se presentará una síntesis de la obra de las personas escogidas. La segunda categoría se puede presentar cualquier tipo de proyecto artístico, esto puede ser una obra, una investigación, etc. Y a los ganadores se les otorgará recursos económicos para la realización del proyecto presentado.<sup>162</sup>

El premio Mariano Aguilera es el concurso más importante del Ecuador junto con la Bienal de Cuenca, en la que también se premia a los ganadores, no existe ningún otro concurso que se pueda comparar. Sobre todo desde 2012 en que con la reestructuración se le ha dado nueva fuerza.

---

<sup>160</sup> Mariano retro reúne lo mejor de la plástica ecuatoriana, Internet. [www.noticiasquito.gob.ec/](http://www.noticiasquito.gob.ec/), acceso: 12 de agosto de 2012.

<sup>161</sup>El Mariano Aguilera volvió con nuevas bases y nuevos aires, Internet. [www.elcomercio.com](http://www.elcomercio.com), acceso: 12 de agosto de 2012.

<sup>162</sup>Premio Mariano Aguilera, Internet. [www.premiomarianoaguilera.gob.ec/](http://www.premiomarianoaguilera.gob.ec/), acceso: 12 de agosto de 2012.

Sin embargo existen otras formas de entregar recursos por parte del estado a la producción y trabajo artístico. Estos son auspicios, fondos concursables, etc., como los que hemos señalado anteriormente. A continuación se encuentra una tabla en donde están todas las entidades públicas que entregan recursos a proyectos culturales:

### Mapa de entidades públicas

Cuadro 1 – Elaboración de la autora

Entidad	Recursos	Características	Fuente
<b>Ministerio de cultura</b>	Auspicios	Las peticiones de auspicios pueden solicitarse mediante un formulario, no existe un monto mínimo o máximo a solicitar, pero debe sólo financiarse parte del proyecto, no su totalidad.	Ministerio de cultura
	Fondo Concursable para las Artes	Este se realiza una vez al año, en este año los proyectos ya fueron entregados, en XXX se empiezan a aceptar los proyectos de los fondos concursables del año 2013.	
<b>Municipio de Quito / Secretaría de cultura</b>	Premio Mariano Aguilera	Premio Mariano Aguilera a la Trayectoria Artística: se propondrá candidatos desde agrupaciones e instituciones culturales. Se entregarán \$20 000 al ganador y se hará una exposición antológica.	<a href="http://www.premiomarianoaguilera.gob.ec/">http://www.premiomarianoaguilera.gob.ec/</a>
		Premio Nuevo Mariano: son becas de creación e investigación artística, son 10 becas de \$10 000.	
	Auspicios	Se debe presentar carta con la petición y adjuntar cualquier documento adicional.	Municipio de Quito / Secretaría de cultura
<b>Municipio de Cuenca</b>	Bienal de Cuenca	Esta se realiza cada dos años y solo se puede participar si eres invitado para hacerlo.	<a href="http://www.facebook.com/bienalcuenca">http://www.facebook.com/bienalcuenca</a>
<b>ETAPA</b>	Auspicios	Se debe presentar carta con la petición y adjuntar cualquier documento adicional.	ETAPA
<b>Alcaldía de Guayaquil</b>	Auspicios	Se debe presentar carta con la petición y adjuntar cualquier documento adicional.	Alcaldía de Guayaquil

163

Las convocatorias que hemos tomado en cuenta son aquellas que están dirigidas a las artes plásticas, sea o no éste el eje principal. Esta información se ha tomado directamente de las entidades en cuestión, por lo que es información confiable. La participación o no en estos, depende de los objetivos y lineamientos que ha planteado la artista para ella y su obra.

El premio Mariano Aguilera, como hemos observado anteriormente, es un concurso que tiene trayectoria y tiene mucha importancia dentro del ámbito artístico en el país, sobre todo siendo el único de su tipo a nivel nacional. Por lo que ganar el Mariano Aguilera significa prácticamente la consagración del artista, sobre todo por la importancia que se le está dando a su reedición, desde que se lo abandonó prácticamente en los últimos años.

<sup>163</sup> Elaboración de la autora.

Es importante recalcar que la gestión de este concurso la está realizando el Centro de Arte Contemporáneo (CAC), que más adelante veremos, se ha convertido en el principal promotor del arte a nivel nacional. Esto se debe a que es el espacio más innovador al abrir sus puertas a las expresiones del arte más contemporáneas.

Como podemos ver existen dos modalidades, la primera se la otorga a una persona por su trayectoria como artista. La segunda es para entregar becas a proyectos que estén dentro de la temática del arte plástico. Por los requerimientos del premio Nuevo Mariano, será imposible que Consuelo Crespo aplique a este. Y en el segundo caso, no es el artista el que se presenta, sino que lo tienen que postular otras agrupaciones o entidades culturales. En las estrategias que realizaremos dentro del proyecto, esto será tomado en cuenta.

### 3.1.1.2 Recursos privados

Como decíamos existen también fundaciones u organizaciones internacionales que asignan recursos a proyectos culturales. Estas tienen el fin de promover la cultura y se podría presentar propuestas de creación de arte o investigaciones. A continuación están las entidades a las que potencialmente se podría pedir auspicios o colaboraciones:

### Mapa de organizaciones sin fines de lucro

Cuadro 2 – Elaboración de la autora

Instituciones	Descripción	Fuente
Cooperación alemana	La cooperación ecuatoriano-alemana en el área prioritaria se concentra en los siguientes campos de acción: Reforma y democratización del Estado con especial énfasis en los derechos ciudadanos, las finanzas y el control público, así como el fortalecimiento de las capacidades de los actores regionales y locales, pero también el mejoramiento de las condiciones de vida locales tomando en cuenta los intereses de la sociedad civil.	<a href="http://www.quito.diplo.de">http://www.quito.diplo.de</a>
Cooperación belga	La Cooperación belga tiene el programa MIP por medio del cual se buscaba entregar fondos a pequeños proyectos. Lamentablemente a partir del este año han tenido que cerrar la convocatoria para el mismo por falta de recursos económicos.	<a href="http://www.diplomatie.be">http://www.diplomatie.be</a>
AECID	La AECID tiene como directriz la lucha contra la pobreza y la exclusión, defiende la paz, el medio ambiente y el desarrollo sostenible, actúa en conflictos y desastres naturales y promueve derechos como la educación, la salud, la cultura y la alimentación. Esta es una de las cooperaciones que más apoyo ha dado al ámbito cultural.	<a href="http://www.aecid.es">http://www.aecid.es</a> ; <a href="http://www.aecid.ec">http://www.aecid.ec</a>
USAID	La USAID es una de las cooperaciones más grandes a nivel nacional e internacional. Apoya sobre todo a proyectos en torno al medio ambiente, crecimiento económico, democracia, etc.	<a href="http://www.usaid.gov">http://www.usaid.gov</a> ; <a href="http://ecuador.usaid.gov">http://ecuador.usaid.gov</a>

164

Muchas de las cooperaciones internacionales no tienen políticas que las lleven a actuar sobre programas o proyectos de índole cultural. De todas formas representa una opción

<sup>164</sup> Ibid.

para la búsqueda de recursos, ya que la mayoría de estas tienen fondos asignados para expresiones culturales.

Sin embargo, muchas de las cooperaciones han tenido que recortar sus presupuestos por falta de fondos. Esto lo podemos apreciar claramente en el caso de la Cooperación belga. En el caso de la AECID que es incluso una de las instituciones que más apoyo a dado a cuestiones culturales, ha tenido que frenar parte de sus convocatorias por la crisis.

Finalmente, no es usual que las empresas privadas inviertan en proyectos de arte plástico, sin embargo podrían convertirse en grandes aliados. Consuelo Crespo actualmente ya recibe recursos de la empresa EDESA, la cual entrega materia prima para la realización de sus esculturas. La idea es buscar empresas que trabajen con productos que podrían ser útiles para la artista; hablamos principalmente de materia prima o elementos de la logística, como transporte. O también podrían auspiciar a la artista con recursos económicos, dependiendo de la empresa a la que nos estemos dirigiendo.

De acuerdo a las necesidades de la artista, se ha realizado un mapeo de las empresas que podrían contribuir:

### Mapa instituciones privadas

Cuadro 3 – Elaboración de la autora

Empresa	Descripción	Solicitud	Fuente
<b>Diners</b>	Reconoce los intereses de distintos públicos con los que se relaciona considerando el medio ambiente y las generaciones futuras. Tiene una fuerte inclinación hacia la responsabilidad social y es común ver la marca en eventos de carácter cultural.	Auspicio	<a href="https://www.dinersclub.com.ec">https://www.dinersclub.com.ec</a>
<b>USFQ</b>	Es una Universidad Ecuatoriana de Artes Liberales, Privada y Sin Fines de Lucro. Buscamos la excelencia tanto en la academia como en la investigación y la creatividad. Tiene bastante inclinación hacia el arte y la cultura.	Auspicio / realización de eventos	<a href="http://www.usfq.edu.ec">http://www.usfq.edu.ec</a>
<b>American express</b>	Es líder a nivel mundial en tarjetas de cargos y crédito, Travelers Cheques, viajes y servicios comerciales. No tiene una política de responsabilidad social tan marcada, sin embargo a auspiciado y patrocinado eventos culturales.	Auspicio	<a href="http://200.93.192.186/amex/About%20the%20Company.html">http://200.93.192.186/amex/About the Company.html</a>
<b>Banco del Pichincha</b>	Busca apoyar las necesidades financieras de las personas, de sus instituciones y de sus empresas. La responsabilidad social es muy importante para esta institución. Sin embargo, no apoya tanto en el ámbito cultural.	Auspicio	<a href="http://www.pichincha.com">http://www.pichincha.com</a>
<b>Pfizer</b>	Es una farmacéutica multinacional muy ligada a responsabilidad social, Sin embargo la cultura no es el ámbito en el que generalmente contribuye.	Auspicio	<a href="http://www.pfizer.com">http://www.pfizer.com</a>
<b>El Hoy</b>	Diario bastante ligado al ámbito cultural. Dirigido a clase media, media alta, alta.	Cobertura / Auspicios	<a href="http://www.hoy.com.ec/">http://www.hoy.com.ec/</a>

<b>Empresa</b>	<b>Descripción</b>	<b>Solicitud</b>	<b>Fuente</b>
<b>Revista Cosas</b>	Es una revista internacional que llegó a Ecuador en 1995. Se ha posicionado como el referente de noticias de actualidad, entretenimiento, cultura, farándula, moda y tendencias más leído del país.	Auspicio / Cobertura	<a href="http://www.cosas.com.ec">http://www.cosas.com.ec</a>
<b>Swissotel</b>	Cadena hotelera internacional. Tiene hoteles en 25 países del mundo.	Hospedaje / Auspicio	<a href="http://www.swissotel.com/">http://www.swissotel.com/</a>
<b>Cóndor</b>	Originalmente ecuatoriana ahora parte de Schering William Company. No tiene ninguna directriz de responsabilidad social, no es una marca que se le vea generalmente realizando auspicios, sobre todo en el ámbito artístico.	Auspicio / recursos materiales – económicos	<a href="http://www.pinturascondor.com">http://www.pinturascondor.com</a>
<b>ITABSA</b>	Industria del tabaco, alimentos y bebidas S.A., tiene los derechos de Philip Morris International. No pueden hacer publicidad de sus productos, por lo tanto más bien manejan relaciones públicas y tiene fuertes políticas de responsabilidad social.	Auspicio	<a href="http://www.pmi.com">http://www.pmi.com</a>
<b>Oro verde</b>	Cadena hotelera ecuatoriana. Se encuentra en 4 ciudades del país. No tiene unas políticas de responsabilidad social ni está constantemente realizando auspicios.	Hospedaje / Auspicio	<a href="http://www.orovertdehotels.com">http://www.orovertdehotels.com</a>
<b>Vistazo</b>	Primera revista del Ecuador, lleva más de 56 años ejerciendo periodismo. Trata temas coyunturales. No hacen generalmente auspicios o patrocinios ni tienen políticas de responsabilidad social.	Cobertura / Auspicio	<a href="http://www.vistazo.com">http://www.vistazo.com</a>
<b>Edesa</b>	Es una empresa comprometida con la responsabilidad social, sobre todo con el medio ambiente. Esta patrocina a Consuelo Crespo con arcilla, material que ella utiliza para hacer sus esculturas.	Recursos materiales / Auspicio	<a href="http://www.edesa.com.ec">http://www.edesa.com.ec</a>

165

### 3.1.2 Consumidores

Como habíamos dicho desde un principio, los consumidores pueden ser de dos tipos: los que consumen arte por entretenimiento y satisfacción y que no tienen ningún vínculo laboral. Y las personas que gustan del arte y lo buscan como entretenimiento y satisfacción, pero además están relacionadas con el mismo por sus actividades laborales.

En el segundo caso, encontramos personas que al mismo tiempo de ser consumidores, son intermediarios, pueden ser curadores, críticos, incluso pueden ser otros artistas. En este proyecto nos centraremos en ambos grupos, pero con diferentes intenciones. En el primero, buscaremos difundir la obra de la artista para posicionarla. En el segundo caso, la intencionalidad es también entrar al mercado del arte, al círculo de personas que trabajan en el ámbito cultural y, más detalladamente, en las artes plásticas. Esto nos servirá para generar alianzas y canales que nos acerquen con los intermediarios. Para desarrollar las estrategias con las cuales llegaremos a estos públicos, primero hemos desarrollado un estudio sobre los consumidores y sus características.

Para esto utilizamos como herramienta la aplicación de una encuesta al público que estamos analizando. El objetivo de esto es conocer exactamente quiénes son las personas que consumen arte.

<sup>165</sup> Ibid.

La encuesta está conformada por tres tipos de preguntas, aquellas que sirven para determinar características de tipo demográfico: edad, género, sector donde vive, etc. El otro tipo de pregunta nos sirve para conocer los gustos y preferencias de estas personas: el tipo de actividades que prefieren, sus creencias. Y finalmente, preguntas que nos cuenten los circuitos de comunicación que frecuentan y por los cuales conocen de las actividades artísticas a las que asisten. Por medio de estas podremos saber qué tipo de personas consumen arte, por qué lo hacen y cómo lo hacen (cómo se enteran de eventos artísticos y sus espacios de preferencia).

Para la realización de las encuestas se les pidió a líderes de opinión y gestores culturales que difundían la misma entre sus contactos, de esta forma buscábamos asegurarnos que las personas que respondieran la encuesta, tengan afinidad con los eventos y actividades culturales. Se escogió esta modalidad porque el objetivo de la misma es determinar las características de personas que consuman arte.

El segmento de personas encuestadas fue determinado por la siguiente ecuación:

$$n = \frac{\frac{k}{2} \times p \times q \times N}{\left(\frac{e}{2}(N - 1)\right) + \frac{k}{2} \times p \times q}$$

Donde se utilizaron los siguientes datos:

N= 700

k (nivel de confianza)= 1,65

e= 7,3

p= 0,5

q= 0,5

n= 108

La población para esta ecuación se estableció de acuerdo al número de asistentes promedio a una exposición de arte. Este dato lo hemos conseguido en Arte Actual (Flasco) con la

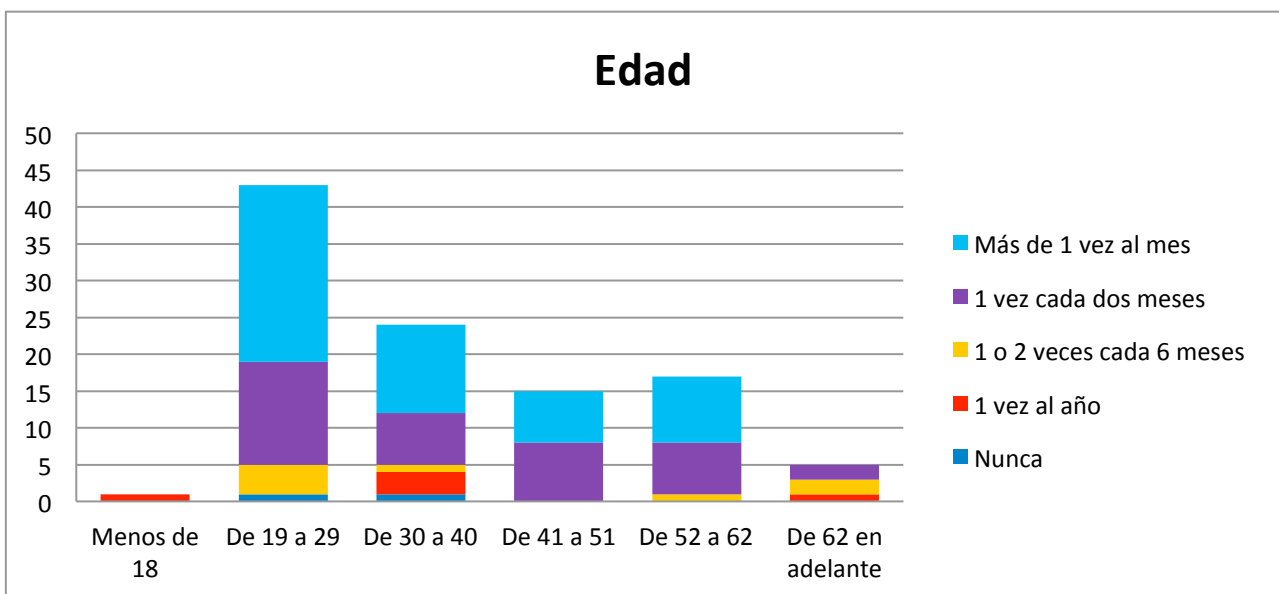
colaboración de Marcelo Aguirre, que nos indicó que el promedio de asistentes a una exposición es de 700 personas. Por esta razón el número de encuestas que hemos realizado es de 108.

### 3.1.2.1 Características demográficas

Vamos a empezar con las características demográficas de los consumidores de arte. Como podemos apreciar en el siguiente cuadro, la mayoría de personas que consumen arte entre 18 y 30 años, sin embargo también existe un número significativo de personas que tienen hasta 40 años (cuadro 4). Tomando en cuenta que la mayoría del público es joven, se entiende que los sueldos no sean demasiado altos, por lo que son personas que probablemente frecuenten exposiciones y eventos artísticos, pero muy difícilmente van a adquirir una obra. (Cuadro 5) Es interesante de todas formas notar que existe un grupo que tiene un sueldo intermedio y que también asiste a exposiciones, quizá este grupo si pueda acceder a comprar arte.

También pudimos determinar que los consumidores de arte están ubicados en su mayoría en el norte de la ciudad de Quito y un poco en los valles, lo que será tomado en cuenta para las estrategias. (Cuadro 6)

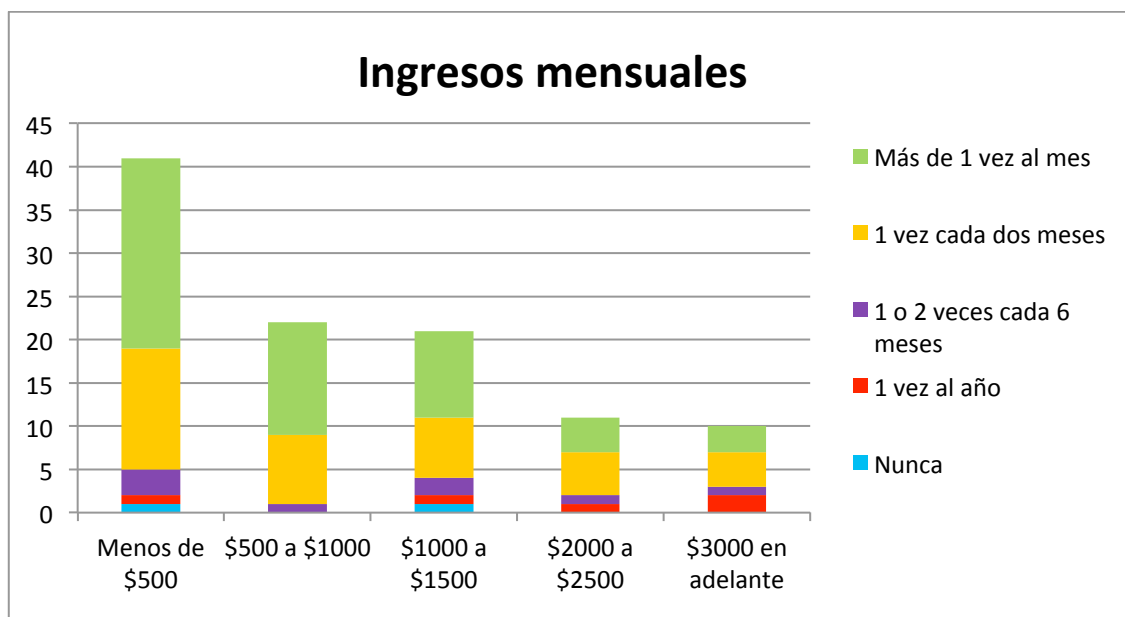
Cuadro 4 – Elaboración de la autora



166

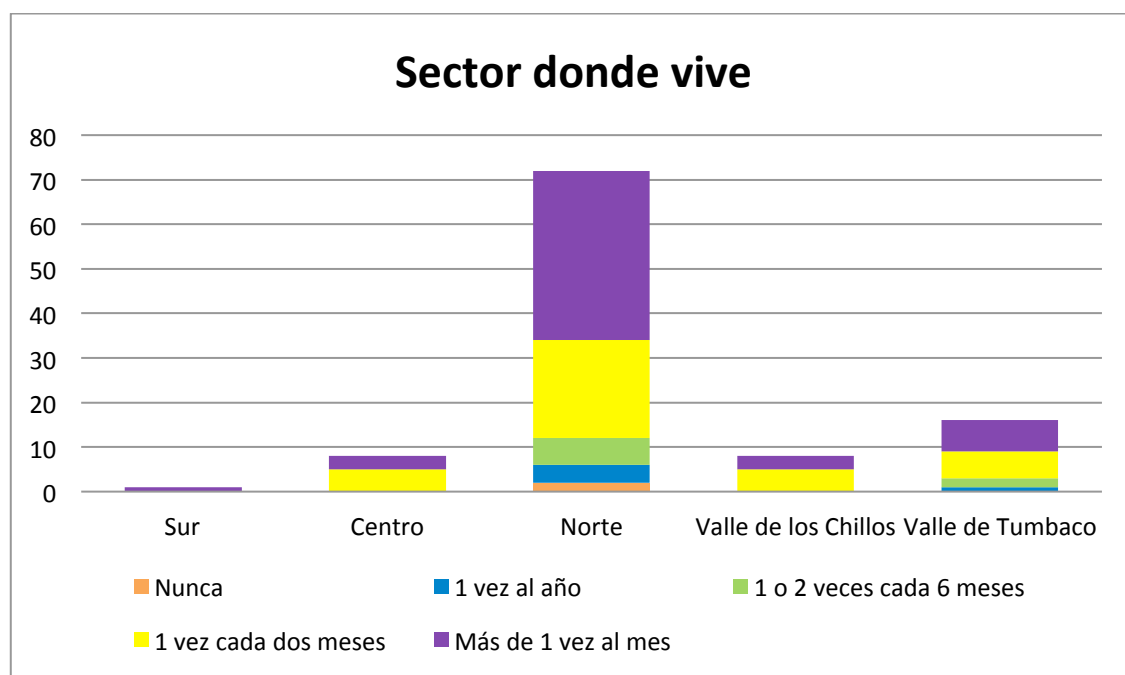
<sup>166</sup> Ibid.

Cuadro 5 – Elaboración de la autora



167

Cuadro 6 – Elaboración de la autora



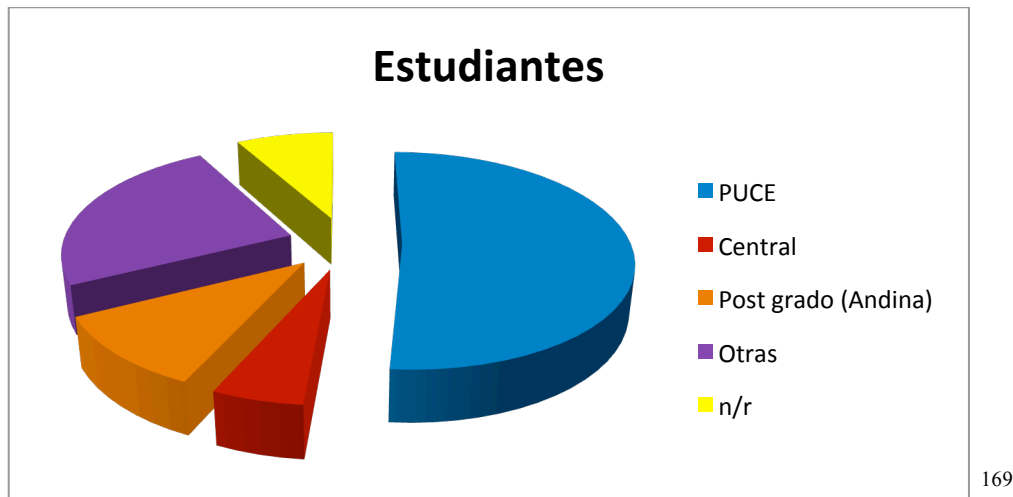
168

<sup>167</sup> Ibid.

<sup>168</sup> Ibid.

Al existir un alto número de estudiantes también analizamos a qué universidades asisten; determinando el lugar dónde viven o estudian los consumidores podremos observar los espacios en los que estos interactúan. Sobre todo porque resulta que de los consumidores que eran estudiantes la mitad estudian en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador:

Cuadro 7 – Elaboración de la autora



### 3.1.2.2 Preferencias y motivaciones

Como señalábamos al inicio, es importante determinar a qué se dedican las personas que consumen arte, porque muchas de ellas son consumidoras pero al mismo tiempo trabajan en gestión cultural o cuestiones relacionadas con el ámbito artístico. Es importante además para la creación de los mensajes que se vayan a difundir, ya que así podremos diseñar uno que no contraste con sus preferencias e ideas o podremos establecer quiénes son más afines a la obra de Crespo.

En las encuestas se determinó que más de la mitad de las personas que asisten normalmente a una exposición trabajan en actividades que tienen alguna afinidad con el arte plástico: arquitectura, diseño, literatura, música, etc.; incluso el 26,8% son directamente artistas y gestores culturales. Mientras que otro 26,8% de las personas que regularmente asisten a una exposición o evento artístico, no tienen una relación con el arte en sus actividades laborales. A continuación podemos ver más detallado cuáles son las actividades de los consumidores de arte:

<sup>169</sup> Ibid.

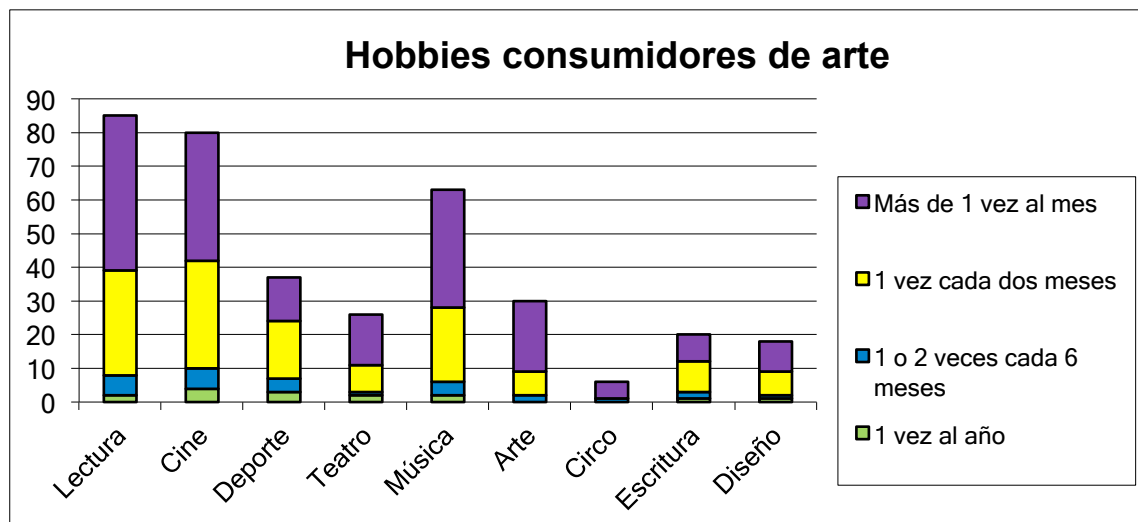
Cuadro 8 – Elaboración de la autora



170

En cuanto a las actividades suplementarias a las laborales, las más apreciadas por los consumidores son las que podemos apreciar a continuación:

Cuadro 9 – Elaboración de la autora



171

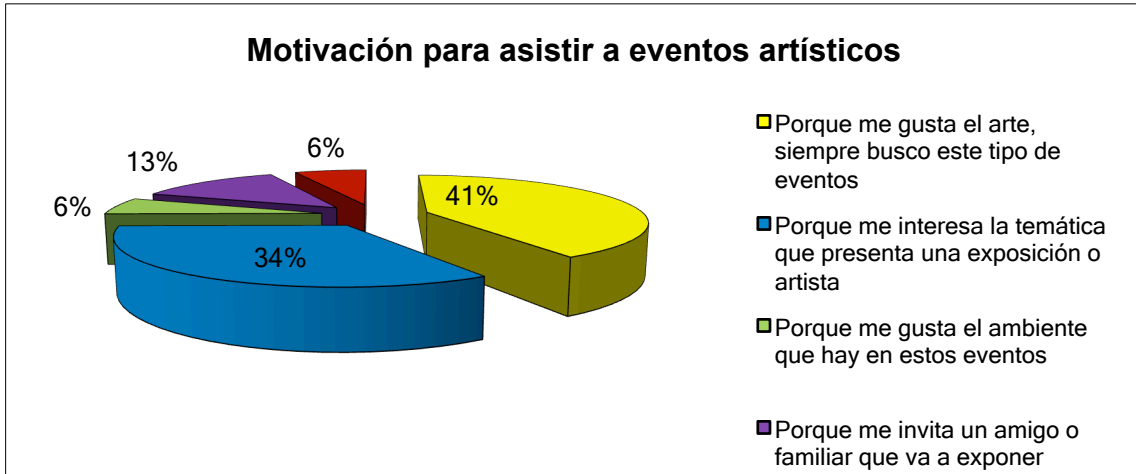
Pero lo más importante es conocer la verdadera motivación que lleva a estas personas a asistir a eventos de arte visual. Pudimos determinar por los resultados de las encuestas que

<sup>170</sup> Ibid.

<sup>171</sup> Ibid.

el 75% de las personas acude a estos eventos por las propuestas y las temáticas que presenta el mismo. Esto quiere decir que existe una afición propiamente por el arte:

Cuadro 10 – Elaboración de la autora

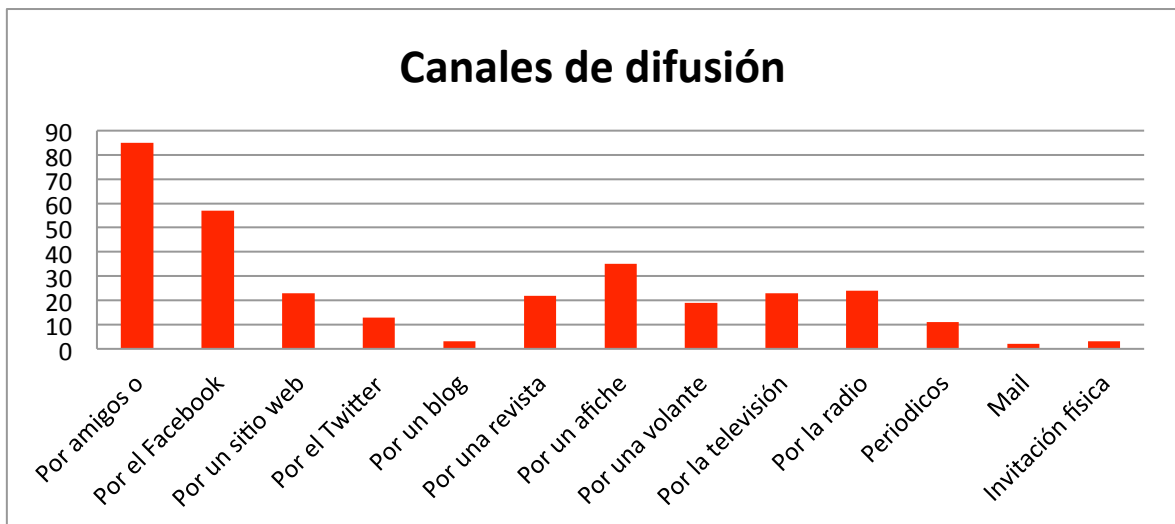


172

### 3.1.2.3 Canales y medios de difusión y promoción

En los siguientes cuadros podemos ver los canales de difusión por los que los consumidores se enteran con más frecuencia de los eventos artísticos, además de los lugares donde estas personas suelen acudir para apreciar arte:

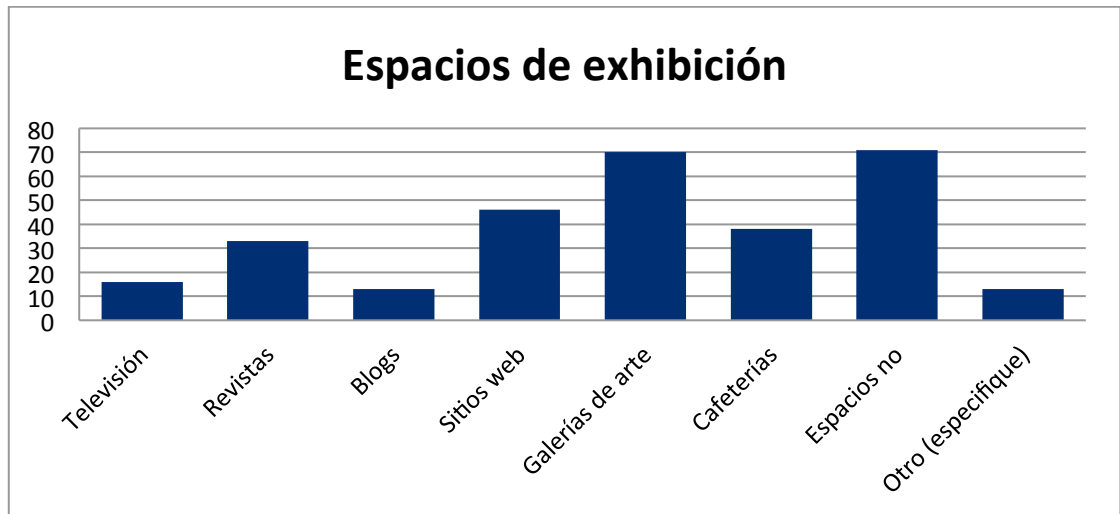
Cuadro 11 – Elaboración de la autora



173

<sup>172</sup> Ibid.

Cuadro 12 – Elaboración de la autora



174

Con los datos presentados en este estudio de mercado podremos determinar cuáles son las acciones que vamos a realizar y cómo, dónde y a quién debemos dirigirlas. Además de cuáles son los medios más confiables para este segmento del público.

### 3.1.3 Intermediarios

Los intermediarios son aquellos grupos o personas que realizan funciones de postproducción, es decir de mantenimiento, distribución, producción y reproducción (si es que se diera el caso). En estos encontramos a galerías de arte, museos, medios de comunicación, revistas, curadores, críticos de arte, entre otros. Hemos realizado un mapeo más detallado de los diferentes stakeholders de este segmento: galerías arte, salas de exhibición, espacios públicos, que presenten constantemente exposiciones de arte plástico. Lo mismo hemos hecho con medios de comunicación, revistas y demás intermediarios que estén centrados en difusión. Y finalmente, hemos desarrollado un mapeo de líderes de opinión en torno al arte, entre estos encontraremos artistas, curadores, historiadores, críticos y gestores.

Los espacios donde se puede difundir el arte son diversos, depende incluso de lo que busque transmitir el artista. Puede hacerse una exposición en un salón cerrado, como puede hacerse un performance en un centro comercial, como puede hacerse un montaje en un parque. Para el estudio de estos espacios hemos escogido los lugares que tienen una

<sup>173</sup> Ibid.

<sup>174</sup> Ibid.

administración abierta a presentaciones de propuestas plásticas. Para esto tomaremos en cuenta que sean espacios en los que se esté constantemente realizando este tipo de actividad.

Estos se llaman circuitos de comunicación, se debe analizar los espacios donde existe intercambio de mensajes que se refieren al arte, ya sea un conversatorio, un foro, una exposición o simplemente un espacio donde se promociona.

Podemos dividir en tres tipos de espacios: de *circulación*, de *concentración* y de *reunión*. Los *espacios de circulación* son de paso, donde la gente no para porque no tiene tiempo. Los *espacios de concentración* son espacios donde la gente se agrupa, pero que no necesariamente existe una interacción que hable sobre un tema en particular. Y los *espacios de reunión* son aquellos donde la gente se junta con un objetivo común.<sup>175</sup>

Debido al presupuesto que significa difundir en *espacios de circulación* y en *espacios de concentración*, este proyecto se centrará en los lugares especializado en arte. Espacios donde se reúnen las personas con un fin particular.

A continuación una tabla con los espacios y sus características:

### Mapa de espacios de exhibición

Cuadro 13 – Elaboración de la autora

Ciudad	Espacios	Descripción
Quito	Centro de Arte Contemporáneo	(CAC) Espacio de reflexión a través del arte. Se busca crear un campo para el arte que no existía antes en la ciudad en donde se propicie el conocimiento, la reflexión, nuevas propuestas, la investigación, etc. Las exhibiciones que se presentan en este espacio son las miradas más novedosas e influyentes del arte actual; por lo que exhibir en el CAC es un logro para cualquier artista o grupo.
Quito	Casa de la Cultura Ecuatoriana	Este espacio existe desde 1944. Fue creado con el fin de incentivar a la cultura ecuatoriana, haciendo énfasis sobre todo en lo nacional (mostrar y generar una cultura propiamente ecuatoriana).
Quito	Centro Cultural Itchimbía	Fue formado como un recurso recreativo, turístico-ambiental, mediante la ejecución de programas y proyectos que propicien la participación ciudadana en este espacio público.
Quito	Centro Cultural Metropolitano	Espacio creado como un instrumento básico para la democratización de la cultura, jugando un papel de primer orden en la conciencia y la proyección de la identidad y en el fomento de la creación cultural contemporánea y su colectivización.

<sup>175</sup> Daniela Bruno, Op. Cit., pág. 41.

<b>Ciudad</b>	<b>Espacios</b>	<b>Descripción</b>
Quito	Museo de la Ciudad	Desarrolla proyectos sobre la historia de la ciudad y fomenta sus prácticas culturales. El MDC basa su producción en rigurosos procesos de investigación.
Quito	Naranjilla Mecánica	Bar - Restaurante y plataforma artística.
Quito	No lugar	Es una plataforma de arte contemporáneo que busca vincular las prácticas artísticas contemporáneas con la ciudad conformando un centro de exhibición, difusión, plataforma de debate y de reflexión para las prácticas emergentes en el contexto local y global.
Quito	Galería Iliana Viteri	Galería de Arte, se exponen periódicamente las obras de los más importantes artistas del Ecuador, en el marco de exposiciones colectivas no tradicionales.
Quito	Arte Actual	ARTE ACTUAL es un espacio en constante construcción; una esfera de conocimiento, discusión y confrontación, caracterizada por la reflexión y divulgación de las prácticas artísticas contemporáneas, donde arte, realidades y ciencias sociales no se tratan en forma aislada.
Quito	Pobre Diablo	Bar - Restaurante y plataforma artística.
Quito	Galería Cienfuegos	Son un colectivo que tiene una galería en la que se continúan realizando exposiciones con obra de otros integrantes del Colectivo, así como de otros artistas nacionales y extranjeros que han solicitado el espacio para diversas actividades de la cultura.
Quito	Posada de las artes Kingman	Es la casa donde vivió Eduardo Kingman, se exhiben piezas de su creación, además de otras obras de arte colonial y popular.
Quito	FACE	Fundación de Arte y Culturas Ecuatorianas
Quito	Museo de artes Gráficas	Es un espacio en construcción, cuya intención es generar procesos de diálogo entre el arte, la gráfica y la comunidad a partir de propuestas enfocadas a la diversificación del arte gráfico y su inmersión en la sociedad; levantando dinámicas de intercambio y producción para artistas y el entorno.
Quito	La Karakola	Espacio de arte contemporáneo, exhibición y convivencia artística.
Quito	Centro Cultural PUCE	Está enmarcado hacia todas las propuestas, iniciativas y acciones culturales diversas y variadas, a nivel nacional e internacional.
Quito	Alianza Francesa	Como organismo educativo francés tiene directrices muy encaminadas hacia la cultura, por eso es que sus salas se prestan para exposiciones artísticas.
Guayaquil	Museo municipal	Es un museo histórico con salas que cuentan la evolución de la ciudad por épocas.
Guayaquil	Augusto Galería de Arte	Galería de arte que se inauguró recientemente.
Guayaquil	Espacio Vacío	Es una galería de arte en construcción, busca entablar un diálogo entre los artistas y la obra que producen con la comunidad y la ciudad.
Guayaquil	Barricaña	Café - Bar y galería de arte.

Ciudad	Espacios	Descripción
Guayaquil	Casa de la Cultura Guayaquil	Fue creado con el fin de incentivar a la cultura ecuatoriana, haciendo énfasis sobre todo en lo nacional (mostrar y generar una cultura propiamente ecuatoriana). En 1947 se construyó la sede de Guayaquil.
Guayaquil	Galería Madeleine Hollaender	Galería de arte.
Guayaquil	Galería de Patricia Meier	Es un espacio cultural inaugurado en el año 2009, donde han expuesto los más renombrados artistas del país.
Guayaquil	MAAC	Museo Antropológico y de arte contemporáneo. En este museo se expone arte y cultura de Ecuador, Latinoamérica y de la Era Precolombina. Reforzar el patrimonio cultural institucional, por medio de exhibiciones de una colección de 50,000 piezas arqueológicas nativas ecuatorianas y más de 3,000 obras de arte modernas.
Cuenca	Procesos	Galería de arte contemporáneo.
Cuenca	Alianza Francesa	Como organismo educativo francés tiene directrices muy encaminadas hacia la cultura, por eso es que sus salas se prestan para exposiciones artísticas.
Cuenca	Museo de Arte Moderno	Museo que contiene obras de artistas ecuatorianos modernos.
Cuenca	Museo de las Conceptas	Muestra cómo se vive en claustro. (espacio de exhibición)
Cuenca	Casa de la Cultura	Fue creada en 1945. Fue creado con el fin de incentivar a la cultura ecuatoriana, haciendo énfasis sobre todo en lo nacional (mostrar y generar una cultura propiamente ecuatoriana). En 1947 se construyó la sede de Guayaquil.
Cuenca	IN Arte Contemporáneo Cuenca	Exhibición de arte contemporáneo

176

Como se había señalado antes, se han incluido todos los espacios en los que se está constantemente realizando eventos de arte plástico; tomando en cuenta que se haga énfasis en el tema artístico y no sea un espacio de venta de cuadros, en el que no se hagan exhibiciones, ya que eso sería una tienda de arte, mas no un espacio de difusión y promoción (un ejemplo de espacio de venta es el parque El Ejido).

Las características de estas son variadas, por eso para poder determinar con cuáles nos conviene relacionar a la artista y su propuesta analizaremos a cada una de ellas por su inclinación hacia el producto – mercado y su tipo de producción: en serie – producción única. Además también tomaremos en cuenta el tipo de función que desempeña y cómo está podría beneficiar al proyecto.

---

<sup>176</sup> Elaboración de la autora.

Este mismo proceso aplicaremos a las instituciones que se encargan netamente de la comunicación. Para esto hemos escogido a medios de comunicación especializados en cultura y espacios, incluidos medios que podemos encontrar en el internet. Pero también se ha incluido a medios de comunicación masivos, la prensa escrita, la televisión y la radio. Con esto determinemos los medios más convenientes para la difusión de la propuesta de Consuelo Crespo. La siguiente tabla muestra los espacios de difusión que se han escogido para el análisis:

### Mapa de espacios de difusión

Cuadro 14 – Elaborado por la autora

Medios	Programas	Características
Internet	No Lugar	Espacios informativos de difusión de arte, exhibición de propuestas artísticas.
	Río Revuelto	
	La Selecta	
	Revista Barranco	
	CAC	
	Escenario Alterno	
	Curatoría Forense	
	Arte actual	
	Pobre Diablo	
	Procesos	
Periódicos	El Comercio	Secciones que presentan notas de carácter cultural: tienen noticias sobre literatura, arte, cine, danza, teatro, entre otros.
	El Telégrafo	
	El Universo	
	El mercurio	
	La Hora	
Revistas	Barranco	Revista de Tendencias extremas, arte, cultura, música, fotografía, cine, arquitectura, crítica
	Búho	Busca el desarrollo artístico del país, difundir sus valores, apoyar sus luchas y defender su cultura.
	Diners	Revista de actualidad, muestra reportajes, entrevistas sobre temas culturales.
	Vistazo	Vistazo recoge puntos de vista diversos para contribuir a la reflexión de sus lectores sobre los hechos y personajes
Radio	Formalmente informal - Ramiro Díez	Programas de entrevistas con espacio a temas culturales
	En su punto - Nelson Maldonado	
	Encuentro - Diego Oquendo Sánchez	
	Vagón Alternativo - Alejandro Andrade	
	Desde mi visión - Michel Oquendo Sánchez	
Televisión	Noticieros	Segmentos Culturales
	La caja de pandora	Sacrificios y logros se aprecian en este espacio, permite conocer la vida personal de grandes personajes
	Fama cuando las luces se apagan	Conoce la vida de los artistas y como conjugan su vida profesional con su vida personal.
	Palabra Suelta	Xavier Lasso, en un diálogo ameno, nos muestra el lado humano y profesional de importantes invitados

177

<sup>177</sup> Ibid.

Los medios de difusión y sus respectivos periodistas y programas que se presentan en este mapeo son en los que, de acuerdo a nuestro sondeo de medios, se presentan y difunden eventos de carácter cultural y sobre todo, artístico. Si bien no todos estos medios son instituciones centradas en el arte, en los programas se difunden con más o menos frecuencia eventos de arte plástico. No hemos tomado en cuenta a programas de televisión porque estos no se presentan con suficiente frecuencia este tipo de eventos.

Es muy importante también hablar de los líderes de opinión. Interactuando con los elementos que se han analizado es este mismo documento, existen actores importantes para el ámbito artístico; estos son: artistas, curadores, críticos, gestores, historiadores, etc. Hemos determinado las personas más influyentes en el mercado del arte de acuerdo a ciertas pautas: cantidad y calidad de publicaciones, eventos donde han sido tomados en cuenta, resultados en sus gestiones, lugar de trabajo, etc. También tomaremos en cuenta la opinión de expertos en el tema y, sobre todo, de la misma artista.

La siguiente tabla muestra los líderes de opinión:

### Mapa de líderes de opinión

Cuadro 15 – Realización de la autora

Líderes de opinión	Actividad	Lugar
Ana Rodríguez	Gestora cultural	CAC
Susuan Rocha	Investigadora y gestora cultural	CAC
Rodolfo Kronfle	Crítico, gestor y curador de arte.	Independiente
Marcelo Aguirre	Artista y gestor cultural	Arte Actual
Lilian Viterí	Gestora cultural	Galería Lilian Viteri
Eduardo Carrera Rivadeneira	Artista y gestor cultural	No Lugar
Pancho Suarez Lascano	Artista y gestor cultural	No Lugar / Pobre Diablo
Trinidad Pérez	Historiadora, curadora y catedrática	USFQ
César Augusto Montalvo	Artista y gestor cultural	Augusto Galería de Arte
Patricio Palomeque	Artista y gestor cultural	Procesos

178

Las acciones que realicemos dentro del proyecto, deben estar también dirigidas a entablar relación con estos líderes de opinión. Como hemos visto a lo largo de la historia del arte ecuatoriano, es por medio de curadores, gestores, etc., que se logra la realización de exposiciones y demás participaciones en eventos de carácter artístico.

<sup>178</sup> Ibid.

## 3.2 Entorno y características del producto

Ahora que hemos segmentado el mercado y conocemos en detalle a los diferentes stakeholders, es necesario también conocer las virtudes y desventajas de la artista y su obra, así como el entorno en el que se desempeña. Conocer las características del producto que vamos a posicionar, sus fortalezas y debilidades, nos ayudará a desarrollar las estrategias que nos ayudarán a posicionar el mismo. Es importante también conocer las amenazas y oportunidades que nos brinda el entorno, el cual puede perjudicarnos si no lo conocemos y favorecernos si sabemos aprovechar. Para esto procederemos a realizar un estudio del *entorno*, en donde analizaremos los diferentes elementos del mismo: economía, cultura, política, demografía y la tecnología. Con la información obtenida en este estudio y el conocimiento que tenemos de la artista y su obra, realizaremos un FODA. Habiendo realizado estos análisis podremos desarrollar con pleno conocimiento, las actividades que se realizarán dentro del proyecto.

### 3.2.1 Estudio del entorno

En este segmento haremos un análisis de las circunstancias a las que el arte está sujeto, que no son propias de la producción artística sino del contexto en el que este se desempeña. Las variables del entorno son la *cultura*, la *tecnología*, las *leyes y la política*, lo *económico* y lo *demográfico*. Este estudio nos ayudará a visibilizar las oportunidades que el contexto en el que se desempeña el arte nos pueda brindar, de las cuales podremos aprovechar para realizar las estrategias. También conoceremos las amenazas a las que la producción artística está sujeta, lo que nos permitirá estar preparados y planificar de acuerdo a estas.

#### 3.2.1.1 Variable demográfica

Los consumidores de arte no presentan una característica demográfica única, por lo que pueden ser de cualquier género, clase social, edad, etc. Es un ámbito muy variado y mixto en el que aunque escojamos una sola de sus ramas, es muy difícil determinar de qué edad o género son las personas que van a consumir la obra de Consuelo Crespo. Pero si podemos señalar factores importantes para el contexto del arte.

El arte es una manifestación urbana, en las ciudades es donde están las galerías, los críticos, los consumidores. Mientras más grande es la ciudad existe más variedad en cuanto

a espacios en los que se consume arte; museos, galerías, plataformas artísticas, se encuentran en las ciudades.

En el Ecuador las ciudades con mayor impulso en cuanto al arte plástico son Quito, Guayaquil y Cuenca. No solo son las de mayor población, sino que en estas se encuentran la mayor cantidad de espacios culturales (museos, galerías, teatros, centros culturales, etc.) En estas también se encuentran las universidades en las que existe Escuela de Artes. Es importante tomar en cuenta las universidades, ya que desde estas, profesores y alumnos, están constantemente consumiendo arte y generando nuevas propuestas, además también por medio de estas se visualiza lo que se está haciendo en otras partes del mundo.

### 3.2.1.2 Variable cultural

En los últimos 10 años o incluso más, la cultura en el Ecuador se ha visto afectada por la influencia externa. Una de las consecuencias de la globalización es el fácil acceso a la información, por lo que es más fácil conocer lo que está pasando fuera del país a nivel cultural. Esto provocado cambios no solo en nuestra forma de vida y costumbres, sino también en las artes.

Las artes en el Ecuador han sido de una manera u otra, influenciadas por lo que sucedía en otras partes del mundo, pero ahora la influencia es más rápida y violenta. Lo que ha provocado que el arte este constantemente alimentándose de nuevas técnicas y conceptos. Por un lado esto motiva a personas a incursionar en el arte, al tener toda esta información los jóvenes pueden tomar la decisión de hacer una carrera artística. Además, los artistas tienen a su mano elementos que les pueden ayudar a desarrollar sus obras desde puntos de vista que de otra forma, hubieran sido desconocidos para ellos. Por otro lado, podría llegar a afectar el hecho de que el arte este en constante cambio a aquellos que han encontrado su manera de expresarse.

Una de las cuestiones en las que más aporta la globalización al arte es en el hecho de que, así como obras de artistas extranjeros llegan al Ecuador, las obras de artistas nacionales pueden llegar a todo el mundo. Ahora, mucho más que antes los artistas ecuatorianos tienen la oportunidad de llevar sus propuestas a galerías, museos, etc., en otros países.

Sin embargo, algo que ha aportado mucho al ámbito del arte es la creación de escuelas de arte. Hacia 20 años tan solo existía la Facultad de Artes de la Universidad Central, la

creación de nuevas escuelas de arte, tanto públicas como privadas, han ayudado a generar interés por el arte. Hoy existen más personas que optan por una carrera artística y estas tienen muchas más opciones a la hora de elegir.

Estas incluso han afectado al mercado del arte, que ahora es más variado. Cada facultad o escuela de arte tiene visiones diferentes las cuales ayudan a diversificar el mercado. Los profesores tienen un mucho mejor acceso a la información, lo que les ayuda a estar actualizados constantemente.

Al ser un mercado diverso y cambiante, también es un mercado más competitivo. Los artistas no solo tienen mucha más competencia, sino que el arte en sí (constantemente cambiante) les obliga retarse constantemente y hacer nuevas propuestas. Hoy en día un artista debe estar constantemente produciendo y renovándose.

#### 3.2.1.3 Variable económica

Existen algunos acontecimientos económicos que han afectado al mercado del arte y que van a afectar en el futuro. El consumo de la población en el Ecuador ha aumentado considerablemente, esto gracias al alza en el petróleo, pero también a la posibilidad de pagar por medio de créditos. Esto ha provocado que el mercado del arte se expanda. No necesariamente por un aumento en ventas, sino por un aumento en el número de personas que dedican su vida profesional a este.

Si bien el arte plástico que se realiza actualmente es más difícil venderlo, es necesario las facilidades económicas para estudiarlo, visitar los espacios donde se los expone, también significa una inversión. Como cualquier entretenimiento adicional a los productos y servicios de consumo básico, el arte depende de la asequibilidad de los consumidores a los espacios donde puedan ver arte.

Las facilidades para adquirir bienes y servicios a hecho que ciudades como Quito, Guayaquil y Cuenca, tengan una vida cultural más intensa. Hoy en día se abren galerías de arte, cafeterías, restaurantes, bares, en los cuales se realizan eventos artísticos constantemente. Y las personas que consumen arte, ahora tienen las facilidades para poder acceder a estos.

Como decíamos ahora el mercado del arte es más variado y competitivo, por este motivo la oferta de actividades culturales es mucho mayor. Sin embargo, la oferta ha ido aumentando

con la demanda. Mas las facilidades de crédito que actualmente tienen los consumidores, podrían detenerse y generar un retroceso en la demanda de productos y servicios culturales.

El arte al ser un bien o servicio suntuario, sería una de las actividades económicas que se vería afectada en primera instancia. Esto ya paso hace algunos años luego del boom petrolero. Después de años de una economía fuerte gracias al petróleo, la caída del mismo repercutió en la vida de los ecuatorianos, haciendo que actividades como las artes sean dejadas de lado. Esto provocó que casi todas, sino todas, las galerías existentes en la ciudad de Quito cerraran.

#### 3.2.1.4 Variable legal - política

Desde el gobierno durante los últimos años se han implementado gran cantidad de leyes y políticas que apoyan al surgimiento cultural. Existen varios fondos destinados al apoyo a artistas en la producción de sus obras. Sin embargo, estas políticas no son parte de un verdadero estado de apoyo a las artes y a la cultura. Se les apoya desde el punto de vista económico con pequeños montos para la realización de proyectos, pero no existe una base legal real que soporte al artista en sus tareas como profesional.

Existen algunas discusiones de cómo respaldar a los artistas en sus diferentes actividades más allá de la entrega de recursos. Por ejemplo, una iniciativa es hacer equivalentes las publicaciones con las exposiciones. Según esta propuesta, una exposición sería igual a una publicación ya sea de un libro o un artículo en una revista. Esto permitiría que los artistas accedan a trabajos como la docencia.

Otra propuesta está en patrocinar o auspiciar la generación de la obra, como se lo hace con las investigaciones en otros ámbitos. Una propuesta artística no solo significa hacer la obra, sino que contempla una investigación previa, una conceptualización y luego la realización de la misma. La propuesta consiste en considerar esto como investigación, sobre todo aplicándolo a las universidades.

Existen actualmente espacios donde ya se están discutiendo estas posibilidades dentro del ámbito artístico. Lo que quiere decir que podrían aplicarse a corto o mediano plazo. Decimos esto porque se lo está hablando desde las escuelas o facultades de arte, en donde se están haciendo cambios con las reformas obligatorias que deben hacer las mismas.

### 3.2.1.5 Tecnologías de la Comunicación

Las técnicas del arte se han visto influenciadas por los avances tecnológicos. Actualmente existen formas de expresión como el video arte, que utilizan herramientas que antes no se habían empleado. De esta misma forma, ahora se incluye en los montajes audios que dan nuevos sentidos a las propuestas artísticas.

Los avances tecnológicos no solo han cambiado las expresiones artísticas, las Tecnologías de la Comunicación (TICs) han transformado la forma en que se consume, critica y difunde el arte. La forma en que se transmite información, los canales de comunicación empleados, el lenguaje utilizado, quienes crean esa información, el tiempo en que llega un mensaje, son diferentes.

El tiempo en el que un mensaje es transmitido puede ser mínimo incluso en grandes distancias. Esto ha propiciado un intercambio de ideas, culturas, información que en otra época hubieran tardado en llegar. En este intercambio también podemos hablar de arte visual, actualmente es mucho más fácil conocer lo que se hace en otros países del mundo, en otras sociedades. Además, también es más sencillo llevar las ideas y el arte del Ecuador fuera del país y por lo tanto, difundir obras en todo el mundo, lo que favorece a muchos artistas que pueden darse a conocer y llevar sus propuestas a otros países.

La comunicación efectiva ha permitido formar redes de comunicación en las que constantemente se está conociendo nuevas y diferentes propuestas. Sin embargo, esto provoca que el mercado del arte sea más competitivo, ya que obliga a que los artistas actualicen sus obras. Aunque, por otro lado, también les facilita el estar informados y conocer lo que se hace en el mundo entero.

La información es transmitida a través de una gran variedad de canales y herramientas. Existen Smartphone, redes sociales, wikis, blogs, plataformas que permiten que prácticamente cualquier persona con acceso a las mismas pueda exponer sus ideas. Antes de la existencia de estos medios, la información era difundida por canales de televisión, programas de radio, prensa escrita y exponían lo que determinada cada medio.

Esto ha permitido la información sea más inmediata, pero también que cualquiera con acceso a estos canales sea capaz de generar mensajes. Esto permite a un artista difundir su obra y darla a conocer, le abre la posibilidad de que otros conozcan sus propuestas. Como

decíamos, le puede abrir muchas puertas y llevar incluso a la realización de una exposición.

Una diferencia de la comunicación que se daba con la televisión, con la radio y con la prensa escrita, es que el receptor no podía responder al mensaje. Ahora con las nuevas herramientas, la comunicación va en ambas direcciones. Existe una conversación entre dos comunicadores, el espectador y la persona que emite el mensaje, en donde cada uno expresa sus propias ideas.<sup>179</sup>

Ahora que cada persona con acceso a las TICs es un comunicador que tiene la posibilidad de transmitir mensajes, lo que hace que estos sean mucho más variados. Por eso decíamos que el artista tiene muchas más posibilidades de mantenerse actualizado. Los mensajes son individualizados y por lo tanto llegan a grupos más pequeños con intereses similares.<sup>180</sup> Esta variedad responde a una interacción entre todos los que participan de la conversación.<sup>181</sup>

La inmediatez, la descentralización de la información, la interactividad y el mayor acceso generan un cambio en el lenguaje con el que el mensaje se crea. Este se hace más legible y divulgativo y se adapta a muchos tipos de receptores.<sup>182</sup> Antes de la aparición de las TICs el arte era exclusivo e incluso era una cuestión de educación y muy pocos tenían acceso a este.

El acceso a la información y la posibilidad de generar mensajes, permite que el arte ya no sea exclusivo para un grupo de personas; ahora existen varios grupos con diversos intereses en torno al arte. Por un lado, esto permite a las personas educarse, admirar el arte y generar ideas. Personas que por ciertas circunstancias no hubieran tenido la oportunidad de conocer sobre ciertos aspectos culturales, ahora la tiene.

Sin embargo, la posibilidad de que todos expongan sus criterios también ilegítima a quienes tienen realmente estudios sobre el tema. Personas que han estudiado para ser críticos, curadores, artistas, pedagogos, que conocen a fondo sobre arte tienen la misma

---

<sup>179</sup> Stephen W. Littlejohn, Op. Cit., pág. 292.

<sup>180</sup> María Dolores Arroyo Fernández, Difusión del arte en la red: hacia un nuevo espectador, III congreso online, Observatorio para la Cibersociedad, Internet. [www.cibersociedad.net](http://www.cibersociedad.net). Acceso: 20 de noviembre de 2012.

<sup>181</sup> Stephen W. Littlejohn, Op. Cit., pág. 292.

<sup>182</sup> María Dolores Arroyo Fernández, Op. Cit., Acceso: 20 de noviembre de 2012.

oportunidad de exponer sus criterios que cualquier otra persona. Esto provoca que la información que encontramos no sea confiable y pierda validez.<sup>183</sup>

Finalmente, aunque exista mayor acceso y que se llegue de manera más rápida, las TICs son menos masivas que los medios de comunicación tradicionales. Lo que por un lado es positivo, ya que permite llegar con información más precisa a la persona o grupo que comparten ese interés; pero, por otro lado, a las personas que no conocen la existencia de cierta información y no tienen todavía el interés por buscar, no se comunica. Es decir, las herramientas como el blog, las redes sociales, plataformas de internet, al no ser masivas es difícil que capten atención de público nuevo y posibles consumidores de arte.<sup>184</sup>

Las TICs serán parte de las estrategias del proyecto de comunicación, sin embargo estas deben ser complementadas con otros canales. Se tomará en cuenta todo lo señalado y de acuerdo a esto se realizarán las actividades.

### 3.2.2 Análisis FODA

#### FODA

Cuadro 16 – Realización de la Autora

<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
La artista tiene trayectoria y es conocida en el medio.	La artista no es buena con las relaciones públicas.
Hay pocos escultores en el Ecuador.	No está desarrollando propuestas todo el tiempo, tiene que intercalarlo con clases y otras actividades.
Es talentosa, hábil para la escultura.	La artista no tiene objetivos claros
Es profesora de la PUCE	Sus propuestas no producen ganancias económicas.
Su obra es conceptual	No tiene experiencia exponiendo fuera del país
La artista es abierta a nuevas ideas	No ha participado en concursos internacionales
Es una líder de opinión	No existe un grupo objetivo al que la artista quiera dirigir su obra
Sus obras abarcan temas que son atractivos para el público.	Su arte es conceptual y efímero, por lo tanto es difícil venderlo
<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
Mercado del arte renovado	Mercado competitivo
Existen varios y diversos lugares de exhibición	Las facilidades que tiene el público para consumir arte son efímeras.
Fondos concursables	Más jóvenes deciden dedicarse al arte y tienen nuevas propuestas.
Las TICs facilitan la difusión	Los medios de comunicación hacen una cobertura muy pobre sobre el arte.
Más apertura hacia la autogestión	Existen pocos medios de comunicación masivos especializados.
Existen las facilidades económicas para consumir arte	Su arte es conceptual y efímero, por lo tanto es difícil venderlo
Existen espacios de discusión, donde se debate mejores condiciones para los artistas.	Al existir pocos fondos concursables, es complicado acceder a estos.
En la prensa escrita existe cada vez más apertura para temas culturales	El arte se está renovando constantemente

185

<sup>183</sup> Ibid.

<sup>184</sup> Ibid.

<sup>185</sup> Elaboración de la autora.

## Capítulo 4.

### Proyecto de comunicación

En este capítulo definiremos cuáles serán las estrategias que conformaran el proyecto de comunicación que hemos planteado. Para esto hemos realizado un análisis previo de la evolución de la institucionalidad y del arte en el Ecuador, con el fin de entender cómo se maneja y se ha manejado la difusión en el país. Además, hemos hecho énfasis en los últimos 20 años en que se ha introducido el arte contemporáneo, debido a que la obra de la artista es contemporánea y era necesario conocer directamente su entorno más inmediato.

También hemos descrito la vida y obra de la artista, con el fin de describir a fondo el tipo de arte que realiza y cuál ha sido su trayectoria hasta la actualidad. También es importante saber, aunque la artista no lo considera así, cuáles han sido sus motivaciones, lo que ha provocado que realice estas obras. Por esta razón, la descripción no trata únicamente de la obra, sino también de los hechos en la vida de la artista que la han marcado como tal.

Adicionalmente, se ha realizado un estudio de los diferentes elementos que intervienen en el proceso de comunicación cuando se difunde arte. Hemos determinado cuatro variables: el comunicador, que en este caso nos referimos al público al nos dirigiremos, incluye a todos los stakeholders; el mensaje, lo que se está transmitiendo actualmente sobre la actividad artística y quién lo está transmitiendo; la conversación, la respuesta o posible respuesta que se genera en el público; y los medios, en donde conoceremos las características de las herramientas comunicacionales de la actualidad. Además, describiremos el estado del entorno en el que vamos a desarrollar las estrategias, con el fin de potenciar sus oportunidades y minimizar sus amenazas.

#### 4.1 Objetivos

Antes de plantear las estrategias y acciones debemos definir con exactitud los objetivos que regirán las mismas. Para esto se utilizará el objetivo que se planteo inicialmente, pero esta vez tomaremos en cuenta los datos que hemos recogido a lo largo de la disertación; sobre todo el problema central y la opinión de la artista, lo que ella busca.

El objetivo planteado inicialmente era: *posicionar a una artista y su obra a través de la difusión de la misma.*

En primer lugar, el problema con que nos encontramos es la falta de aplicación de la comunicación para la difusión de arte, lo que provoca que muchos artistas talentosos no sean reconocidos y que se deje a un lado público que podría estar interesado en el arte. Es por eso que se debe recalcar el uso de estrategias o herramientas de la comunicación.

También hemos determinado que las ciudades donde más se consume arte visual son Quito, Guayaquil y Cuenca, que son las ciudades más importantes y grandes del país. La razón por la que se consume más arte es simple, existen mayor cantidad de instituciones dedicadas la enseñanza, difusión y distribución.

Esto pudimos constatar en parte por el sondeo de medios que se hizo para la investigación, con lo cual se construyó un mapa de instituciones culturales, líderes de opinión, medios de difusión, etc. Sin embargo, este mapeo se lo realizó también investigando documentación previamente existente, realizando entrevistas y observando bases de datos de otros centros culturales.

Es por esta razón que hemos decidido solo dirigirnos a las tres ciudades, donde existe un mercado del arte. Lo que veremos más adelante es que en cada una de las ciudades el entorno artístico es diferente e incluso hay diferentes actores y líderes de opinión; lo cual tomaremos en cuenta para la realización de las estrategias.

Entonces el objetivo que se había planteado no estará dirigido a todo el Ecuador, sino a Quito, Guayaquil y Cuenca. Ahora, tomando en cuenta la opinión de la artista, ella tiene la intención de llevar fuera del país a su obra, aunque no ha planteado exactamente a dónde quiere salir con esta. Por esta razón, tomaremos como eje de acción el posicionar a la obra de la artista en las tres ciudades, con lo que podremos acceder a mercados internacionales. (Guayaquil es la ciudad más internacionalizada)

De acuerdo a los intereses de la artista también pudimos constatar que ella no busca un papel protagónico al posicionar su obra. Esto quiere decir que ella busca difundir su creación pero no a ella misma. La razón que nos da la artista y que en la entrevista lo respalda Susan Rocha, es que actualmente ha dejado de existir el artista genio, el arte contemporáneo destruye al genio creador al banalizar el arte. Es decir, deja de existir la persona que lo realiza y solo queda la creación. Por eso lo que debemos difundir es la propuesta artística y no el nombre ni la vida e historia de la artista.

Por lo tanto la artista busca exponer su obra, más el conocimiento que se llegue a tener de Consuelo Crespo solo será a través de su propuesta. En el modelo de marketing que vimos al inicio de la disertación, se muestra que en el arte el producto es la obra del artista que se busca posicionar en el público. Por lo tanto no es necesaria la imagen de la artista para el posicionamiento.

De acuerdo a estos planteamientos nuestro objetivo sería el siguiente: *Difundir la propuesta artística de Consuelo Crespo Dávila para posicionarla en Quito, Guayaquil y Cuenca procurando generar interés internacional, utilizando estrategias de comunicación,.*

También vamos a plantear unos objetivos específicos los cuales determinen de manera más precisa las estrategias que se plantearan para conseguir el objetivo principal. Estos se forman a partir de las variables de estudio: comunicador, mensaje, conversación, medios y entorno. Evidentemente las necesidades y objetivos de la artista serán la principal directriz que moldee los mismos.

#### 4.1.1 Análisis y objetivos.

Desde la revisión del *entorno* del arte en la actualidad y a lo largo de la historia, pudimos determinar algunos problemas que deben ser remediados y que nos ayudarán a definir nuestras acciones.

Pudimos ver que el consumo en el Ecuador ha tenido sus altos y bajos: mientras más capital en circulación, existe una mayor demanda de productos artísticos. Durante el Boom es donde más crecimiento en el mercado del arte hemos visto hasta la actualidad. La inyección de capital en la economía permitía que más personas tengan acceso a productos suntuarios. Pero más allá de la posibilidad de compra, también existían incentivos sociales. Es decir, existía una predisposición a comprar arte porque esto representaba un estatus social. Además existía una real preocupación por la identidad cultural, lo que ayudaba a generar espacios donde el arte era promocionado.

Este momento histórico es muy importante porque se construyen espacios de difusión y exhibición de arte muy importante, como la casa de la cultura, la renovada Facultad de Artes de la Universidad Central. Sin embargo, los espacios más importantes de la época son privados: la galería Siglo 21, por ejemplo.

Las galerías privadas se financiaban vendiendo las obras, lo que quiere decir que existía un coleccionismo por parte de los consumidores, lo que no pasa actualmente pese a que existe interés. Esto se da porque existe un cambio en la forma de consumir arte, en la concepción del mismo. El cambio se fue dando desde principios de los 90s (incluso puede ser antes), con nuevas propuestas artísticas, que al contrario del resto del mundo, en el Ecuador estaban empezando.

Estas nuevas tendencias muestran obras difíciles de comprar. Al contrario que un cuadro, el arte contemporáneo suele ser efímero y por lo tanto imposible adquirirlo; se hacen muchas instalaciones, performances, video arte, entre otros. Estas son obras que difícilmente se pueden colgar como adorno en una sala. Es por esta razón que se empezó a consumir de manera diferente, ya no comprándolo, sino solamente admirando o formando parte del mismo.

Pese a que el principal factor que provocó que se cerraran todas las galerías de Quito fue la crisis bancaria, el cambio en la forma de consumir y crear arte también influyó. Esto además afectó a la forma de vida y subsistencia de los artistas, que antes tenían como actividad económica vender sus obras, algo que hoy en día no pasa.

La pregunta es ¿cuál es ahora el sustento de los artistas? Muchos de los artistas han tenido que buscar actividades paralelas como la docencia y la gestión cultural, que les permita tener ingresos y como actividad adicional, desarrollar sus propuestas. Pese a que muchos trabajan así esto representa un problema, porque significa que no solo tienen menos tiempo para dedicarle a sus obras, sino que muchos deben dejar de producir por falta de ingresos para financiar las mismas.

Pero este no es el único inconveniente provocado por la falta de ingresos, muchos artistas se ven limitados a ciertos espacios de difusión porque es complicado el traslado de las mismas. Por ejemplo llevar una obra fuera del país por cuenta propia, es muy costoso.

En definitiva, hoy en día no existe un coleccionismo en el Ecuador que permita a los artistas vivir de esta disciplina, pese a que existe interés y poco a poco han ido abriéndose nuevos espacios para el arte. Por eso uno de los principales objetivos de este proyecto es *buscar la forma en que los artistas puedan desarrollar su arte sin necesidad de recurrir a actividades paralelas o tener que dejar sus propuestas y proyectos a un lado.*

Para esto habría que buscar una forma alternativa de financiar proyectos artísticos que incluso permita que las obras visiten diferentes ciudades del país y salgan al exterior. Lo que generalmente se ha hecho hasta hoy es buscar apoyo en entidades públicas, con la idea de que es el propio gobierno el que debe generar incentivos para que exista una producción cultural (entre estas el arte). Sin embargo, al ser una expresión popular, también debe ser una iniciativa independiente a cualquier gestión estatal.

Con una alternativa así, el artista podría verse libre de cualquier atadura económica que frene su producción. Como hemos percibido anteriormente, es muy importante que el artista esté constantemente produciendo, ya que dejar de hacerlo lo dejaría fuera del escenario artístico. No solo es importante tener una buena estrategia de comunicación y un plan de relacionamiento, sino tener el mensaje que se va a transmitir; mientras más producción exista por parte del artista, más rico será el mensaje.

El *mensaje* que vayamos a difundir es de vital importancia, ya hemos visto las características del mismo. Para la realización del este es importante tomar en cuenta la competencia, la producción de la artista y lo que transmite la obra.

En la actualidad existen más cantidad de universidades que tienen escuelas de arte y cada año salen más artistas al mercado. También el arte ha sobrepasado fronteras y existe mayor posibilidad de una constante actualización, por lo que existe bastante competencia, por esta razón debemos *generar mensajes para la difusión artística que le permitan mostrar la obra de manera ordenada, coherente y llamativa*.

Entre los *stakeholders* intermediarios están los espacios de exhibición donde se podría presentar la propuesta de Crespo, sin embargo estos deben cumplir con algunos requisitos y es por esto que hemos estudiado sus características. Estos canales deben ser confiables, deben dirigirse al público que hemos determinado como nuestra audiencia y deben ir acorde a la obra que buscamos transmitir.

Hemos realizado un análisis, donde pudimos observar los diferentes espacios que existen y sus características. Por esta razón nos hemos planteado como objetivo *encontrar los espacios donde la obra puede ser difundida o presentada y hacer el acercamiento necesario con las personas que administran los mismos*.

Pero generar un acercamiento en estos diferentes espacios no es sencillo ya que, como determinamos anteriormente, el mercado artístico actual es muy competitivo. Por esta razón debemos desarrollar una serie de estrategias que permitan vincular a la obra de Consuelo a estos espacios y sobre todo a las personas que lo dirigen.

Otro *stakeholder* son los líderes de opinión, entre estos los galeristas y gestores culturales, la opinión generada entre estos permitirá que la obra tenga aceptación en diversos espacios, tanto físicos como teóricos. Esto nos lleva a concretar el siguiente objetivo que es *presentar la obra de la artista a críticos, artistas, catedráticos, curadores, consumidores y gestores culturales con el fin de generar una opinión positiva.*

Los *medios* son aquellos que difundirán la obra, estos deben ser confiables para el público al que buscamos llegar, deben ir acorde al mensaje que vamos a transmitir y deben dirigirse a nuestro público objetivo. Es por esto que se ha desarrollado el siguiente objetivo: *incentivar a los medios de comunicación seleccionados a difundir la obra de Consuelo Crespo Dávila.*

Además es importante buscar *medios* alternativos de comunicación que permitan llegar directamente donde los consumidores de arte, es por esto que buscaremos *implementar las tecnologías de la comunicación para la difusión de la propuesta artística de Consuelo Crespo Dávila.*

Finalmente, es importante la *conversación* que se genere entre los stakeholders y la obra. Es necesario conocer cuál ha sido la respuesta por parte de ellos. Es por esto que será útil *analizar la posterior respuesta de los públicos de acuerdo a los indicadores.*

Una vez determinados los objetivos e indicado de dónde salieron los mismos, podemos empezar a desarrollar las estrategias y acciones que vamos a planificar en torno a estos. El fin es opacar los problemas que se han podido determinar con las ventajas y virtudes que hemos notado, con lo que vamos a posicionar la obra con la que estamos trabajando.

#### 4.2 Planificación: estrategias y acciones.

Las estrategias que hemos realizado en este proyecto, responden a las necesidades y objetivos vistos anteriormente. Es por esta razón que en su mayoría buscan generar una

*conversación* interactiva y no pasiva. En donde exista un ir y venir de información de parte y parte.

#### 4.2.1 Objetivos secundarios: desarrollo del arte.

*Buscar la forma en que los artistas puedan desarrollar su arte sin necesidad de recurrir a actividades paralelas o tener que dejar sus propuestas y proyectos a un lado.*

La falta de coleccionismo en el arte ha llevado a artistas a buscar nuevos mecanismos para financiar sus obras. Muchos han optado por tener un trabajo paralelo que les permita seguir produciendo. El gobierno se ha convertido también en uno de los principales patrocinadores del arte, al otorgar a artistas patrocinios para sus propuestas.

Sin embargo, los ingresos de los que estamos hablando no son ingresos fijos que realmente permitan al artista subsistir de su arte. Los patrocinios por parte del gobierno son excelentes y brindan a los artistas muchas oportunidades, pero al haber tantos artistas existe mucha competitividad por conseguir estos fondos y no es fácil.

Los mismos artistas, gestores culturales y catedráticos están planteando soluciones. Una de ellas es la implementación de políticas en las escuelas de Artes Plásticas alrededor de todo el país. Consuelo Crespo nos cuenta que está en proyecto una propuesta en la que las exposiciones serían lo mismo que una publicación para profesionales de otros campos. Además las universidades deberían, al igual que en otras escuelas, dedicar fondos a la producción artística de los profesores.

Estas dos medidas permitirían a los profesores de artes acceder a mejores sueldos por sus exposiciones y la producción artística que realizan. Con lo cual no tendrían que invertir de sus propios recursos para la realización de sus obras y exposiciones, sino que recibirían un sueldo para hacerlo o por hacerlo. De esta manera se fomentaría el arte en el Ecuador de una manera mucho más directa y productiva, sin necesidad de otorgar capital directamente.

Sin embargo, hasta que esto suceda, en esta disertación hemos planteado algunas acciones y estrategias que podrían ayudar a la artista Consuelo Crespo adquirir fondos para la creación y difusión de sus obras.

Hemos notado que en muy pocas ocasiones los artistas plásticos se dirigen al sector privado para conseguir auspicios o patrocinios. Esto no pasa con los teatreros, músicos, etc., que si buscan fondos en el sector privado con en donde generalmente tienen éxito.

En otros países del mundo esta opción ya ha sido planteada y utilizada por algunos artistas. Por esta razón hemos visto la oportunidad de aplicarla en el Ecuador, no solo para apoyar en la producción de la obra de Consuelo, sino sentar un precedente en el ámbito artístico ecuatoriano.

Es posible que algunas empresas estén interesadas en invertir en proyectos culturales, pero debemos identificar cuáles son estas. Por eso se realizó un sondeo de medios donde se monitoreó eventos culturales y artísticos hemos, con lo que pudimos percatarnos de cuáles son algunas de las empresas que auspician los mismos. De esta manera hemos realizado un mapeo de las instituciones privadas a las que nos pudiéramos dirigir. También hemos tomado en cuenta empresas en las que tenemos un interés particular por la actividad que realizan como Metropolitan, Fastline, Swissotel, etc. (Para recordar los patrocinadores a los que nos referiremos en este segmento de la disertación por favor revisar las figuras 6, 7 y 8)

Existen tres formas en las que estos posibles patrocinadores podrán participar de la Obra de Consuelo Crespo:

En primer lugar están las empresas que pueden apoyar con sus servicios o productos, como lo hace actualmente Edesa. Entre estas empresas podemos encontrar a Metropolitan, Tame, Vistazo, El Hoy, Fastline, Edesa, Hotel Oro Verde y Swissotel.

La idea de esto es conseguir ciertos servicios o productos en lugar de capital, pero con la misma figura de patrocinadores o auspiciantes. Las empresas a las que hemos tomado en cuenta responden a actividades las cuales normalmente la artista requiere como: material para la obra o en caso de realizarse una exposición, hospedaje, transporte y difusión.

Llevar una obra fuera de la ciudad o del país no solo se trata de vínculos y relaciones públicas, sino que además es una inversión para el artista, quién en muchos casos tiene que correr con algunos gastos, sobre todo con el material para la obra y el transporte. Esto hemos podido observar en el proceso que ha tenido que realizar Crespo para presentar su

obra *El lugar de la sospecha* el día 20 de septiembre de 2012 en Cuenca; proceso que hemos realizado con la artista para determinar acciones, tiempos, necesidades, etc.

La obra generalmente se la realiza antes de siquiera pensar en exponer la misma, ya que es un proceso largo de investigación y producción. El material y el tiempo entregado para la creación de la obra es una inversión que los artistas generalmente realizan y actualmente esa inversión, por las razones que hemos señalado anteriormente, no siempre obtiene ganancias.

Teniendo los materiales, el artista tiene la posibilidad de no invertir capital propio para la creación de sus obras. En este caso Consuelo ya recibe el auspicio de Edesa de esta forma. Esta empresa entrega a la artista la arcilla la cual es la materia prima para sus obras. En el caso de Edesa no pediremos un auspicio, sino que haremos seguimiento y mantenimiento del mismo. Por un lado, nos preocuparemos de que el convenio sea renovado y por otro, nos relacionaremos con los directivos de la empresa, haciéndoles partícipes de las presentaciones que realiza Crespo con el fin de mostrarles los beneficios que obtienen y la ayuda que brindan.

El transporte resulta uno de los principales inconvenientes al momento de presentar una obra en un lugar diferente al lugar de origen. En el caso que hemos presenciado, la artista debe llevar la obra a Cuenca, lo cual tiene un costo de \$3 000.<sup>186</sup> Para lograr esto, hemos visto que la artista ha presentado una solicitud de auspicio al Ministerio de Cultura, el cual se demoró un mes en dar su respuesta; apenas unos días antes de la exposición.

Por esta razón hemos ideado buscar auspicios en la empresa privada en el sector de transporte (sin dejar de lado las instituciones gubernamentales). Nos hemos centrado en una empresa muy bien posicionada en el mundo empresarial de transporte ejecutivo. A Fastline si bien se la reconoce más por sus taxis ejecutivos, es una empresa que ofrece desde transporte turístico hasta transporte de carga.

Además, es una empresa con visión empresarial y de crecimiento, que puede encontrar público objetivo en el mercado que la artista puede ofrecer. Para realizar un acercamiento con esta empresa primero nos comunicaremos con los contactos ya existentes y veremos qué información nos pueden brindar en cuanto a la cultura de Responsabilidad Social de la

---

<sup>186</sup> Cotización pedida por la artista durante los preparativos para la exposición en Cuenca el 20 de septiembre de 2012.

empresa, departamento gestor de auspicios y patrocinios o marketing, comunicaciones y relaciones públicas.

Una vez obtenida esta información se enviará la carta de presentación, junto con la propuesta puntual que se le realizará a la empresa y un libro donde se muestre la obra de la artista y su perfil. Luego de entregada la propuesta se realizará el seguimiento pertinente con los diferentes contactos que hemos entablado previamente.

De la misma manera se procederá con todas las empresas que nos hemos planteado, es decir que en todos los casos debemos primero hacer un acercamiento y determinar cuáles son los contactos a los que debemos dirigirnos en cada una de las instituciones; para luego proceder con el envío de la propuesta y posterior seguimiento.

Esto es algo novedoso para el arte plástico en el país, por lo que la información brindada debe ser clara, lo más dinámica posible y debe ser informativa; pero sobre todo debe estar dirigida a este público. Por esta razón hemos realizado un *formato de entrega de propuesta* el cual responderá a las características diferenciadas de cada una de las empresas a las que nos dirigamos.

La información entregada va a constar de una carta presentación, en la que se indicará quién se está dirigiendo a la empresa y cuál es el fin de toda la información que va a recibir a continuación: esto implica una presentación formal de Consuelo Crespo, la invitación a conocer la información adjunta y su firma. En un folleto dinámico e informativo, se entregará la propuesta de la artista. Este variará de acuerdo a la empresa y al tipo de convenio que se busque realizar con la misma. Pero además estarán señalados los beneficios y necesidad de invertir en este tipo de proyectos culturales. Y finalmente, un adjunto a manera de regalo, se entregará un libro con las imágenes de las obras que ha realizado la artista a lo largo de su carrera (su perfil y trayectoria).

Tendremos tres tipos de propuestas para empresas privadas: propuesta de servicio o producto, propuesta de inversión por proyecto y propuesta de patrocinio continuo.

Propuesta de servicio o producto, como su nombre lo indica está dirigida a empresas que pueden apoyar a Consuelo Crespo de acuerdo a la actividad que desempeña. Estas son las empresas que hemos señalado antes las cuales fueron seleccionadas por el servicio o producto que brindan. La propuesta que se va a entregar a estas es un proyecto por medio

del cual ellos pueden invertir la actividad que realizan para apoyar al desarrollo de una obra o exposición. También puede ser un apoyo continuo en el caso de empresas que pueden invertir con productos, ya que podrían hacerlo constantemente.

También tendremos propuestas de inversión por obra, esto quiere decir que la empresa puede invertir su capital en la realización de una obra o exposición, para lo cual se señalarán los montos necesarios para la ejecución de los mismos.

Pero también hemos ideado la propuesta de patrocinio continuo, el cual es la inversión de una cantidad de capital fijo a modo de sueldo. Este capital fijo sería destinado a la creación de obra y la investigación necesaria para la misma.

El folleto con la propuesta o propuestas variará dependiendo de la empresa a la que nos estemos dirigiendo. En algunos casos también utilizaremos estas para presentar propuestas a instituciones públicas u organizaciones sin fines de lucro que se acoplen a la forma en que se manejan otras empresas. Sin embargo, no dejaremos de lado fondos concursales y auspicios que nos puedan ofrecer entidades públicas u organizaciones sin fines de lucro que deban someterse a otro tipo de proceso.

Los beneficios para estos serán desde presencia visual de su marca en diferentes elementos de difusión de una exposición, hasta obras de la artista entregadas a la institución; lo cual también puede servir como promoción para la misma. Además señalaremos los beneficios evidentes de apoyar al desarrollo del arte.

Los tiempos que manejaremos en general dependerán de la necesidad de la artista, sin embargo en el cronograma y cuadro de estrategias contaremos con tiempos recomendados.

#### 4.2.2 Objetivos secundarios: espacios de difusión

*Encontrar espacios donde la obra de Consuelo Crespo pueda ser presentada y hacer el acercamiento necesario con las personas que administran los mismos, con el fin de mostrar la obra.*

Hemos determinado por medio del sondeo de medios y posterior mapeo los espacios donde se puede hacer exhibición de obras de arte.

En el subcapítulo anterior nos referimos a un segmento del mercado: los patrocinadores, el cual estaba conformado por empresas privadas, empresas públicas y ONGs. Ahora al que nos referiremos es al de los intermediarios.

Es importante llegar a estos espacios donde no solo se muestra y difunde arte, sino que además generan opinión respecto a una obra. Lo importante es generar vínculos que permitan a Consuelo estar presente constantemente en exhibiciones, lo cual permitirá que los consumidores de arte la conozcan.

Los *espacios de exhibición* están constantemente en la búsqueda de nuevas propuestas, pero estas deben ser afines al tipo público al que dirigen. Por esta razón hemos primero generado un mapeo de todas las galerías de arte y espacios de exhibición existentes en Quito, Guayaquil y Cuenca; de estas hemos determinado las que son más afines a la propuesta artística de Crespo y son a las que dirigiremos nuestra estrategia.

A continuación los espacios de exhibición a los que nos dirigiremos:

### Mapa de espacios de exhibición seleccionados

Cuadro 17 – Elaboración de la autora

Ciudad	Espacios	Descripción	Exposiciones
Quito	Centro de Arte Contemporáneo	(CAC) Espacio de reflexión a través del arte. Se busca crear un campo para el arte que no existía antes en la ciudad en donde se propicie el conocimiento, la reflexión, nuevas propuestas, la investigación, etc. Las exhibiciones que se presentan en este espacio son las miradas más novedosas e influyentes del arte actual; por lo que exhibir en el CAC es un logro para cualquier artista o grupo.	In-humano, Relatos transversales, GlobAllMix, Ilustres Ilustradores.
Quito	Centro Cultural Itchimbia	Fue formado como un recurso recreativo, turístico-ambiental, mediante la ejecución de programas y proyectos que propicien la participación ciudadana en este espacio público.	Exposición Pazzp, SOS pescadores de sueños
Quito	Centro Cultural Metropolitano	Espacio creado como un instrumento básico para la democratización de la cultura, jugando un papel de primer orden en la conciencia y la proyección de la identidad y en el fomento de la creación cultural contemporánea y su colectivización.	Pertenezco a la Madre Tierra, Andamio, Expo Nixon Córdova.
Quito	Naranjilla Mecánica	Bar - Restaurante y plataforma artística.	Escenario Alterno / Ilustres Ilustradores
Quito	No lugar	Es una plataforma de arte contemporáneo que busca vincular las prácticas artísticas contemporáneas con la ciudad conformando un centro de exhibición, difusión, plataforma de debate y de reflexión para las prácticas emergentes en el contexto local y global.	Arte Correo, Whatif.
Quito	Arte Actual	ARTE ACTUAL es un espacio en constante construcción; una esfera de conocimiento, discusión y confrontación, caracterizada por la reflexión y divulgación de las prácticas artísticas contemporáneas, donde arte, realidades y ciencias sociales no se tratan en forma aislada.	Estefanía Peñafiel Loaiza

Ciudad	Espacios	Descripción	Exposiciones
Quito	Pobre Diablo	Bar - Restaurante y plataforma artística.	
Quito	La Karakola	Espacio de arte contemporáneo, exhibición y convivencia artística.	Corrientes de videos por mujeres artistas
Quito	Alianza Francesa	Como organismo educativo francés tiene directrices muy encaminadas hacia la cultura, por eso es que sus salas se prestan para exposiciones artísticas.	
Guayaquil	Espacio Vacío	Es una galería de arte en construcción, busca entablar un diálogo entre los artistas y la obra que producen con la comunidad y la ciudad.	Atomicum
Guayaquil	Barricaña	Café - Bar y galería de arte.	Bus Kultural
Guayaquil	Galería de Patricia Meier	Es un espacio cultural inaugurado en el año 2009, donde han expuesto los más renombrados artistas del país.	Salvática selvática
Guayaquil	MAAC	Museo Antropológico y de arte contemporáneo. En este museo se expone arte y cultura de Ecuador, Latinoamérica y de la Era Precolombina. Reforzar el patrimonio cultural institucional, por medio de exhibiciones de una colección de 50,000 piezas arqueológicas nativas ecuatorianas y más de 3,000 obras de arte modernas.	
Cuenca	Procesos	Galería de arte contemporáneo.	
Cuenca	Alianza Francesa	Como organismo educativo francés tiene directrices muy encaminadas hacia la cultura, por eso es que sus salas se prestan para exposiciones artísticas.	
Cuenca	Casa de la Cultura	Fue creada en 1945. Fue creado con el fin de incentivar a la cultura ecuatoriana, haciendo énfasis sobre todo en lo nacional (mostrar y generar una cultura propiamente ecuatoriana). En 1947 se construyó la sede de Guayaquil.	
Cuenca	IN Arte Contemporáneo Cuenca	Exhibición de arte contemporáneo	

187

En primer lugar utilizaremos los contactos que ya tenemos para generar un acercamiento con los curadores de cada uno de estos espacios. Determinaremos si existe ya una relación entre el curador y la artista, como lo es en el caso de Arte Actual, con Marcelo Aguirre o la galería Proceso, con Patricio Palomeque. Una vez determinado el grado de relación de la artista con estos podremos emplear las estrategias y acciones que nos hemos planteado.

En el caso de existir un acercamiento con los curadores, buscaremos mantener esa relación y sobre todo mantenerlos informados acerca de las obras que realice la artista. Para lo cual utilizaremos una especie de boletín de prensa, pero este tendrá imágenes del proceso de creación de la obra. La revista – boletín será un archivo flash con imágenes y muy poca información escrita. Tan solo tendrá una breve descripción de la obra escrita por un crítico

<sup>187</sup> Ibid.

o curador. Esto lo enviaremos cuando la obra esté terminada, para poner en conocimiento de todos los curadores con los que ya tengamos un acercamiento.

En caso de no existir un acercamiento con el curador de un espacio de exhibición, primero deberemos entablar una relación. Para esto realizaremos una invitación escrita en la que pondremos a las órdenes el taller de la artista. Posteriormente haremos el seguimiento al mismo con el fin de concretar una cita. Una vez realizado el acercamiento el proceso es el mismo que hemos detallado anteriormente.

#### 4.2.3 Objetivos secundarios: líderes de opinión

*Presentar la obra de la artista a críticos, artistas, catedráticos, curadores, consumidores y gestores culturales con el fin de generar una opinión positiva.*

Con los *líderes de opinión* el acercamiento es mucho más complicado y delicado de realizar, ya que no están necesariamente relacionados con un espacio de exhibición o medio de comunicación. En el caso de que el líder de opinión ya tenga relación con la artista se lo invitará formalmente, por medio de una llamada telefónica a conocer el taller de la artista y la obra que esté realizando. Después de lo cual se le entregará los avances de la propuesta artística de Consuelo por medio del boletín – revista.

Sin embargo, con los líderes de opinión que no tienen una relación con la artista, la estrategia debe ser manejada de una manera diferente. En algunos casos podemos hacer un acercamiento durante otros eventos: exposiciones, charlas, conversatorios, entre otros eventos ligados al arte. La idea sería intentar generar el suficiente acercamiento para invitar a la persona a conocer el taller de la artista. Pero la estrategia principal que utilizaremos para realizar este acercamiento será invitarlos a participar de exhibiciones de Crespo. En cada exposición que se realice efectuaremos una lista de invitados entre los que se encontraran los líderes de opinión con los que existe acercamiento, pero sobre todo con los que no existe ningún acercamiento. A esta invitación adjuntaremos la revista – boletín para estos puedan conocer más sobre la artista.

Otra acción que está planificada es realizar una invitación solo a líderes de opinión, a una exhibición privada en la que podrán conocer no solo la obra de la artista, sino también los procesos e investigación que ella realiza. También podrán observar los materiales y

técnicas con las que trabaja. Esta invitación será dirigida a todos los líderes de opinión y deberá ser acompañada de comida, bebida y música.

En algunos casos encontraremos que los líderes y las personas que dirigen espacios de exhibición forman parte de un mismo grupo.

(Revisar Cuadro 15 – Mapa de Líderes de opinión)

#### 4.2.4 Objetivos secundarios: medios de difusión

*Incentivar a los medios de comunicación seleccionados a difundir la obra de Consuelo Crespo Dávila.*

En cambio, con los *medios de difusión* tenemos dos grandes grupos: los que están directamente relacionados con el desarrollo artístico, sobre todo de arte contemporáneo y están dirigidos a determinados grupos. Y los que buscan difundir sobre cultura, pero son pero son más masivos.

Existirán momentos en los que tan solo necesitemos dirigirnos a los medios especializados y otros, en los que buscaremos medios generales. Hemos realizado un mapeo de los medios de difusión cultural que hemos determinado con la realización del sondeo de medios. A continuación podemos ver los medios de comunicación divididos en estos dos grandes grupos, en azul podrán visualizar a los medios especializados y en verde a los medios masivos de difusión:

#### **Mapa de espacios de difusión seleccionados**

Cuadro 18 – Realización de la autora

<b>Medios</b>	<b>Programas</b>	<b>Características</b>
Internet	No Lugar	Espacios informativos de difusión de arte, exhibición de propuestas artísticas.
	Río Revuelto	
	La Selecta	
	Revista Barranco	
	CAC	
	Escenario Alterno	
	Curatoría Forense	
	Arte actual	
	Pobre Diablo	
	Procesos	

Medios	Programas	Características
Periódicos	El Comercio	Secciones que presentan notas sobre eventos culturales como danza, teatro, arte, música, literatura, etc.
	El Telégrafo	
	El Universo	
	El Mercurio	
	La Hora	
Revistas	Barranco	Revista de Tendencias extremas, arte, cultura, música, fotografía, cine, arquitectura, crítica
	Búho	Busca el desarrollo artístico del país, difundir sus valores, apoyar sus luchas y defender su cultura.
	Diners	Revista de actualidad, muestra reportajes, entrevistas sobre temas culturales.
	Vistazo	Vistazo recoge puntos de vista diversos para contribuir a la reflexión de sus lectores sobre los hechos y personajes
Radio	Formalmente informal – Ramiro Díez	Programas de entrevistas con espacio a temas culturales
	En su punto – Nelson Maldonado	
	Encuentro – Diego Oquendo Sánchez	
	Vagón Alternativo – Alejandro Andrade	
	Desde mi visión – Michel Oquendo Sánchez	
Televisión	Noticieros	Segmentos Culturales
	La caja de pandora	Sacrificios y logros se aprecian en este espacio, permite conocer la vida personal de grandes personajes
	Fama cuando las luces se apagan	Conoce la vida de los artistas y como conjugan su vida profesional con su vida personal.
	Palabra Suelta	Xavier Lasso, en un diálogo ameno, nos muestra el lado humano y profesional de importantes invitados

188

En el caso del primer grupo, las estrategias serán las mismas que las realizadas con los líderes de opinión y espacios de exhibición.

En cuanto al segundo grupo, son personas que probablemente no conozcan tanto sobre arte, sobre todo arte contemporáneo. Por esta razón deben ser separados del otro grupo de medios de difusión. Además las funciones que realizan estos son diferentes a la función que tiene un medio de comunicación más especializado.

Haremos acercamiento a estos medios de comunicación cuando la necesidad sea comunicar masivamente; es decir cuando se vaya a realizar una exposición. Para esto realizaremos dos actividades:

La casa abierta será un evento en el cual los periodistas invitados podrán conocer cómo trabaja una artista, el proceso que tiene un artista para la realización de una obra y los

<sup>188</sup>Ibíd.

instrumentos y técnicas que utiliza. Hemos podido percibir que en periódicos y programas de radio por lo general se centran en estos temas. Esto lo realizaremos unas pocas semanas antes de la realización de la exposición o posterior a la inauguración de la misma.

También será enviado un boletín de prensa para poner en conocimiento de los medios de comunicación la inauguración de la exposición. Pero este boletín de prensa estará conformado por imágenes y será similar a la revista – boletín del que hablábamos previamente, pero será más corto y tendrá un lenguaje menos elaborado.

#### 4.2.5 Objetivos secundarios: tecnologías de la comunicación

*Implementar las tecnologías de la comunicación para la difusión de la propuesta artística de Consuelo Crespo Dávila.*

El fin de todas las acciones que hemos señalado anteriormente es generar espacios donde los consumidores de arte puedan apreciar la obra de Consuelo Crespo, sin embargo es importante también desarrollar espacios de comunicación e información directos hacia este segmento del mercado.

Las estrategias elaboradas para los consumidores han sido generadas en base a la investigación por medio de encuestas que hemos realizado. Nos dimos cuenta que la mayoría de eventos a los que asisten los conocen a través de redes sociales, sobre todo el Facebook. También le dan bastante importancia al boca a boca, por lo que es importante generar circulación de información sobre la artista, por eso la importancia de generar espacios de difusión en internet y de dirigirnos a líderes de opinión. Además muchos de los consumidores afirmaron que también consumen o conocen de arte a través del Facebook y blogs.

Hemos desarrollado unas acciones que permitan a los propios consumidores acercarse a la obra de la artista. La estrategia será realizar medios virtuales por medio de los cuales los consumidores puedan conocer la obra de Consuelo Crespo. Fabricaremos para la artista una página de Facebook oficial y un blog. No realizaremos un sitio web porque el contenido que queremos difundir no es lo suficientemente extenso, además buscamos algo más informal. Tampoco realizaremos una cuenta de Twitter, ya que en este medio se necesita estar publicando constantemente y la artista no tiene la predisposición para hacerlo

#### 4.2.6 Objetivos secundarios: mensajes

*Generar mensajes para la difusión artística que le permitan mostrar la obra de manera ordenada, coherente y llamativa.*

Durante las estrategias señaladas anteriormente hemos hablado de algunas actividades, las cuales necesitarán del mensaje que buscamos entregar. El mensaje sobre la obra es uno, pero de cada stakeholder se espera una respuesta diferente. Es por eso que estos serán personalizados para el público al que está dirigido.

En el cuadro a continuación se muestran cada uno de estos:

#### **Material de comunicación**

Cuadro 19 – Realización de la autora

<b>Elemento</b>	<b>Ilocutivo - Mensaje</b>	<b>Locutivo - descripción</b>	<b>Perlocutivo - resultado</b>
Formato de propuesta	Expondrá a Consuelo Crespo que es una artista contemporánea destacada que busca financiar su obra.	Contiene la carta de presentación, folleto con propuesta y libro de la obra.	Conseguir el apoyo de por lo menos 6 empresas
Boletín - revista	Mostrará la obra de Consuelo Crespo que es una artista contemporánea de trayectoria, que tiene una propuesta relacionada a las problemáticas del ser humano.	Boletín interactivo que contiene la obra de la artista con una breve descripción. Habrá dos, una para público especializado y una para público general.	Lograr la participación de 100 intermediarios entre periodistas, críticos, artísticas, curadores.
Página de Facebook	Información del día a día del desarrollo de las propuestas de Consuelo.	Contendrá toda la información y noticias sobre la artista.	Lograr para final de año 600 Me gusta y que se genere interacción con la artista.
Blog	La trayectoria y propuestas artísticas de Consuelo Crespo.	Se podrá información a fondo sobre la obra de Consuelo Crespo.	Lograr visitas constantes e interacción con la artista a lo largo del año.

189

#### 4.2.7 Objetivos secundarios: respuesta del público

*Analizar la posterior respuesta de los públicos de acuerdo a los indicadores.*

Finalmente es importante conocer el impacto y la respuesta que generarán las estrategias de comunicación. Es por eso que se plantearan indicadores que nos muestren la meta a la que queremos llegar con cada una de las acciones que realicemos, las cuales servirán de termómetro cuando se empiece a ver resultados.

---

<sup>189</sup>Elaboración de la autora.

### 4.3 Cuadro de estrategias

Aquí señalaremos con más exactitud cuáles serán nuestras estrategias y a qué objetivo responden. Además podremos visualizar cuáles son los resultados esperados y cómo se va a medir el resultado de las actividades que realicemos. Identificaremos qué es lo indispensable para realizarlo e incluso se podrá conocer el presupuesto necesario para la realización de las diferentes estrategias.

### Estrategias

Cuadro 20 – Realización de la autora

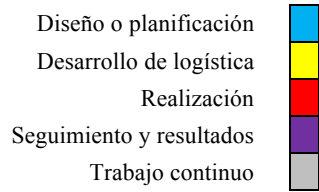
Objetivos	Estrategias	Actividades	Indicadores / metas	Factores críticos de éxito	Presupuesto	Concepto
<i>Buscar la forma en que los artistas puedan desarrollar su arte sin necesidad de recurrir a actividades paralelas o tener que dejar sus propuestas y proyectos a un lado.</i>	Inversión de capital por parte de empresas privadas	Difusión del formato de propuestas continuo y por proyecto.	Dos empresas contribuyentes por proyecto y una empresa de manera continua.	Generar material lo suficientemente informativo y llamativo para generar interés.	\$ 30	Distribución
	Inversión por medio de servicios o productos	Difusión del formato de propuestas para inversión mediante servicios o productos	Tres empresas contribuyentes	Generar material lo suficientemente informativo y llamativo para generar interés.	\$ 30	Distribución
	Inversión empresas públicas	Seguimiento y aplicación a programas, concursos, auspicios y fondos concursables.	Participar en todos los concursos pertinentes, 2 auspicios durante eventos.	Conocimiento sobre los espacios de inversión cultural ofrecidos por las empresas públicas.	\$ 10	Distribución
	Inversión de organismos sin fines de lucro	Seguimiento y aplicación a programas, concursos, auspicios y fondos concursables mediante los cuales se pueda buscar financiamiento.	1 financiamiento de proyecto, 2 auspicios durante eventos.	Conocimiento sobre los espacios de inversión cultural ofrecidos por las empresas públicas.	\$ 10	Distribución
<i>Encontrar los espacios donde la obra puede ser difundida o presentada y hacer el acercamiento necesario con las personas que administran los mismos.</i>	Acercamiento a los administradores de los espacios de exhibición	Difusión de Boletín - Revista especializado	Lograr al menos 2 exposiciones	Generar material lo suficientemente informativo y llamativo para generar interés.	\$ 30	Distribución
		Invitación al taller de la artista	30 asistencias / 2 exposiciones	Tener la suficiente convocatoria.	\$ 180	Comida y bebida / logística

Objetivos	Estrategias	Actividades	Indicadores / metas	Factores críticos de éxito	Presupuesto	Concepto
<i>Presentar la obra de la artista a críticos, artistas, catedráticos, curadores, consumidores y gestores culturales con el fin de generar una opinión positiva.</i>	Acercamiento a líderes de opinión	Difusión de Boletín - Revista especializado	Provocar por lo menos 4 comentarios en diversos medios	Lograr generar interés entre los líderes de opinión	\$ 30	Distribución
		Invitación al taller de la artista	30 asistencias / 2 exposiciones	Tener la suficiente convocatoria.	\$ 180	Comida y bebida / logística
<i>Incentivar a los medios de comunicación seleccionados a difundir la obra de Consuelo Crespo Dávila.</i>	Acercamiento a medios de difusión	Realización y difusión de Boletín - Revista general	Provocar por lo menos 4 entrevistas o artículos	Lograr generar interés entre los líderes de opinión	\$ 30	Distribución
		Invitación al taller de la artista	40 asistentes	Tener la suficiente convocatoria.	\$ 180	Comida y bebida / logística
<i>Implementar las tecnologías de la comunicación para la difusión de la propuesta artística de Consuelo Crespo Dávila.</i>	Acercamiento directo a los consumidores, fuentes de información	Creación de Blog y perfil de Facebook	Número de visitas en el Blog y número de amigos en el Facebook	Información constante y seguimiento continuo	\$ 350	Seguimiento
<i>Generar mensajes para la difusión artística que le permitan mostrar la obra de manera ordenada, coherente y llamativa.</i>	Materiales promocionales funcionales y personalizados para difundir la obra de Consuelo Crespo	Revista boletín general	Los físicos de los materiales planificados	Diseño que tenga la capacidad de informar y motivar al mismo tiempo.	\$ 125	Diseño
		Revista boletín especializado			\$ 125	Diseño
		Libro de la obra de la artista			\$ 1.050	Diseño e impresión
		Folleto de las propuestas especializadas			\$ 275	Diseño e impresión
		Diseño Blog y perfil de Facebook			\$ 0	Diseño
<i>Analizar la posterior respuesta de los públicos de acuerdo a los indicadores.</i>	Señalar las metas esperadas con cada una de las acciones.	Verificar si las metas se han cumplido	Haber cumplido en un 80% con los indicadores.	Generar indicadores reales y cuantificables que permitan la objetividad.	\$ 10	
					\$ 1.500	Elaboración de plan de comunicación
					<b>\$ 4.145</b>	<b>Total</b>

#### 4.4 Cronograma

### Cronograma

Cuadro 21 – Realización de la autora



		Diciembre				Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio				Julio				Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre	
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2				
<b>Inversión de capital, servicios o productos por parte de empresas privadas</b>	Realización y difusión del formato de propuestas continuo y por proyecto.	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Yellow	Yellow	Red	Red	Purple	Purple	Purple	Purple	Purple	Purple	Purple	Purple	Purple	Purple	Purple	Purple																										
<b>Inversión empresas públicas y organismos sin fines de lucro</b>	Seguimiento y aplicación a programas, concursos, auspicios y fondos concursables mediante los cuales se pueda buscar financiamiento.																																																		
<b>Acercamiento a los administradores de los espacios de exhibición</b>	Realización y difusión de Boletín - Revista especializado									Blue	Blue	Blue	Blue	Yellow	Yellow	Red	Purple	Purple	Purple	Purple	Purple																														
	Invitación al taller de la artista									Blue	Blue	Blue	Blue	Yellow	Yellow	Red	Purple	Purple	Purple	Purple	Purple																														



## Conclusiones y recomendaciones

El arte plástico en el Ecuador es un escenario en construcción constante, donde intervienen varios factores que generan estos cambios: los mismos artistas, que están en una búsqueda continua de nuevas propuestas; los públicos del arte, que demandan renovación; la economía cambiante que propicia o no el consumo del arte; la influencia del arte extranjero; entre otros.

En esta disertación hemos podido observar cómo estos diferentes factores influyen en la producción artística y cómo a lo largo de la historia, estos han propiciado cambios en este escenario. Además, hemos comprendido cómo interviene la comunicación en la interacción del arte con sus diferentes actores: artistas, críticos, curadores, estudiantes, consumidores, instituciones del arte, medios de comunicación e incluso se han planteado nuevos público.

A continuación se expresarán las conclusiones que han surgido de esta experiencia y que pondrán fin a las ideas que se plantearon en un inicio. Luego, realizaremos algunas recomendaciones que incentiven a indagar en las posibilidades de la comunicación dentro del arte e incluso dentro de otros ámbitos culturales.

### Conclusiones

Sin haber sido trabajada formalmente, la comunicación es una constante en la interacción del arte y sus diferentes actores. Pudimos observar en el primer capítulo, cómo los gestores culturales utilizaron diversas herramientas y actividades para difundir propuestas artísticas. Hallo es un ejemplo claro de esto, una persona que no tenía conocimientos de comunicación pero que efectúa actividades que están relacionadas con esta.

Las galerías y espacios de exhibición han servido para difundir el arte, no solo las obras sino también a este como tema de estudio y como opción de vida. El generar espacios de diálogo, exposiciones continuas, al tener información que ofrecer han logrado transmitir mensajes.

Los medios de comunicación no representan en este contexto un apoyo para la difusión, los canales más utilizados por artistas y gestores eran y siguen siendo espacios físicos en los que se compartía información, intercambiaban opiniones y admiraban las obras. El boca a

boca era la herramienta principal y lo es hasta la actualidad, como lo pudimos observar en los resultados de las encuestas.

Por esta razón, las relaciones públicas tienen un papel tan importante en el ámbito artístico. Con la interacción entre los diferentes actores es que los mensajes son transmitidos y una propuesta artística es difundida y posteriormente, posicionada. Los *líderes de opinión* son un eje central dentro de esta dinámica, ya que estos son actores que interpretan y transmiten información y que tiene gran influencia en el resto de públicos.<sup>192</sup>

Al ser personas que han estudiado o están preparados para ser críticos, curadores, artistas, tienen la capacidad de interpretar los mensajes y transmitir sus ideas. Los líderes de opinión, por lo tanto, serán quienes finalmente posicionen la propuesta de un artista.

Incluso los líderes de opinión formales, aquellos que generan impacto por tener medios a su disposición (por su cargo o posición), pueden generar mensajes. Sin embargo estos no tendrán el impacto ni la confiabilidad de un experto sobre el tema.

Existen *circuitos de comunicación*, que no necesariamente están vinculados a los medios de comunicación, ya que también podemos hablar de espacios físicos donde los diferentes actores interactúan. Conocer estos espacios permitirá relacionarse con los líderes de opinión que los frecuentan.

Sin embargo, en los últimos años se ha visto que las TICs han empezado cambiar la forma en que normalmente se difundía, criticaba y consumía arte. Si bien siguen existiendo estos circuitos de comunicación que engloban espacios físicos y medios de comunicación tradicionales, hoy en día existen nuevas herramientas que han tomado casi tanta importancia para la difusión del arte como el boca a boca.

Esto hace que la relación entre los diferentes actores sea más dinámica e interactiva. Ahora que el acceso a información es más sencillo y la posibilidad de generar información está al alcance de muchos, existen muchos más líderes de opinión y con esto, mayor variedad de mensajes.

---

<sup>192</sup> David Caldevilla Domínguez, Op.cit., pág. 116 y 117.

Pero al diversificarse las opiniones, los canales, la información, los mensajes, los comunicadores, es más difícil definir líderes de opinión y canales de comunicación confiables. Es decir, es más difícil determinar los mensajes válidos desde el punto de vista de la experticia. Como veíamos en uno de los capítulos previos, la credibilidad es fundamental para generar un impacto positivo en el receptor, solo así se podrá influir en la actitud del mismo.<sup>193</sup>

Estas conclusiones reflejan lo que se ha reflexionado durante el desarrollo de la disertación, pero existen todavía muchos factores que se deben estudiar y analizar entre la comunicación y el arte. A continuación algunos de los puntos de partida y de las recomendaciones que hemos podido juntar.

#### Recomendaciones

La historia del arte y su relación con las instituciones fue descrita en la disertación, pero puede ser estudiada a mayor profundidad. Se podría analizar la relación que existió entre el arte y la comunicación desde varios puntos de vista: desde los gestores, qué realizaban estos para difundir las obras, que circuitos de comunicación creaban con este fin.

Esto nos lleva a pensar también en la importancia de los espacios de exhibición, donde el impacto que generan estos en la comunicación y posicionamiento de una propuesta artística también debería ser profundizado.

Entre el arte y los medios de comunicación masivos existe una interacción, cómo se ha dado esta y cuáles ha sido los resultados. Es fundamental definir qué tipo de mensajes están transmitiendo y por qué lo hacen. Y esto se podría contrastar con las TICs, que han abierto al arte a una nueva forma de difusión, donde existe mayor interacción. Sería interesante definir qué tipo de mensajes se transmite en estos medios y por qué.

Las actividades que se han desarrollado para el proyecto de comunicación son propuestas que hemos creído pertinentes, pero existen muchas más posibilidades para difundir el arte, debería seguirse innovando y proponiendo nuevas alternativas.

---

<sup>193</sup> Stephen W. Littlejohn, Op. Cit., pág. 75.

Finalmente, es recomendable para todo artista tener un asesoramiento en cuanto a comunicación y relaciones públicas. Es difícil conseguir esto sin invertir capital, sin embargo es importante que conozcan por lo menos los factores determinantes al momento de relacionarse.

Por ejemplo, es importante determinar quiénes son los críticos y curadores más influyentes y, sobre todo, los que podrían estar interesados en el tipo de propuestas que realiza un artista. En el caso de Consuelo Crespo, hemos determinado líderes de opinión que responden a una obra contemporánea debido al tipo de proyectos que genera la artista. De la misma manera, los artistas pueden identificar los actores afines con los que van a relacionarse.

También pueden conocer los diferentes espacios de exhibición a los que pueden dirigirse y a los medios de comunicación más afines. Lo importante es determinar qué tipo de arte se está proponiendo y de acuerdo a esto establecer los públicos importantes para cada individuo, con el fin de tener un mayor impacto en sus ideas.

Incluso, para el caso de Consuelo, hemos establecido nuevos públicos con los que la artista podría relacionarse con el fin de conseguir financiamiento para sus proyectos artísticos. La empresa privada actualmente realiza mucha inversión en temas de Responsabilidad Social y en el Ecuador no se lo ha intentado antes, pese a que en otros países ya se lo hace.

## Bibliografía

- Colbert, Francois, Cuadrado Manuel, Marketing de las artes y la cultura, Barcelona, Ed. Ariel, 2010.
- Kronfle, Rodolfo, La escena contemporánea en el Ecuador: oportunidad, realidad o tiempo perdido, Quito, Centro Cultura Metropolitano, 2004.
- Rocha, Susan, In-humano, Quito, Centro de Arte Contemporáneo de Quito, 2011.
- Salvat, Juan, Crespo, Eduardo, Arte ecuatoriano contemporáneo, Quito, Ed. Salvat, 1977.
- Oña, Lenin, Arte del Ecuador, Madrid, ed. NEREA S.A., 1996.
- W. Littlejohn, Stephen, A. Foss, Karen, Theories of human communication, Estados Unidos, Thomson Wadsworth, 2008.
- Cadelvilla Domínguez, David, Manual de relaciones públicas Madrid, Editorial Visión Net, 2007.
- Bruno, Daniela, Elaborando proyectos de comunicación para el desarrollo, Argentina, UNICEF, 2006.
- Di Girolamo Carlini, Claudio, Orientaciones a gestión de proyectos culturales, Santiago de Chile, Ministerio de Cultura, 2001.
- Freeman, Edward, Strategic management: A stakeholder approach, Cambridge, Cambridge University Press, 2010.
- Agencia pública de noticias de Quito, Mariano retro reúne lo mejor de la plástica ecuatoriana, [www.noticiasquito.gob.ec](http://www.noticiasquito.gob.ec), acceso: 12 de agosto de 2012.
- Ayala Mora, Enrique, Nueva historia del Ecuador, vol. 11, Quito, Ed. Grijalbo, 1991.
- Bienal de Cuenca, [www.facebook.com/bienalcuenca](http://www.facebook.com/bienalcuenca), acceso: 12 de agosto de 2012.
- Centro Ecuatoriano de Arte Contemporáneo, Jenny Jaramillo. Internet. [www.Centroecuatorianoartecontemporaneo.org](http://www.Centroecuatorianoartecontemporaneo.org), acceso: 22 de julio de 2012.
- Colectivo de arte La Bicicleta, [www.colectivodeartelabicicleta.blogspot.com/](http://www.colectivodeartelabicicleta.blogspot.com/), acceso: 23 de julio de 2012.

El comercio, El Mariano Aguilera volvió con nuevas bases y nuevos aires, [www.elcomercio.com](http://www.elcomercio.com), acceso: 12 de agosto de 2012.

El Hoy, Los VAN 30 años después. Internet. [www.explored.com.ec](http://www.explored.com.ec), acceso: 15 de abril de 2012.

El Hoy, VAN. Internet. [www.hoy.com.ec](http://www.hoy.com.ec), acceso: 15 de abril de 2012.

ITAE, [www.itae.edu.ec/itae/](http://www.itae.edu.ec/itae/), acceso: 25 de julio de 2012.

Ministerio de Cultura, Convocatorias, [www.ministeriodecultura.gob.ec](http://www.ministeriodecultura.gob.ec), acceso: 10 de julio de 2012.

Museo de Arte Contemporáneo. Internet. [www.facebook.com/centrodearte.contemporaneo](http://www.facebook.com/centrodearte.contemporaneo), acceso: 25 de julio de 2012.

Museo Antropológico y de arte contemporáneo, [www.facebook.com/pages/Museo-Antropol%C3%B3gico-y-de-Arte-Contempor%C3%A1neo/112486225478575](http://www.facebook.com/pages/Museo-Antropol%C3%B3gico-y-de-Arte-Contempor%C3%A1neo/112486225478575), acceso: 25 de julio de 2012.

No Lugar. Internet. [www.facebook.com/nolugarquito](http://www.facebook.com/nolugarquito), acceso: 25 de julio de 2012.

El Pobre Diablo-Café, [www.facebook.com/el.diablocafe](http://www.facebook.com/el.diablocafe), acceso: 23 de julio de 2012.

Revista Barranco. Internet. [www.facebook.com/revistabarranco](http://www.facebook.com/revistabarranco), acceso: 25 de julio de 2012.

Sony MusicEntertainment, [www.sonymusic.com/](http://www.sonymusic.com/), acceso: 23 de Julio de 2012.

Tranvía Cero, Portafolio. Internet. [www.arturbanosur.blogspot.com](http://www.arturbanosur.blogspot.com), acceso: 22 de julio de 2012.

## Anexos

### Índice

1. Entrevista a Consuelo Crespo	121
2. Entrevista a Susan Rocha	122
3. Entrevista a Trinidad Pérez	123
4. Encuestas	124
5. Mapa de espacios de exhibición	127
6. Sondeo de medios: eventos artísticos	129
7. Agendas medios: agendas culturales	131
8. Sondeo de medios impresos	142
9. Curriculum vitae	150

## Entrevista a Consuelo Crespo (Artista)

### Anexo 1 – Realización de la autora

Objetivos	Preguntas
Conocer los factores que motivaron a la artista a estudiar arte.	<p>¿Qué te motivó a estudiar arte?</p> <p>¿Qué influenció para que tomes esta decisión?</p>
Determinar el contexto en el que la artista estudió.	<p>¿Qué pasaba en el arte cuándo decidiste estudiar esta carrera?</p> <p>¿Qué pasaba en cuanto a la gestión artística cuando decidiste estudiar arte?</p> <p>¿Quiénes eran los artistas de la época?</p> <p>¿Cómo era la facultad de artes en ese entonces?</p>
Conocer la obra de la artista.	<p>¿Cómo fue al comienzo tu obra?</p> <p>¿Qué buscabas transmitir con estas primeras obras?</p> <p>¿Cómo ha ido evolucionando la temática de tus obras?</p> <p>¿Cómo ha ido evolucionando la técnica de tus obras?</p> <p>¿Dentro de qué contexto desarrollaste la temática que buscas transmitir?</p> <p>¿Qué tipo de arte es tu obra? ¿Por qué?</p>
Conocer la trayectoria de la artista hasta la actualidad.	<p>¿Cuáles fueron las primeras obras que se exhibieron?</p> <p>¿Dónde fueron exhibidas tus primeras obras?</p> <p>A lo largo de tu carrera ¿Cuántas y qué obras has exhibido?</p> <p>¿Qué otras actividades has realizado?</p> <p>¿Cómo estas actividades te han aportado como artista?</p>
Conocer los objetivos de la artista y de su obra.	<p>¿Cuál es tu objetivo como artista?</p> <p>Concretamente, ¿En dónde te gustaría exponer tu obra?</p> <p>¿En qué espacios y a qué grupo humano te gustaría exhibir tu obra?</p> <p>¿Cuál es tu ideal como artista?</p>
Conocer las necesidades reales de la artista	Seguir la planificación de una exposición para conocer cuáles son estas necesidades.

## Entrevista a Susan Rocha (Investigadora – Gestora cultural)

### Anexo 2 – Realización de la autora

<b>Objetivos</b>	<b>Preguntas</b>
Conocer el arte actual y determinar qué ha pasado en el arte en los últimos 10 años.	¿Qué vino luego del arte moderno en el Ecuador?
	¿Cómo se fueron introduciendo estas nuevas tendencias?
	¿Cómo son estas nuevas tendencias?
	¿Qué es considerado arte actualmente?
	¿Cómo, estas nuevas tendencias, se introdujeron en el escenario artístico?
Conocer cómo se ha desarrollado, en estos últimos 10 años, la institucionalidad y la gestión artística.	¿Cómo afectó la crisis a la producción artística?
	¿Cómo afectó la crisis a las instituciones artísticas?
	¿Cómo fueron insertándose las nuevas tendencias desde el punto de vista de la gestión?
	¿Qué otros factores, a parte de la crisis económica, determinaron estas nuevas estrategias de gestión del arte?
Determinar cómo funciona la gestión del arte plástico actualmente.	¿De dónde nacen las iniciativas institucionales del arte actualmente?
	¿Cómo se maneja la institucionalidad del arte actualmente?
	¿Cuáles son las estrategias actuales para la difusión del arte?
Determinar cuáles son los espacios utilizados para la promoción y difusión del arte plástico.	¿Específicamente qué medios o canales se utilizan para la difusión del arte?
	¿Cuáles son los espacios dónde se exhiben las obras de arte?
	¿Cómo promocionan los artistas sus obras?
	¿Existen iniciativas privadas de difusión y promoción del arte? ¿Cuáles son estas?
Determinar cuáles son los inconvenientes en el escenario artístico actual.	¿Cuáles son los inconvenientes que atraviesan los artistas actualmente?
	¿Cuáles son los inconvenientes que atraviesa la institucionalidad del arte actualmente?
Conocer quiénes son las figuras en torno a la gestión del arte plástico.	¿Cuáles son los públicos del arte?
	¿Quién consume arte?
	¿Quién vende arte?
	¿Quién promueve el arte?
	Determinar líderes de opinión.

Entrevista Trinidad Pérez

CD

Anexo 3

## Encuestas

### Anexo 4 – Realización de la autora

Objetivos	Preguntas	Tipo de pregunta	Respuestas
Determinar las características de las personas que consumen arte.	Edad	Selección múltiple	a) Menor de 18 años
			b) De 18 a 23
			c) De 24 a 29
			d) De 30 a 36
			e) De 37 a 42
			f) De 43 a 48
			g) De 49 a 54
			h) De 55 en adelante
	Género		a) Femenino
	b) Masculino		
	Ingresos		a) Menos de \$299
			b) \$300 a \$599
			c) \$600 a \$999
			d) \$1000 a \$1499
			e) \$1500 a \$2099
			f) \$2100 a 2999
g) \$3000 en adelante			
Sector donde vive	a) Sur		
	b) Centro		
	c) Norte		
	d) Valle de los Chillos		

			e) Valle de Tumbaco
			f) No vive en Quito (Especifique)
			g) Otro(Especifique)
	Indique su ocupación a nivel laboral (Si es estudiante la carrera que estudia)	Pregunta abierta	
	Si es estudiante indique la universidad en la que estudia	Pregunta abierta	
Determinar las afinidades de las personas que consumen arte.	Señale las actividades que prefiere realizar en su tiempo libre	Selección múltiple	a) Lectura
			b) Cine
			c) Deporte
			d) Teatro
			e) Música
			f) Arte plástico
			g) Circo
			h) Escritura
			i) Diseño
			j) Otras (Especifique)
	¿Con qué frecuencia asiste a eventos de arte?	a) Más de 2 veces al mes	
		b) 1 vez cada dos meses	
		c) 1 o 2 veces cada 6 meses	
		d) 1 vez al año	
		e) Primera vez que asisto	
La razón por la que asistió a este evento es:	a) Porque me gusta el arte, siempre busco este tipo de eventos		
	b) Porque me interesó la temática de la exposición y el artista		
	c) Porque me gusta el ambiente		
	d) Amigo o familiar del expositor		

<p>Conocer los canales por los cuales se promociona el arte.</p>	<p>¿Por qué medio se entero de este evento?</p>	<p>e) Acompañando a alguien</p> <p>a) Por amigos</p> <p>b) Por el Facebook</p> <p>c) Por un sitio web</p> <p>d) Por el Twitter</p> <p>e) Por un blog</p> <p>f) Por una revista</p> <p>g) Por un afiche</p> <p>h) Por una volante</p> <p>i) Por mis profesores</p> <p>j) Por mis alumnos</p> <p>k) Por la televisión</p> <p>l) Por la radio</p>
<p>Determinar los espacios, físicos o no, donde se consumen arte.</p>	<p>¿Qué espacios frecuenta usted para apreciar arte?</p>	<p>a) Televisión</p> <p>b) Revistas</p> <p>c) Blogs</p> <p>d) Sitios web</p> <p>e) Galerías de arte</p> <p>f) Cafeterías</p> <p>g) Espacios no formales</p> <p>h) Otros (especifique)</p>

## Mapa de espacios de Exhibición

### Anexo 5 – Realización de la autora

Ciudad	Espacios	Descripción	Exposiciones	Canales de comunicación	Fuente
Quito	Centro de Arte Contemporáneo	(CAC) Espacio de reflexión a través del arte. Se busca crear un campo para el arte que no existía antes en la ciudad en donde se propicie el conocimiento, la reflexión, nuevas propuestas, la investigación, etc. Las exhibiciones que se presentan en este espacio son las miradas más novedosas e influyentes del arte actual; por lo que exhibir en el CAC es un logro para cualquier artista o grupo.	In-humano, Relatos transversales, GlobAllMix, Ilustres Ilustradores.	Boca a boca, prensa escrita, Facebook	<a href="http://www.facebook.com/centrodeartecontemporaneo">http://www.facebook.com/centrodeartecontemporaneo</a>
Quito	Centro Cultural Itchimbía	Fue formado como un recurso recreativo, turístico-ambiental, mediante la ejecución de programas y proyectos que propicien la participación ciudadana en este espacio público.	ExposiciónPazzp, SOS pescadores de sueños	Prensa escrita	<a href="http://www.centroculturalquito.com/itchimbia.php?c=96">http://www.centroculturalquito.com/itchimbia.php?c=96</a>
Quito	Centro Cultural Metropolitano	Espacio creado como un instrumento básico para la democratización de la cultura, jugando un papel de primer orden en la conciencia y la proyección de la identidad y en el fomento de la creación cultural contemporánea y su colectivización.	Pertenezco a la Madre Tierra, Andamio, Expo Nixón Córdova.	Prensa escrita	<a href="http://www.facebook.com/pages/Centro-Cultural-Metropolitano/110969368919560">http://www.facebook.com/pages/Centro-Cultural-Metropolitano/110969368919560</a>
Quito	Naranjilla Mecánica	Bar - Restaurante y plataforma artística.	Escenario Alterno / Ilustres Ilustradores	Facebook, boca a boca	<a href="http://www.facebook.com/naranjilla">http://www.facebook.com/naranjilla</a>
Quito	No lugar	Es una plataforma de arte contemporáneo que busca vincular las prácticas artísticas contemporáneas con la ciudad conformando un centro de exhibición, difusión, plataforma de debate y de reflexión para las prácticas emergentes en el contexto local y global.	Arte Correo, Whatif.	Facebook, boca a boca	<a href="http://www.facebook.com/nolugarquito/info">http://www.facebook.com/nolugarquito/info</a>
Quito	Arte Actual	ARTE ACTUAL es un espacio en constante construcción; una esfera de conocimiento, discusión y confrontación, caracterizada por la reflexión y divulgación de las prácticas artísticas contemporáneas, donde arte, realidades y ciencias sociales no se tratan en forma aislada.	Estefanía Peñafiel Loaiza	Facebook, boca a boca	<a href="http://www.flacsoandes.org/artefactual/?page_id=935">http://www.flacsoandes.org/artefactual/?page_id=935</a>
Quito	Pobre Diablo	Bar - Restaurante y plataforma artística.		Facebook, boca a boca	
Quito	La Karakola	Espacio de arte contemporáneo, exhibición y convivencia artística.	Corrientes de videos por mujeres artistas	Facebook	<a href="http://www.facebook.com/lakarakolakasadexperimntacionykonvivenciartistica/info">http://www.facebook.com/lakarakolakasadexperimntacionykonvivenciartistica/info</a>

Quito	Alianza Francesa	Como organismo educativo francés tiene directrices muy encaminadas hacia la cultura, por eso es que sus salas se prestan para exposiciones artísticas.			<a href="http://www.facebook.com/afquito2">http://www.facebook.com/afquito2</a>
Guayaquil	Espacio Vacío	Es una galería de arte en construcción, busca entablar un diálogo entre los artistas y la obra que producen con la comunidad y la ciudad.	Atomicum	facebook, boca a boca	<a href="http://www.facebook.com/espaciovacio.guayaquil/info">http://www.facebook.com/espaciovacio.guayaquil/info</a>
Guayaquil	Barricaña	Café - Bar y galería de arte.	Bus Kultural	facebook, boca a boca	<a href="http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/barricana-entre-duelo-y-bohemia-345387.html">http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/barricana-entre-duelo-y-bohemia-345387.html</a>
Guayaquil	Galería de Patricia Meier	Es un espacio cultural inaugurado en el año 2009, donde han expuesto los más renombrados artistas del país.	Salvática selvática	Prensa escrita	<a href="http://www.patriciameierdesign.com/www.patriciameierdesign.com/BIENVENIDA.html">http://www.patriciameierdesign.com/www.patriciameierdesign.com/BIENVENIDA.html</a>
Guayaquil	MAAC	Museo Antropológico y de arte contemporáneo. En este museo se expone arte y cultura de Ecuador, Latinoamérica y de la Era Precolombina. Reforzar el patrimonio cultural institucional, por medio de exhibiciones de una colección de 50,000 piezas arqueológicas nativas ecuatorianas y más de 3,000 obras de arte modernas.		Facebook, prensa escrita, boca a boca	<a href="http://www.facebook.com/pages/Museo-Antropol%C3%B3gico-y-de-Arte-Contempor%C3%A1neo/112486225478575">http://www.facebook.com/pages/Museo-Antropol%C3%B3gico-y-de-Arte-Contempor%C3%A1neo/112486225478575</a>
Cuenca	Procesos	Galería de arte contemporáneo.		Facebook, boca a boca	<a href="http://www.facebook.com/proceso.contemporaneo/info">http://www.facebook.com/proceso.contemporaneo/info</a>
Cuenca	Alianza Francesa	Como organismo educativo francés tiene directrices muy encaminadas hacia la cultura, por eso es que sus salas se prestan para exposiciones artísticas.		Prensa escrita, facebook	<a href="http://www.afcuena.org.ec/agenda.html">http://www.afcuena.org.ec/agenda.html</a>
Cuenca	Casa de la Cultura	Fue creada en 1945. Fue creado con el fin de incentivar a la cultura ecuatoriana, haciendo énfasis sobre todo en lo nacional (mostrar y generar una cultura propiamente ecuatoriana). En 1947 se construyó la sede de Guayaquil.			<a href="http://azuay.cce.org.ec/index.php?id=249">http://azuay.cce.org.ec/index.php?id=249</a>
Cuenca	IN Arte Contemporáneo Cuenca	Exhibición de arte contemporáneo		Boca a boca	<a href="http://www.ubicacuena.com//info/institudearte/es/">http://www.ubicacuena.com//info/institudearte/es/</a>

## Sondeo de medios: eventos artísticos

### Anexo 5 – Realización de la autora

<b>Espacio</b>	<b>Evento</b>	<b>Autor</b>	<b>Fecha inauguración</b>	<b>Fecha cierre</b>	<b>Medio</b>
No lugar	Taller de fotoperformance	Joaquín Wall & Gabriel Gabriel	2 de Junio	15 de Junio	Facebook
CAC			23 de Abril		Boca a boca
No lugar	Exposición	Joaquín Wall & Gabriel Gabriel	31 de mayo		Facebook
No lugar	La remolacha	La suerte; Nicolás Cruz y Lorenzo Idrovo	7 de junio		Facebook
CAC	Inauguración Escenario Alterno	Centro de Arte Contemporáneo	5 de junio		Facebook
G. P.Mier	Salvática selvática	Belén Mena	7 de junio		prensa escrita
Centro Cultural Itchimbia	Escultura en madera	Jorge Pazzo	7 de junio		prensa escrita
G. de Arte Cienfuegos	Segunda colectiva del colectivo Cienfuegos	Jaime Calderón, Olga Berrú, Xavier León y Pilar Bustos		9 de junio	prensa escrita
Casa de la Cultura. Sala Oswaldo Viteri	La culeka	Francisco Dueñas y Alejandro Calderón	5 de junio		prensa escrita
CAC	labSurlab	II Encuentro IANIOamericano (Prácticas artísticas y sociales, aprovechamiento de las TICs)	15 de junio	23 de junio	Facebook
CAC	Entornos ficcionados para realidades complejas	Curaduría: Juan Carlos León	15 de junio	24 de agosto	Facebook
Posada de las artes Kingman	Dibujos y pinturas	Gerard Coffey	7 de junio		Facebook
No lugar	Parole	Roger Picay	20 de junio		Facebook
Casa de la Cultura	Cromomemoria	Ariel Dawi	23 de mayo	16 de junio	prensa escrita
km 1,5 vía San Borondón	Wallpeople	Wallpeople	9 de junio		prensa escrita
CAC	Lanzamiento Premio Mariano Aguilera	Centro de Arte Contemporáneo / CIMMYC	14 de Junio	5 de agosto	prensa escrita
Iliana Viteri	Entrelazamiento	Nelson Saltos	23 de mayo	16 de junio	prensa escrita
CAC	Memoria fotográfica Barrio	Salón Local	9 de junio		prensa escrita

	San Juan				
Casa de la Cultura		Luis Viracocha	10 de junio	30 de junio	prensa escrita
Centro Cultural Itchimbia		Jorge Pazzo	10 de junio		prensa escrita
Casa de la cultura - Guayaquil	Tiempo - Espacio	José Unda	11 de junio	30 de junio	prensa escrita
Centro Cultural metropolitano	Pensar una década: proyectos de Nixón Córdova entre la práctica artística, la arquitectura y la fe	Nixón Córdova (Escultor bustos)	13 de junio	15 de junio	prensa escrita
CAC	Relatos Transfersales	Tomás Ochoa	22 de mayo	16 de junio	Facebook
FACE	No todo lo que brilla es oro	Roger Espinoza González	1 de junio		Facebook
Museo de Artes Gráficas	Agachadito del Arte Contemporáneo		16 de junio		Facebook
CAC	GlobAllMix	CAC / Embajada de Brasil	20 de junio		Facebook
Casa de la cultura - Guayaquil	Pasión Tornazsol	Diego Buitrón	20 de junio		prensa escrita
No lugar	Mínimas residencias	No lugar	2 de julio	11 de julio	Facebook
Museo de la Ciudad	Sinopsis	GerhardRitcher		24 de junio	prensa escrita
Naranjilla Mecánica	Escenario Alterno / Ilustres Ilustradores	Ilustres Ilustradores	26 de junio		Facebook
Ileana Viteri	memoryscapesrevisiteds	HartmutLandauer	21 de junio		Radio, facebook
Casa Comunal de Santa Rita	Al sur del sur / festival de arte	Corporación Artística Salacalle			prensa escrita
Café Barricaña	Bus Kultural	Lalo Calle, EleiboraLayana, Isabel Intriago, Carlos Swett	25 de junio		prensa escrita
CAC	Ilustres Ilustradores	Ilustres Ilustradores	5 de junio	5 de julio	Facebook
No lugar	Arte Correo	Las Esmeraldas	28 de junio	6 de julio	Facebook
No lugar	WhatIf	Organización Nelson Garrido (ONG)	13 de junio		Facebook
La Karakola	Corrientes de videos por mujeres artistas	La karakola	28 de junio		Facebook
Espacio público	Al zur-ich	Tranvía Cero			Facebook
	Convocatoria	Gestión Autónoma de Arte Contemporáneo	18 de mayo	30 de junio	Facebook
Augusto Galería de Arte	Mascaradas	Luis Portilla	12 de julio		prensa escrita
Arte Actual		Estefanía Peñafiel Loaiza	5 de julio	27 de julio	Facebook
Cienfuegos	Cámara Pinta	Freddy Vásquez	26 de junio	7 de julio	prensa escrita
Casa de la Cultura		Palomeque	4 de junio		Boca a boca

## Sondeo medios: agendas culturales

### Anexo 6 – Realización de la autora

El Universo		Observaciones
3 de junio	Kurombos actúa en el teatro del Ángel	Tatro
	Presentación de baile en Cerros de Santa Ana	Danza
	Tarde de cuentos en Centro Cultural Sarao	Literatura
	Coreografía sobre obra de Rafael Troya	Danza
	El retrato de Dorian Gray, en Cinemateca	Cine
	Artista Belén Mena inaugurará muestra	Galería de Patricia Meier/CC. San Borondón. "Salvática Selvática
5 de junio		
9 de junio	Hora de contar cuentos en homenaje a la tierra	Literatura
	Taller de pintura de "realismo sucios" con Francisco Santana	Literatura
	Entrelazamientos de Nelson Santos se verá en la semana más	Exposición Entrelazamientos Ileana Viteri
	Sala Local del Centro de Arte Contemporáneo abrirá hoy	Artistas y comunidades (memoria fotográfica barrio San Juan
10 de junio		
11 de junio	"Rosario Tijeras" En la Casa de la Cultura	Cine
	Film de Billy Winder, en café Barricaña	Cine

	Ciclo de cine en la Alianza Francesa	Cine
	Maritza Cino dictará un conferencia	Literatura
	Foro sobre arte y regulación en MAAC	Cultura al Debate / arte y espacio público
	Artista José Unda inaugura muestra	Tiempo - Espacio /pinacoteca Manuel Rendón Seminario Casa de la Cultura
13 de junio	Perro inmundo en Cinemateca	Cine
	Foro sobre arte y regulación en MAAC	Espacio público: arte y regulación
	Artista José Unda inaugura muestra	Exposición
	Premiación de libro de Antonio Santos	Literatura
	Taller de teatrocirco y danza, en el MAAC	Teatro
16 de junio	Pintura en vivo en galería Lady Saltos	Performance
	Los padres, temática cita con la lectura	Literatura
	Eurocine proyecta filmes en el MAAC	Cine
17 de junio		
18 de junio		
19 de junio	Conferencias y taller sobre tipografía	Muestra escritura
	Cinta de Jean Renoir en Alianza Francesa	Cine
	Grupo de danza Tangaré en Barricaña	Danza
	Charla sobre el cómic en el Centro de Arte	Literatura /Teatro Centro de Arte
	Eurocine proyecta filmes en el MAAC	Cine
20 de junio	Francisco Santana presenta libro	Literatura / lanzamiento
	Charla sobre el cómic en el Centro de Arte	Literatura / Teatro Centro de Arte
	Eurocine proyecta filmes en el MAAC	Cine
	Exposición pictórica de Diego Buitrón	Exposición pintura /Casa de la cultura Guayaquil
	Concierto de la orquesta del Iemug	música
22 de junio		
23 de junio	Sueños de papel en la Casa de la Cultura	Animación a la lectura

	Eurocine proyecta "Flor del desierto"	Cine
	Taller de lectura en librería Vida Nueva	Animación a la lectura
24 de junio		
25 de junio	Empieza Convención Nacional de Cómicos	Cómicos
	Cinta "Intercambio" en la Casa de la Cultura	Cine
	Dos exposiciones y música en Barricaña	Bus Kultural / exposición / hoy / Lalo Calle, Eleibora Layana, Isabel Intriago, Carlos Swett
	Verónica Macías, de concierto en la ESPOL	música
28 de junio		
29 de junio		

30 de junio	

	<b>El comercio</b>	<b>Observaciones</b>
3 de junio	Música de falutas visita la Casa de la Música	Música
	El trueque enseña a los niños a compartir	Feria / educación
	Jorge Pazzo expone su escultura en madera	Centro Cultural Itchimbía/ escultura
5 de junio	Wilfrido Acosta reflexiona sobre la política mundial	Ensayo
	Una semana con maestros concertistas del mundo	Festival de flauta
	El colectivo 100 Cienfuegos celebra cinco años de la vida	Arte/Jaime Calderón, Olga Berrú, Xavier León, Pilar Bustos/9 de junio
	El arte de Calderón y Dueñas en una exposición	La culeka - Casa de la Cultura 5 de junio

9 de junio	Trueque enseña una forma de compartir	Feria juguete cambio / rana sabia
	El festival de flautas termina esta tarde	Música
	Olga la pulga hace homenaje al circo	Teatro
	Ariel dawi asocia el color a la memoria	"Cromomemoria" exposición Casa de la Cultura
	Una desaparición que no se olvida	Teatro / Malayerba
10 de junio	Jorge Pazzo rescata árboles con su arte	Exposición Itchimbía
	Una desaparición que no se olvida	Teatro / Mala yerba
	Olga la Pulga hace homenaje al circo	Teatro / asociación Humboldt
11 de junio	Una cita para conocer sobre las "thangkas"	Exposición de tapices budistas / PUCE
	Recital de Jazz junto a Triple Textura Terceto	Casa de la Música / música
	Frutas y flores con color y geometría	Exposición de Elizabeth Taipe galería CienFuegos
	10 relatos de terror con Montalvo García	Literatura
13 de junio	El teatro da la vuelta celebra sus 10 años	Teatro
	Inscripciones para trabajos de videoarte	Muestra MIVA
	Seis poetas, seis poéticas, seis voces	Poesía
	Premio Trama para Oleas Barragán	Arquitectura
	Hoy se presenta "La tierra prometida"	Literatura / Lanzamiento libro
16 de junio		

17 de junio		
18 de junio	Una ópera creada para los niños y adultos	Música
	120 kilos de Jazz" se debate con tres amores	Música
	La relación entre arte y tecnología en el CAC	labSurlab
	La protagonista de la obra es la piedra	"Todo en el vacío" hasta el 30 de junio Casa de la Cultura / Luis Viracocha
19 de junio	Función especial en la Casa Malayerba	teatro
	Neo Runa presenta su música fusión	Música
	Ochoa revisa el poder en la historia	Retratos transversales / Tomás Ochoa
	Obra de pazzo está en el Itchimbia	Jorge Pazzo / escultura en madera
	Teatro de la vuelta celebra sus 10 años	Teatro
	La vida y obra de Carlos Fuentes	Literatura
20 de junio		
22 de junio		
23 de junio	Últimos días para participar en el JMO	Premio de periodismo
	Una niña de 7 años se independiza	Teatro
	Solidaridad y teatro en un encuentro	Teatro

24 de junio	Una niña decide independizarse	Teatro
	Último día de la muestra de Rícher	Arte / Museo de la ciudad / hasta hoy / Sinopsis /Gerhard
	Una reflexión sobre nuestro entorno	Teatro
	Teatro y títeres en la Espada de Madera	Teatro
	Tercer festival de arte "Al sur del sur"	Convocatoria festival de arte
	Pazzo presenta una muestra de 60 obras	Itchimbia
25 de junio		
28 de junio	Ramiro Arias presenta su novela más reciente	Literatura
	Una versión libre de la obra de Albert Camus	teatro
	Un personaje hace de todo para ver a su amor	teatro
29 de junio	Teatro de sombras con la técnica javanesca	teatro
	Una adaptación libre de la obra de Camús	teatro
	Ramiro Ruiz presenta su libro Crónicas	Literatura

	Ana, el mago y el aprendiz, esta noche	Teatro
30 de junio	La niña decide independizarse	teatro
	120 kilos de Jazz" una obra musical	teatro
	Tercer festival de arte "Al sur del sur"	Artes / llamado

El telégrafo		Observaciones
3 de junio		
5 de junio		
9 de junio	Hora de contar cuentos en homenaje a la tierra	Literatura
	Taller de pintura de "realismo sucios" con Francisco Santana	Literatura
	Entrelazamientos de Nelson Santos se verá una semana más	Exposición Entrelazamientos Ileana Viteri
	Sala Local del Centro de Arte Contemporáneo abrirá hoy	Artistas y comunidades (memoria fotográfica barrio San Juan)

10 de junio		
11 de junio		
13 de junio	Inauguran el parque central de Vinces "Dr. Lorenzo Rufo Peña"	Rehabilitación parque
	A Loja llega el festival de cine documental EDOC 11	Cine
	Ministerio de Cultura enfatiza debate sobre espacio público	Espacio público: arte y regulación. Cultura al debate
	Cine en los barrios presenta la película "Aviva mi amor"	Cine en el barrio
16 de junio		
17 de junio		
18 de junio		
19 de junio	Exposición de la quita Bienal latinoamericana de tipografía	Tipografía
	Continúa el Eurocine con la Película "En un mundo mejor"	Cine

	Taller de danza hip hop compañía francesa HervéKoubi	Danza
	Ópera infantil se presentará en el Teatro Nacional Sucre	Música
20 de junio		
22 de junio		
23 de junio	Ángela Arboleda se presenta en "El Cabaret La Concha Dentada"	Teatro
	Concierto de piano clásico y contemporáneo en la Alianza	Música
	Primer encuentro de teatro y democracia, por Malayerba	Teatro
24 de junio	Especial para niños en el Teatro Experimental del Centro de Arte	Teatro / Domingos Infantiles /Guayaquil
	Espectáculo circense cierra si temporada en Sánchez Aguilar	Circo / Guayaquil
	Sede de la zona Escena se vuelve local para fragmentos de Junio	Danza / encuentro
	Juan Carlos Zambrano ofrecerá teatro para toda la familia, hoy	Teatro
25 de junio	Club local realiza la Octava Convención Nacional del Comic	Comics
	"Bus Kultural" se da a conocer con proyecto en Café Barricaña	Exposición fotos / grafiti / hoy

	Eurocine tendrá 5 funciones en las salas de OchoyMedio, Quito	Cine
	Gavilanes y Rosero tocarán esta noche en la Casa de la Música	música
28 de junio	Continúa encuentro Fragmentos de Junio en Sánchez Aguilar	
	Dirección Provincial de Cultura del Guayas participa en festejo	Música
	Segundo debutante de cita de orquestas tocará esta noche	Música
	El Eurocine ofrecerá tres nuevas funciones en sala de Guayaquil	cine
29 de junio	Feria de universidades organizada por jóvenes	Educación
	Dibujante e ilustrador peruano de historietas en la feria del cómic	Comics
	Música en vivo en las diferentes paradas del metrovía	Música
	Sinfónica Nacional y Serge López cierran fiesta de la música	Música
30 de junio	Convención nacional de cómic por dos días más	Comics
	Concierto baladas y pop- rock se realiza hasta mañana	Música
	Cuarta edición de urbAnicase realiza en los Álamos	Música y arte
	Karaoke Orquesta Vacía va a cartelera de la Casa Malayerva	Teatro

## Sondeo de medios impresos

### Anexo 7 – Realización de la autora

<b>Medio</b>	<b>Titular</b>	<b>Tema</b>	<b>Sección</b>	<b>Fecha</b>
El comercio	La flauta europea es solo una parte del mundo de los vientos	Festival de flautistas	Cultura	1ro de junio
El comercio	Von lierestrajó su música a Quito	Presentaciones casa de la música	Cultura	1ro de junio
El comercio	50 años de "Aura", de Carlos Fuentes	Literatura Carlos Fuentes	Cultura	1ro de junio
El comercio	La ópera de Edipo	Montaje de obra en Buenos Aires	Cultura	1ro de junio
El Universo	Arón Ormazá, a festival de piano en EEUU	Músico viaja a festival	Cultura	1ro de junio
El Universo	Folclore costeño en centro cultural	Homenaje a la revolución liberal (danza)	Cultura	1ro de junio
El Universo	Rosana puso a bailar "A fuego lento"	Concierto	Entretenimiento	1ro de junio
El comercio	Jorge Volpi teje sobras y destruye al amor absoluto	Premio de literatura	Cultura	2 de junio
El comercio	Relatos cortos para captar a los lectores	Último libro de Marcelo Báez	Cultura	2 de junio
El Universo	La música es una terapia para mí	Homenaje al músico Lucho Silva Parra	Vida y estilo	3 de junio
El Universo	Primer libro póstumo de Carlos Fuentes	Literatura Carlos Fuentes	Cultura	3 de junio
El Universo	Centro de Arte alista la obra de Blancanieves	Ballet	Cultura	3 de junio
El comercio	El incierto río de la poesía latinoamericana	Encuentro de poetas	Cultura	3 de junio
El comercio	Literatura de misterio con tinte religioso	Literatura	Cultura	3 de junio
El Universo	Cine	Farándula	Cultura	5 de junio
El comercio	Nuevas y novísimas trovas cubanas	Reportaje situación trova cubana	Cultura	5 de junio
El comercio	Tres parejas reviven el dolor de la dictadura	Teatro estreno (Casa de Malayerba)	Cultura	5 de junio
El comercio	Nueva York presenta a Federico García Lorca	Literatura	Cultura	5 de junio
El comercio	Una década de rutas teatralizadas	Teatro / quito eterno	Quito	9 de junio
El comercio	Un almuerzo entre viandas y poesía	Literatura	Cultura	9 de junio
El comercio	un abuelo capaz de cambiar la estúpida historia del mundo	Libros	Cultura	9 de junio

El comercio	García Márquez está perdiendo la memoria	Escritores	Cultura	9 de junio
El Universo	Danza y teatro	Agenda	Cultura	9 de junio
El Universo	Un muro acogerá diseños y obras sobre arte urbano	Wallpeople / 30 ciudades participan	Cultura	9 de junio
El Universo	Iwasaqui y Ana María estarán en Guayaquil	Palabralab / Literatura	Cultura	9 de junio
El Telégrafo	De 26 a 10 horas, clases artísticas en el Bellas Artes	Afectación al colegio de Bellas Artes por la malla curricular	Cultura	9 de junio
El Telégrafo	Película de cineasta ruso fue ganadora en Cuenca	X festival Internacional de Cine de Cuenca	Cultura	9 de junio
El Telégrafo	Obras de artistas locales integran cartelera de Sarao	Teatro	Cultura	9 de junio
El Telégrafo	Un premio permite una nueva reunión entre Parra y Neruda	Premio Pablo Neruda	Cultura	9 de junio
El Telégrafo	Salón Mariano Aguilera aparece con nueva edición	Centro de arte contemporáneo (con CIMMYC) Premio Mariano Aguilera	Cultura	9 de junio
El Telégrafo	El Huffington Post inauguró el jueves su cara española	Diario en línea	Cultura	9 de junio
El comercio	11 artistas ecuatorianos expondrán su obra en Chile	"Las ciudades invisibles" exposición. Hernán Pacururu (curador)	Cultura	10 de junio
El comercio	"El país de la canela" revive el espíritu juglar	Teatro	Cultura	10 de junio
El Universo	Un guayaquileño gana el Salón de Junio machaleño	Pintura, ganador de concurso.	Cultura	10 de junio
El Universo	Manabí está de luto por Horacio Hidrovo	Muerte de escritor	Cultura	10 de junio
El Universo	Molière, en versión de actores locales	Teatro	Cultura	10 de junio
El Telégrafo	Muestra de cine de Corea del Sur se presenta en el MAAC	Cine / Auditorio del Centro Cultural Simón Bolívar	Cultura	10 de junio
El Telégrafo	Hugo Hidrovo prepara su primer desnudo: "Fermentación fatal"	Música, lanzamiento de CD	Cultura	10 de junio
El Telégrafo	Eduardo Galeano triunfa en la Feria del Libro Madrid	Literatura	Cultura	10 de junio
El Telégrafo	Festival de Eurocine arranca en Guayaquil con cinta danesa	Cine	Cultura	10 de junio

El Telégrafo	Escritor fantástico que se sumergió en cine y TV	RayBradbury fallecimiento	Cultura	10 de junio
El Universo	Roth, el bisturí del alma humana hecho palabra	Autor galardonado con el premio Príncipe de Asturias	Cultura	11 de junio
El comercio	El arte de Tranvía Cero inició en Cuba	El colectivo quiteño presento su propuesta en la Bienal de La Habana	Cultura	11 de junio
El comercio	Una imagen que le puso fin a la guerra	Aniversario fotografía	Cultura	11 de junio
El comercio	Gente admira trabajos del Documenta	Feria de arte contemporáneo Alemania	Cultura	11 de junio
El comercio	El espionaje como obra de arte en Nueva York	Museo DiscoveryTimesSquare / exposición	Cultura	11 de junio
El comercio	Concierto de Wagner en Israel aun es incierto	Música	Cultura	11 de junio
El comercio	Eleonora Cassano le dice adiós al ballet	Danza	Cultura	11 de junio
El comercio	Hanke es el dramaturgo del año	Premio Teatro	Cultura	11 de junio
El Universo	Hoy se estrena la obra "Arte" en el Teatro Sánchez Aguilar	Teatro	Cultura	13 de junio
El comercio	Cantautores: la estética de los riesgos	Música	cultura	13 de junio
El comercio	Nixón Córdova contesta a los contestatarios	Exposición de arte (Centro cultural metropolitano)	Cultura	13 de junio
El Telégrafo	Joao Cesar Monteiro gana lugar de honor	Cine / Ocho y medio	Cultura	13 de junio
El Telégrafo	En la vida cotidiana están las contradicciones macro	Literatura / lanzamiento libro	Cultura	13 de junio
El Telégrafo	Desde el arte y la leysurge una imitación a debatir lo público	Conversatorio: arte y regulación	Cultura	16 de junio
El Telégrafo	Corea del Sur, invitado de honor, inaugura una cita ya tradicional	Danza contemporánea	Cultura	16 de junio
El Telégrafo	Saramago vive en sus objetos	Sala de exhibición en Lisboa	Cultura	16 de junio
El Universo	El talento es como el agua	Teatro	Cultura	16 de junio
El Universo	Eso que llamamos amistad	Teatro	Cultura	16 de junio
El Universo	La solemnidad y el vértigo de Surcorea, abrieron fiesta de la danza	Danza	Cultura	16 de junio
El Telégrafo	Le Tour du Monde y El viajero del siglo	Literatura	Cultura	17 de junio

El Telégrafo	Jacob Ormaza reforzará sus cuerdas con la YOA y EEUU	Música	Cultura	17 de junio
El Telégrafo	Saade tocó en Catar y Hungría	Música	Cultura	17 de junio
El Telégrafo	Eurocine de nuevo enriquece varias pantallas del país	Cine	Cultura	17 de junio
El Telégrafo	Calles de Dublín celebran el "Bloomsday"	Conmemoración / literatura	Cultura	17 de junio
El Telégrafo	Muere Giuseppe Bertolucci a los 65 años	Cine	Cultura	17 de junio
El Telégrafo	Una herencia gráfica para la capital	Fotografía	Quito	17 de junio
El comercio	"Documenta" vitrina del arte urbano	Arte contemporáneo (Alemania)	Cultura	18 de junio
El comercio	Un homenaje al maestro Cañizares a través de la OSG	Música	Cultura	18 de junio
El Telégrafo	Herzog despierta la cueva de los sueños olvidados	Cine	Cultura	18 de junio
El Telégrafo	Un Madrid diferente, retratado con una cámara tradicional	Fotografía (Bogotá)	Cultura	18 de junio
El Telégrafo	Tercera novela de John Verdon circula en español	Literatura	Cultura	18 de junio
El Telégrafo	En Guayaquil, el teatro se diversifica y va creando nichos	Teatro	Cultura	18 de junio
El Universo	La precisión de la danza surcoreana volvió a escena	Danza	Cultura	19 de junio
El comercio	El grupo Voices cultiva el arte vocal	Música	Cultura	19 de junio
El comercio	Ruptura, experiencia y sátira cerraron el festival	Música	Cultura	19 de junio
El comercio	Auge y declive nazi, una muestra en Berlín	Fotografía	Cultura	19 de junio
El Telégrafo	Dos filmes de blanca nieves le anulan su valor como relato	Cine	Cultura	19 de junio
El Telégrafo	Folclorismo abre la ruta a la colaboración ideológica	Música "Cantos montoneros y Chapulos"	Cultura	19 de junio
El Universo	Israel trajo juego y subversión con su Barco de tontos	Danza	Cultura	20 de junio
El Universo	Una sinfonía en dura prueba	Música	Cultura	20 de junio

El Telégrafo	Memorias enfrenta al cinéfilo nacional con el filme de arte	Cine	cultura	20 de junio
El Telégrafo	Jornadas musicales gratuitas del Conservatorio Paganini	Música	Cultura	20 de junio
El Telégrafo	Arte popular busca espacio en las políticas culturales	Casa del teatro / teatro	Cultura	20 de junio
El Telégrafo	Libro de Herrera Aráuz evoca lucha estudiantil	Literatura / Historia	Cultura	22 de junio
El Telégrafo	Javier Villacís retorna al relato de la novela histórica	Literatura	Cultura	22 de junio
El Telégrafo	Presencia de ecuatorianos destacó en la feria de Madrid	Literatura	Cultura	22 de junio
El Telégrafo	"En Latinoamérica. El PIB cultural es rubro mayor"	Música	Cultura	22 de junio
El comercio	Tecnología y arte, juntos y revueltos en el LabSurlab	Encuentro de artistas	Portada	22 de junio
El comercio	La convivencia entre el arte y la tecnología, en el CAC	Encuentro de artistas	cultura	22 de junio
El comercio	"Hablar de danza" abre un espacio para la discusión	Danza	Cultura	22 de junio
El comercio	Saade se presentó en Hungría y Qatar	Música	Cultura	22 de junio
El comercio	La Bienal presentó un concurso para niños	arte / concurso para niños / Bienal de Cuenca	Cultura	22 de junio
El comercio	12 autores en una propuesta... ¿Nueva?	Literatura	Cultura	23 de junio
El Universo	De cuando la tecnología reinventa el movimiento	Danza	Cultura	23 de junio
El Telégrafo	Danza contemporánea que se transforma en interactiva	Danza	Cultura	23 de junio
El Telégrafo	"Lo que se escucha lo determina la gente"	música	Cultura	23 de junio
El Telégrafo	La cita de una generación que forjó mucho futuro y cambios	Literatura	Cultura	23 de junio
El comercio	"No voy a escribir un libro de la vida de mi mamá, no quiero condenar"	Literatura	Cultura	24 de junio
El comercio	Concurso de periodismo sigue abierto	Periodismo	Cultura	24 de junio

El universo	Guayaquileño en orquesta pluricultural	Música	Estilo y vida	24 de junio
El Universo	Una cita para hablar de la novela "Aura"	Literatura	Cultura	24 de junio
El Universo	"La ciudad y los perros", en educación especial	Literatura	Cultura	24 de junio
El Universo	Bibliotecario del país se reúne en la Universidad Santa María	Bibliotecología	Cultura	24 de junio
El Universo	El Mariano Aguilera cambia de modalidad	Arte / concurso / 5 de agosto	Cultura	24 de junio
El Telégrafo	Fausto Morocho: el fuego de la escarcha	Arte / obra del pintor	CartónPiedra	24 de junio
El Telégrafo	Identidad de Guayaquil	Ciudad de Guayaquil	Cultura	24 de junio
El Telégrafo	DRAE se renueva, pero solo en cuento a su edición digital	Diccionario de la Real Academia Española	Cultura	24 de junio
El Telégrafo	Seminario internacional de bibliotecología en la USM	Bibliotecología	Cultura	24 de junio
El Telégrafo	La séptima edición de la feria del libro ya está lista	Expolibro 2012	Cultura	24 de junio
El Universo	Fragmentos de Junio arriba al Teatro Sánchez Aguilar	Festival de danza	Cultura	25 de junio
El Universo	La música de cinco grupos guayaquileños, en Metrovía	Música	Cultura	25 de junio
El comercio	El apoyo es mínimo para los gestores culturales en Cuenca	Gestión cultural	Cultura	25 de junio
El comercio	El reino animal en el libro de Montalván	Literatura	Cultura	25 de junio
El comercio	"Brundibar", un himno de paz y esperanza	Música	Cultura	25 de junio
El Telégrafo	Estado de la música está en disputa	Música / CartónPiedra	Cultura	25 de junio
El Telégrafo	Fragmentos de Junio reabre debate sobre la danza contemporánea	Danza	Cultura	25 de junio
El Telégrafo	Hoy culmina primera etapa de Jornadas Musicales	Música	Cultura	25 de junio
El Universo	DanzAbierta y el equilibrio de lo dual	Danza	Cultura	28 de junio
El Universo	Galería de arte se inaugura con una exposición de Luis Portilla	Arte	Cultura	28 de junio
El Universo	Hallan un manuscrito inédito de Charles	Cine	Cultura	28 de junio

	Chaplin sobre una obra que nunca realizó			
El Telégrafo	Madagascar 3 o la metáfora de la jaula empequeñesida	Cine	Cultura	28 de junio
El Telégrafo	Fosje realiza concierto para exigir sus respectivos fondos	Música	Cultura	28 de junio
El comercio	Rousseau, el primer romántico	Biografía	Cultura	28 de junio
El comercio	Proyecto de la Universidad de las Artes se dicute	Arte	Cultura	28 de junio
El comercio	Un libro homenajea a las "conspiradoras"	Historia	Cultura	28 de junio
El comercio	1300 músicos piden ayuda al presidente	Música	Cultura	28 de junio
El Universo	Concurso nacional de narrativa	Literatura	Cultura	29 de junio
El Universo	Ánima o la voluntad de animar el alma	Danza	Cultura	29 de junio
El Universo	'Despojos', una obra teatral que indaga en la identidad	Teatro	Cultura	29 de junio
El Telégrafo	"Despojos tendrá su estreno nacional en el Centro Cultural Sarao	Teatro	Cultura	29 de junio
El Telégrafo	El MIES ratifica apoyo a la Orquesta Sinfónica Juvenil	Música	Cultura	29 de junio
El comercio	Las transacciones también giran alrededor del cómic	Cómic	Cultura	29 de junio
El comercio	Nuna enseña con la imaginación	Teatro	Cultura	29 de junio
El comercio	Belén es candidata a patrimonio mundial	Patrimonio	Cultura	29 de junio
El comercio	Las imágenes lúdicas de Freddy Vásquez	Arte / la Cámara Pinta / Cienfuegos /martes 26 . 7 julio	cultura	29 de junio
El Universo	El top 5	Literatura	Cultura	30 de junio
El Universo	La Orquesta Sinfónica Nacional, en concierto	Música	Cultura	30 de junio
El Universo	Novela de Carlos Fuentes congregó a los lectores	Literatura	Cultura	30 de junio
El Universo	Recordando a José Antonio Campos: Jack TheRipper	Biografía / Literatura	Cultura	30 de junio
El Universo	Desalmados para desterrar el miedo, no hay	Teatro	Cultura	30 de junio

	otro camino			
El Universo	Rock in Rio Madrid comienza hoy con Maná y Lenny Kravitz	Literatura	Cultura	30 de junio
El Telégrafo	Qué se necesita para crear una radio online	Comunicación	Cultura	30 de junio
El Telégrafo	Un montaje en el que se unen Jean Genet y la visión francesa de Muñoa	Teatro	Cultura	30 de junio
El Telégrafo	El suplemento cartón Piedra recibe al escritos Huilo Ruales	Literatura	Cultura	30 de junio
El Telégrafo	Termina curso de dirección	Cine	Cultura	30 de junio
El Telégrafo	Hasta mañana podrá verse la bienal de tipografías	tipografías	Cultura	30 de junio
El comercio	El reto de decir mucho en pocas palabras	Literatura	Cultura	30 de junio

## **Anexo 8**

### **Currículum Vitae**

#### **Consuelo Crespo Dávila.**

Fecha de Nacimiento: 16 de Noviembre de 1961.

Lugar de nacimiento: Quito-Ecuador.

Dirección: Cumbayá. Av. Chimborazo S/N

Teléfono: 2896869 – 2896870 cel: 099228603

Email: consuelocrespod@yahoo.com.ar

#### **Educación Superior:**

-1981.-Dibujo. Chelsea School of Art.Londres.

-1982-1988.- Licenciada. Escultura y Grabado. Universidad Central del Ecuador. Facultad de Artes Plásticas.

-1994.- Curso internacional de Cerámica. Universidad del Azuay en convenio entre Arts International de Nueva York y la Fundación Paul Rivet. (5 semanas).

-1997.- Curso: Autoconciencia Creativa. Centro Ecuatoriano de Arte contemporáneo.

-1999.- Curso: Globalización y Fragmentación. Centro Ecuatoriano de Arte contemporáneo.

#### **Participación en exposiciones colectivas en escultura:**

-1992.- II Salón de Cerámica Artística. Cuenca-Ecuador. (Piezas sin forma)

-1994.- Exposición Colectiva de III taller de Cerámica Artística. Fundación Paul Rivet. Casa de la Cultura. Cuenca-Ecuador. (Piezas sin forma)

- 1995.- Arte Ecuatoriano Ahora. Casa de las Américas. Habana-Cuba. (Caderas)
- 1996.- Casa de la Cultura Ecuatoriana Cuenca-Ecuador. (Caderas)
- 2000.- Casa de la UNESCO. Quito-Ecuador. (Abuelita en armario)
- 2000 – la galería. Mano de obra barata
- 2001.- Formato 0 Forma 1. Centre Collage Danville, KY EEUU (Fotografía)
- 2001.- Formato 0 Forma 1. Posada de las Artes Kigman. Quito-Ecuador (Fotografía)
- 2001.- Mil Cuatrocientos Ochenta y Seis Kg. Casa de la Cultura Ecuatoriana. Quito-Ecuador. (Virgen árbol)
- 2002.- Exposición Alpiso. Sala Hospital Militar Antiguo. Quito-Ecuador (Vírgenes cera)
- 2003.- Salón Mariano Aguilera. Centro Cultural Metropolitano Quito-Ecuador (Casco)

**Exposiciones individuales en escultura:**

- 1993.- Mujer y medio ambiente. Sala Miguel de Santiago. Casa de la Cultura Ecuatoriana. Tiempo (Piezas sin forma)
- 1995.- Alianza Francesa. Quito-Ecuador. (Torsos, dos esculturas de papel)
- 1996.- Galería Art Fórum. Quito-Ecuador. (Adolescentes, cuerpos)
- 1996.- Centro de las Artes del Fuego Chaguarchimbana. Cuenca-Ecuador. (Paralela a la 6ta bienal) Adolescentes
- 1999.- La Galería. Quito-Ecuador. (Hombres)
- 2003.- La Naranjilla Mecánica. Quito-Ecuador. (Vírgenes en cera)
- 2010- El lugar de la sospecha

**Trabajos ha pedido:**

- 1989-1990.- Dos Bustos de Abdón Calderón, Bronce (tamaño heroico) héroe nacional para el Ministerio de Defensa, colocado en Buenos Aires- Argentina y Caracas- Venezuela.
- 1991.- Dos mujeres en piedra en el jardín del Swissotel en Quito- Ecuador.

- 1991.- Dos bustos héroe del “1941” y héroe de “Paquisha” encomendados por el Ministerio de Defensa en Bronce Manabí- Ecuador.
- 1992.- Monumento a Gral. Eloy Alfaro. Encomendado por la presidencia de la República. Bronce (tamaño heroico). Colocado en Santo Domingo- República Dominicana
- 1994.- Busto del Dr. Julio Tobar Donoso. Bronce (Tamaño Heroico). Encomendado por la Pontificia Universidad Católica. Ubicado en sus predios. Quito- Ecuador.
- 1994.- Busto de CaranShiryXII . Bronce (Tamaño heroico), para la Escuela Militar Eloy Alfaro. Quito- Ecuador.
- 1995.- Busto de Atahualpa. Bronce (Tamaño heroico). Encomendado por la Escuela Militar Eloy Alfaro. Quito- Ecuador.
- 1998.- Busto del Reverendo Padre Aurelio Espinosa Polit. Bronce (Tamaño Heroico). Ubicado en la Biblioteca Espinosa Polit. Quito- Ecuador
- 2002.- Ambientación periodo precerámico de la sala Quito. Museo de la Ciudad. Quito- Ecuador
- 2003.- Alto relieve de Monseñor Leonidas Proaño. Bronce (Tamaño natural). Quito- Ecuador.
- 2003.- Busto de Aurelio Dávila Cajas. Hombre Celebre. Bronce (Tamaño Heroico). Quito- Ecuador.
- 2006.- Monumento Ing. Julio Hidalgo- Museo Hidalgo Hidalgo – Quito Ecuador.

**Distinciones:**

- 1988.- Premio Coloma Silva para estudiantes. La mejor Escultura. Universidad Central del Ecuador. Quito- Ecuador.
- 1992.- Mención. II Salón Nacional de Cerámica Artística. Cuenca- Ecuador.

**Experiencia como profesora:**

- 1982.-Clases de Arte a los niños damnificados de las inundaciones en la costa. San Patricio y la Armenia. Quito- Ecuador.
- 1983.- Talleres de Arte en La Galería. Quito- Ecuador.
- 1988-1989.- Ayudante de cátedra. Noveno y décimo nivel de escultura de la Facultad de Artes de la Universidad Central del Ecuador. Quito- Ecuador.

-1993.- Profesora de Historia del Arte Precolombino. Universidad San Francisco de Quito. Quito-Ecuador.

-1994.- Profesora de historia de la escultura en la escuela de artes y oficios San Andrés. Quito-Ecuador.

-1996.- Profesora de los talleres infantiles artísticos. Plan Internacional Quito, proyecto de diagnóstico de barrios del sector periférico de Quito. Quito- Ecuador.

-1997.- Revista para niños Planquito y Planquita. Patrocinada por Plan Internacional Quito, destinada a barrios Suburbanos. Quito- Ecuador.

-2000.- Pasantías en mi taller para estudiantes de la Universidad San Francisco de Quito. Quito-Ecuador.

-2001-2007 Profesora de Taller de artes y Volumen (tercero, cuarto, quinto nivel) en la Pontificia Universidad Católica de Quito. Quito- Ecuador.

#### **Comentarios escritos sobre mi obra.**

-1992.- Revista del II Salón Nacional de la cerámica artística. Cuenca-Ecuador.

-1993.- Artículo 3 Mujeres. Diario; El Hoy 8 de Febrero. Quito- Ecuador.

-1993.- Artículo Arte y Mujer. El Comercio 9 de Febrero. Quito- Ecuador.

-1993.- Artículo Mujeres, arte y ecología por Trinidad Pérez. El Hoy 18 de Febrero. Quito-Ecuador.

-1994.- Ilustración Fotográfica del monumento Gral. Eloy Alfaro, con motivo del sesquicentenario de su nacimiento en la revista Museo Histórico, Órgano del archivo de la historia de la Ciudad de Quito del Ilustre municipio de Quito. Quito- Ecuador.

-1998.- Dirección y edición Revista Planquito y Planquita 2 y 3. Plan Internacional Quito publicada por el Diario Hoy. Quito- Ecuador.