

Guía de vuelo

Un acercamiento a la movilidad internacional
de las artes escénicas y musicales

José Luis Espinosa Torres



Guía de vuelo

Un acercamiento a la movilidad internacional
de las artes escénicas y musicales

Textos

© José Luis Espinosa Torres

Diseño e ilustración

© Lorena Zulueta

Primera edición digital, Secretaría de Cultura de Puebla
Puebla, Puebla, México, octubre de 2024

D.R. Gobierno del Estado de Puebla
Av. Reforma 1305, Centro Puebla, Pue. C.P. 72000
ISBN: 978-607-8832-80-4

Gobierno del Estado de Puebla

Sergio Salomón Céspedes Peregrina
Gobernador del Estado de Puebla

Nguyen Enrique Glockner Corte
Secretario de Cultura

Karina Fernández Ponce
Directora General de Patrimonio Cultural

Jesús Daniel Juárez Cruz
Director de Acervo Cultural

Lino Xavier Cantorán Ortiz
Diseño editorial

No se permite la reproducción total o parcial de este libro ni su incorporación a otro sistema informático, ni su transmisión por cualquier forma o cualquier medio, sea este electrónico, mecánico, por fotocopia, por grabación y otros métodos, sin el permiso previo y por escrito de la Secretaría de Cultura de Puebla.

Derechos reservados conforme a la ley.

Ejemplar de distribución gratuita

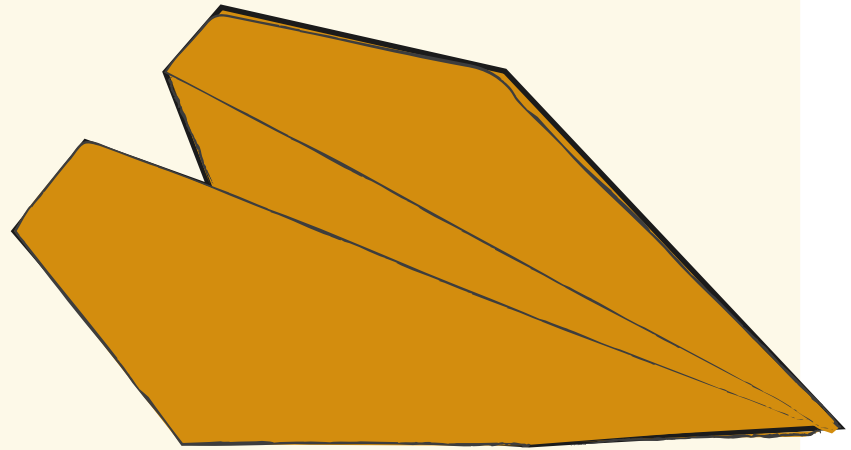


INDICE

ABORDAJE INTRODUCCIÓN	8
DESPEGUE ¿QUÉ ES LA MOVILIDAD?	12
TRIPULACIÓN PARTICIPANTES EN LA MOVILIDAD ARTÍSTICA	24
TURBULENCIAS PRINCIPALES RETOS DE LA MOVILIDAD INTERNACIONAL	50
MANIOBRA DE EMERGENCIA MOVILIDAD ARTÍSTICA EN LA PANDEMIA	78
ATERRIZAJE CONCLUSIONES	88
ENTREVISTAS Y RECURSOS BIBLIOGRÁFICOS	92
AGRADECIMIENTOS	97

Dedicatoria

A mi padre que me cuida desde el cielo.
A mi madre por todo su amor y apoyo.
A mis hermanos por siempre estar conmigo.
A mi compañera de vida, Lore.



Abordaje

Introducción

Imaginemos que existe un grupo de música folklórica mexicana llamado Ritual, que fue invitado a presentarse en un festival de renombre en Bélgica y, a partir de esta oportunidad, decidieron realizar una gira por algunos países de la Unión Europea. La agrupación tiene una sólida carrera nacional y los recursos necesarios para poder contratar músicos extranjeros en proyectos específicos; en dicha propuesta, planearon contratar a un percusionista de Bolivia.

El festival que los invitó los apoyó haciendo los trámites necesarios para enviarles los contratos y así tramitar los permisos y visas de trabajo correspondientes. El problema surgió cuando el gestor de dicho grupo, por falta de conocimiento acerca de los países que requieren Visa *Schengen* para ingresar a la Unión Europea, no tramitó la del músico boliviano. La consecuencia que trajo esto fue que tuvieron que cancelar la participación de este músico. El grupo tuvo que cambiar el programa con el que se iban a presentar (arriesgándose a que los cancelara por esta decisión). Al mismo tiempo, el festival perdió el dinero del ticket aéreo, del hospedaje y de los alimentos. Finalmente, la agrupación tuvo que encontrar en Bruselas un espacio dónde ensayar la nueva propuesta y montarla en pocos días.

Otra situación a la que se enfrentaron, una vez solucionado el tema anterior, fue que no recibieron los honorarios que creían pactados. Esto muestra otro error del gestor, ya que tampoco sabía que las oficinas de Servicio de Impuesto Interno de cada país en los que se presentaron cobran un porcentaje del total de honorarios recibidos a toda persona No Residente. Esto se llama Impuesto Adicional o *Withholding Tax* para los países anglosajones, y por ley los organizadores de cada sede deben de retener ese monto. De haber tenido comprensión clara de esto, el grupo pudo haber negociado los honorarios o encontrado la manera de exentar el pago. En pocas palabras, una experiencia que debió ser disfrutada en muchos aspectos terminó siendo un caos por la poca noción en temas de suma importancia dentro de la movilidad internacional. Todos los que intervinieron en este intercambio artístico tuvieron que realizar un trabajo extra para poder sacar adelante este proyecto. El ejemplo anterior es una muestra de los problemas por los que atraviesan todos aquellos profesionales de las artes escénicas y musicales que desean movilizar su trabajo. Pero no solo los grupos artísticos deben de saberlo; sino todo aquel que trabaje o que desee incursionar en dicha área tendrá que tener en cuenta estos temas, para poder hacerles frente de la mejor manera posible.

La movilidad artística es una acción que se genera en un ambiente contradictorio. Por un lado, tenemos la globalización y los desarrollos tecnológicos que han logrado que algunos procesos, como los comunicacionales, sean más rápidos y eficientes. De esta forma, se han logrado acortar los tiempos y distancias físicas, así como culturales, para que el conocimiento y las ideas puedan viajar con mayor fluidez. Por otro lado, se encuentra la obsesión mundial de la seguridad nacional, surgida a principios del siglo XXI, en donde muchos países implementaron mayores filtros fronterizos que obstaculizaron la libre circulación de bienes, personas y culturas. Estos filtros incrementaron a partir de la pandemia de 2020, donde la movilidad de cualquier tipo fue prohibida precisamente para evitar que se expandiera más de lo que llegó a alcanzar.

Estas dos realidades han ocasionado que el intercambio artístico no sea tan viable para todos como debería ser. Lo anterior representa un problema, puesto que tener acceso a otras culturas y expresiones artísticas es fundamental en el desarrollo de una sociedad. A pesar de que existen países que se están aliando para poder facilitar la vida de sus habitantes y crear mejores redes comunicacionales, la realidad es que la mayoría tiene como prioridad sus propios intereses. Esto ocasiona que no exista congruencia entre los tratados internacionales/comunitarios y la manera en cómo se articula la ley en cada uno de ellos.

Como se verá más adelante, el tema de la movilidad artística internacional está siendo abordado con mayor énfasis por diversas instituciones, privadas y públicas, de la Unión Europea y Estados Unidos, así como la Unesco y otros organismos internacionales. Entre los puntos que se analizan, están los problemas de cada sector artístico, hasta políticas culturales que afectan a todas las disciplinas. En América Latina, el tema todavía no es tratado como relevante, pero es importante empezar a adentrarse en él; cada día, el mundo se encuentra más enlazado y la movilidad dejó de ser un ideal para unos pocos afortunados y se está convirtiendo en una acción necesaria y muy enriquecedora.

La cultura y el arte están muy ligados a la realidad política, económica y social del lugar donde se producen. La proyección que puedan tener las agrupaciones artísticas y agentes culturales dependerá mucho de las políticas culturales de cada país. Estas últimas crean dinámicas comerciales y globalizadoras que tienden a uniformizar productos y a valorar el éxito por su rentabilidad. Por eso, algunas instituciones han buscado la manera de ser competitivas dentro de este mercado cultural reestructurando sus organigramas o creando patronatos, empresas o alianzas con empresas privadas, con el objetivo de contar con más recursos. En otras palabras, intentan actuar como agentes comerciales.

Las artes escénicas siguen estando separadas de la llamada “industria del espectáculo”, la cual se rige bajo estrategias comerciales en su totalidad, lo que les permite autofinanciarse o encontrar patrocinadores o auspiciadores con mayor facilidad, ya que van dirigidos generalmente a grandes masas. En cambio, las artes escénicas deben contar casi siempre con el apoyo gubernamental o con el de las Organizaciones No Gubernamentales (ONG), al no tener grandes grupos de apoyo o de un público masivo. Por esta razón es necesaria la profesionalización de los grupos artísticos que desean internacionalizar sus propuestas, o agentes culturales que quieran generar una programación más llamativa dentro de los espacios escénicos y así puedan tener mayor oportunidad de competencia dentro de este “mercado”.

El problema se puede analizar desde dos perspectivas. La primera es la de los grupos artísticos, gestores culturales y representantes de compañías artísticas que desean llevar sus propuestas a otros países, pero por falta de conocimiento o herramientas no logran iniciar este proceso de internacionalización; en este sentido, no basta con lograr una base de datos de festivales o teatros. También está el caso de los que ya cuentan con alguna confirmación en el extranjero, pero desconocen los procesos legales y administrativos que tienen que realizar para lograr su objetivo, o los agentes facilitadores que pueden intervenir para lograr un proceso exitoso, como embajadas o ministerios de

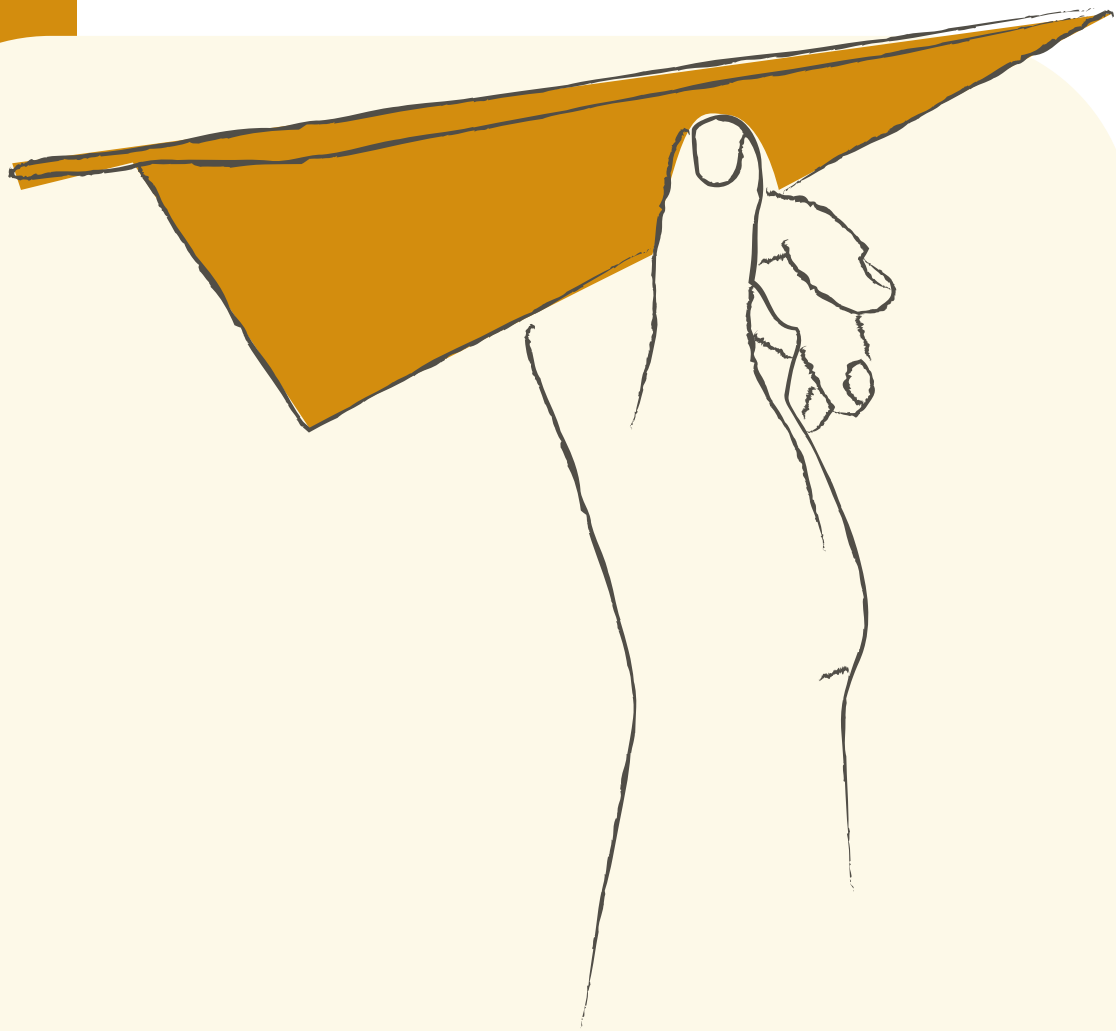
relaciones exteriores. La segunda perspectiva es la de direcciones o áreas de programación de centros culturales, teatros, festivales, institutos de cultura o empresas productoras de espectáculos artísticos que tampoco cuentan con una capacitación adecuada. Esto ocasiona que no puedan llevar a cabo las gestiones necesarias para introducir propuestas artísticas a su país o que, de igual forma, desconocen los agentes facilitadores.

Hasta el día de hoy, existe poca documentación acerca de los procesos y dificultades a la hora de querer generar este tipo de proyectos desde Latinoamérica. La mayor cantidad de información que se genera es en Europa debido a varios factores, como su situación geográfica, política y social, por lo que es un tema que se pone sobre la mesa en diferentes niveles. Esta información se construye a través de debates, conferencias, mesas de trabajo, investigaciones, etc., por lo que podemos encontrar información acerca de cómo países desarrollados pueden moverse dentro de esta región; sin embargo, no se informa sobre cuáles son los retos para viajar, por ejemplo, a México o algún otro país latinoamericano que, si bien no cuentan con las ventajas geográficas y económicas europeas, son considerados como los “mercados” más importantes de las artes escénicas y musicales. O al contrario, no se abordan los retos de las agrupaciones latinoamericanas para viajar a Europa o Estados Unidos.

Lo que es un hecho es que una gran mayoría de grupos artísticos, agentes e instituciones latinoamericanas no cuentan con la preparación, conocimiento y herramientas respecto a temas tan primordiales como visas de trabajo, elaboración de contratos, convenios, derechos de autor o recaudación de impuestos, por lo que hacen que el proceso de movilidad sea complejo y accidentado. Esta falta de conocimientos puede provocar la cancelación de las propuestas, la suspensión de apoyos económicos o, en casos extremos, problemas diplomáticos, ya que cada uno de los participantes en la realización se convierte en representante de su país. Además, también es muy difícil encontrar información sobre la cantidad de grupos artísticos que viajan al año, cuántas presentaciones hacen, el número de países que visitan, etc.

Esta Guía de Vuelo nace a partir del proyecto de tesis que presenté en el 2015 para obtener el grado de Magister en Gestión Cultural por la Universidad de Chile. Su objetivo es mostrar los diferentes puntos en que se divide la movilidad, hacer un mapeo de los involucrados, así como presentar algunos de los retos más significativos que se generan para lograrlo y las posibles líneas de acción para afrontarlos. La información que comparto fue recopilada, en parte, por medio de una investigación bibliográfica, la cual hizo darme cuenta de la poca información que se tiene a la mano. También realicé entrevistas a especialistas del sector cultural y artístico que compartieron sus testimonios y opiniones acerca de los diferentes temas que se mencionan.

Mi objetivo es acercarlos a la actualidad del sector de las artes escénicas y musicales en materia de internacionalización. Cada uno de los temas aquí tratados puede resultar en varias investigaciones, desde información práctica, hasta sondeos sociales y políticos. Es por esto que les invito a seguir involucrándose en el tema para profesionalizar cada vez más al sector. Finalmente, la pertinencia de la movilidad artística internacional no es solo de carácter económico o político, se trata de lograr la exportación e importación de ideas, de una manera de ser y de entender el mundo: la idea de participar y de ser en el mundo a través de la Cultura.



Despegue
¿Qué es la movilidad?

La movilidad internacional es un fenómeno social que no es exclusivo de esta época y tampoco de algún grupo social o racial en específico. Para uso de esta podemos entender como un desplazamiento individual o grupal de un país a otro. Lo anterior puede ser por tiempo indefinido, lo que lleva a un cambio de la residencia; o por un tiempo corto, lo que supone que no tenga que haber ningún cambio. El fenómeno de la movilidad es muy complejo y el contexto en el que se desarrolla dependerá de quién lo realice, por lo que tendrá sus propias características.

En cuanto a la movilidad artística, la podemos entender como cuando viajamos fuera de nuestro país de origen o residencia con propósito de presentar una obra o proyecto, estudiar, algún tipo de intercambio artístico o simplemente como entrenamiento creativo.¹

Dicha movilidad está motivada por la búsqueda de experiencias novedosas, por el enriquecimiento artístico y personal que conlleva el entrar en contacto con otra manera de entender y experimentar la vida. La repercusión va más allá del lado económico, es decir: gracias a la movilidad artística se pueden entender otras culturas. Así pues, esta experiencia será enriquecedora tanto para la persona o personas que viajan, como para quien lo o los recibe.

En este punto es importante señalar que existen diversos términos que se emplean para referirse a la acción de cruzar las fronteras con un propósito artístico y, si bien el significado es el mismo, sus usos dependerán del contexto y la persona o entidad en el que se los cite. Los términos son los siguientes:

Movilidad: Cuando se menciona este término es con relación a temas socioculturales, en correspondencia a la acción de mover las propuestas artísticas y a sus creadores. También es el término más común en los países anglosajones: *mobility*.

Exportación e importación: Cuando se hace referencia a estos términos es porque se está hablando desde un punto de vista económico y, como en todo sector de esta índole, también se encuentra la idea de exportar e importar conocimientos e ideas.

La movilidad artística, o en este caso la exportación e importación de artes escénicas, se ha insertado en lo que hoy llamamos economía creativa. Como es sabido, este concepto abarca entretenimiento, arte, gastronomía, arquitectura, etc. Es uno de los sectores económicos que ha crecido más rápido a nivel mundial, ya que además de generar trabajo, también contribuye al bienestar social.

Intercambio o cooperación: El uso de estos términos es más habitual cuando se hace referencia a la política y la diplomacia cultural. Lo podemos ver con frecuencia en temas de cooperación bilateral entre países, como los que tiene México con Estados Unidos, o canje de bienes, ideas, políticas, etc. También en temas académicos donde se realiza el intercambio de jóvenes artistas para enriquecer su educación al mostrarles otro tipo de culturas y formas de pensar.

Es importante diferenciar los conceptos anteriores porque estaré haciendo referencia a ellos, pero se dará mayor énfasis al término de movilidad, el cual considero que abarca todas las dimensiones antes mencionadas.

La movilidad se puede dar de diferentes maneras y es importante saber sus características para saber el tiempo promedio de estadía. Esto influirá en los procesos administrativos y legales. Entre las más comunes están:

- *Giras artísticas*: Se trata de la presentación de una obra en particular. Se realiza en diferentes ciudades de un mismo país o en distintos países y ciudades, y pueden ser en festivales o presentaciones públicas exclusivas. Su duración, por lo general, es de corto plazo. De días a semanas.
- *Coproducciones*: Se trata de proyectos en donde se unen dos o más artistas, compañías, empresas o instituciones para crear un espectáculo escénico. Su duración dependerá del tiempo en que se termine el proyecto en cuestión.
- *Residencias*: Las residencias artísticas funcionan para que los artistas y creadores puedan trabajar en colaboración, recibir asistencia profesional, intercambiar ideas y experiencias con otros artistas y relacionarse con la comunidad del país al que visitan. Su tiempo de estadía será de mediano plazo y podemos hablar de estancias que duran hasta seis meses.
- *Empleo*: En cuanto a este tipo de movilidad, podemos encontrar dos variantes importantes. La primera es cuando un intérprete es invitado a trabajar en una obra, por una temporada completa. La segunda es cuando artistas, técnicos o cualquier otra persona que trabaje con las artes escénicas directamente vaya a trabajar por tiempo definido a otro país.
- *Promoción y Relaciones públicas*: Este tipo de viajes es común para ir a mercados escénicos internacionales, donde asisten diversos programadores para observar las nuevas tendencias y propuestas. Por lo general, en este tipo de viajes se entra a los países como turistas.

UN POCO DE HISTORIA

La movilidad es un tema común a lo largo de la historia de la humanidad por ser fuente de conocimiento, interacción e identidad. El tema no es nada nuevo para los artistas, ya que viajar ha sido un punto central en la búsqueda de la expresión creativa durante siglos. Diferentes temas como guerras, condiciones económicas o falta de libertad de expresión, han sido factores de motivación importantes para la movilidad de artistas, en el pasado, el presente y seguramente en el futuro. Del siglo XV al XVIII se produjo una explosión en el movimiento artístico y científico y, durante este periodo, se intensificó la movilidad artística en Europa debido a las innovaciones y avances tecnológicos que se generaban.

Existe muy poca bibliografía específica que hable de la movilidad en tiempos pasados, pero se pueden encontrar pistas sobre la forma en que se viajaba por medio de las biografías de artistas y creadores. Por ejemplo, es posible hallar la información que proporciona el Centro de las Artes de Canadá, respecto a los viajes que realizó Mozart por distintos países europeos a muy corta edad. En la página se encuentra un extracto de la investigación:

Mozart pudo experimentar una amplia gama de ideas, pensamientos, costumbres y estilos de vida mientras viajaba de un lugar a otro. Vio obras de teatro y leía diarios en varios idiomas, se enteró de cómo escribían música los compositores de otras ciudades y países, y adquirió un vasto conocimiento del mundo que otros no podían siquiera imaginar.²

En el libro *Bound to mobility*,³ de la socióloga portuguesa Cristina Farinha, se explica que durante el periodo de la Ilustración (siglo XVIII), a la vista de una reforma de la sociedad y el avance del conocimiento, se dio énfasis al desarrollo de las artes y a la idea de viajar por el bien del aprendizaje, el intercambio intelectual y la confrontación con otras culturas.

El programa de residencias para artistas más antiguo en Europa es, posiblemente, el que fundó la Academia de Francia en Roma, en 1666. A esta residencia llegaban artistas franceses enviados por el rey para aprender de las nuevas tendencias artísticas romanas y poderlas copiar en Francia.

La mayor cantidad de información proviene de artistas europeos que realizaron giras por ese territorio. Aun así, y al igual que en los ejemplos anteriores, existe información respecto a la movilización que ocurría hacia América. Cada uno de estos viajes era emprendido por europeos que deseaban ir a la “tierra prometida”, como el caso de Hernando Franco, compositor y músico extremeño que llegó a la Nueva España (México) para ser el Maestro de Capilla de la Catedral de México, o la presentación al aire libre de la obra teatral *Diablo Cojuelo*, del dramaturgo y novelista sevillano Luis Vélez de Guevara, en el año 1750, en la ciudad de Comayagua, en Honduras.

A partir del desarrollo de las ciudades, la industrialización, la expansión del ferrocarril, los barcos de vapor y el viaje aéreo, permitieron que la movilización fuera más rápida dentro de Europa y con nuevas esperanzas a través del Atlántico. Después de estos periodos, hay registros de los artistas y los viajes de los creadores a través de Europa, con el fin de inspirarse, enseñar y realizar sus piezas; además de los cantantes y actores europeos que hicieron una gira por Estados Unidos de América.

Desde esa etapa hasta la actualidad, la movilidad artística fue incrementando entre diversos continentes y países, pero fue hasta hace unas décadas atrás cuando se inició un análisis profundo del tema.

A finales del siglo XX, los países miembros de la Unión Europea empezaron a mostrar mucho interés acerca de la movilidad internacional de las artes escénicas, por lo que comenzaron a organizar diversas reuniones (que siguen realizándose) para discutir los desafíos y estrategias que pueden implementar los estados para facilitar



esta acción. Entre las reuniones se encuentra la celebrada en 2003, por parte de la *International Federation of Arts Council and Culture Agencies* y la *Asia-Europe Foundation*, donde el tema principal fue la movilidad artística entre Europa y Asia. En 2004 se llevó a cabo el *Networking for the Arts in Europe Meeting* en Cork, Irlanda, donde se analizó la manera sobre cómo los países europeos pueden trabajar en conjunto para mejorar las condiciones de movilidad de los artistas, la circulación de las obras y colaboración artística transnacional.

Además de estos encuentros, también se han realizado reportes y estudios con la finalidad de profundizar en el tema. Entre ellos se encuentra el *Study on the mobility and free movement of persons and products in the cultural sector* realizado por la Universidad de París X, en el 2002; y el *Report on the State of Cultural Cooperation in Europe*, elaborado para la Dirección General de Educación y Cultura de la Comisión Europea.

Un proyecto destacable fue la plataforma *Supporting Performing Arts Circulation in Europe (SPACE)*, apoyado por la Comisión Europea. Fue creada para incentivar la libre circulación de las artes escénicas en Europa y estaba conformada por instituciones culturales de distintos países de la Unión Europea. Estos países comparten la creencia de que una de las piedras angulares de la política cultural europea es facilitar la circulación de las artes en todo el continente, y también conocen que todavía hay desequilibrios en este ámbito, entre países, regiones, artistas, disciplinas y agentes culturales.

El objetivo de *SPACE* fue dar prioridad a la movilidad de las producciones artísticas y combinar la movilidad cultural con la diversidad cultural, la ciudadanía europea y la inversión en las generaciones emergentes.

Cabe entonces señalar dos preguntas que son: ¿por qué se ha dado esta inquietud en Europa? Y ¿cuál es la situación en América?

Para responder la primera pregunta se debe entender qué es el Tratado de *Schengen*. Es un acuerdo firmado por varios países europeos con la finalidad de suprimir los controles fronterizos entre ellos, creando solo una gran frontera exterior. Este tratado inició en 1985 por algunos de estos países y, a través de los años, la lista se ha incrementado hasta conformar 29 (Alemania, Austria, Bélgica, Bulgaria Croacia, Dinamarca, Eslovaquia, Eslovenia, España, Estonia, Finlandia, Francia, Grecia, Países Bajos, Hungría, Islandia, Italia, Letonia, Liechtenstein, Lituania, Luxemburgo, Malta, Noruega, Polonia, Portugal, República Checa, Suecia y Suiza). Además de estos, existen países, o los llamados microestados, que no forman parte del espacio *Schengen*, pero sí aplican este tratado.

En otras palabras, el Tratado de *Schengen*⁴ trata de apoyar la libre circulación de bienes y personas dentro de este espacio a través de los siguientes controles:

- *La supresión de los controles en las fronteras interiores, a la vez que se garantiza la armonización de los controles en las fronteras exteriores.*

• *La armonización de las condiciones de entrada y de visados, para las estancias cortas (3 meses): cualquier visado expedido por un estado miembro de los acuerdos de Schengen tiene validez para el conjunto del territorio Schengen.*

• *La obligación, para cualquier persona procedente de un país tercero que circule de un estado miembro a otro del territorio Schengen, de declararlo a las autoridades.*

• *La ordenación de puertos y aeropuertos, para la separación física de los flujos de viajeros, intra y extra Schengen.*

• *La implementación de una coordinación entre las administraciones nacionales, para vigilar las fronteras y reforzar la cooperación judicial.*

• *El posible restablecimiento, por uno o varios estados miembros de los controles en las fronteras, por un periodo limitado, en caso de amenaza del orden público o de la seguridad nacional (cláusula de salvaguardia).*

De esta manera podemos ver que los países europeos, al ser geográficamente más pequeños que los países latinoamericanos y al contar con tratados de libre circulación, son más eficaces en pensar sobre la movilización internacional (dentro de la Unión Europea y entre los países vecinos), pero su problema radica en que no todos los países cuentan con las mismas regulaciones laborales, de seguridad social y de pago de impuestos. Esto ha provocado que la movilidad artística no se efectúe con tanta facilidad como se desea.

Ahora bien, la realidad latinoamericana es muy diferente, sin embargo, eso no significa que la movilidad sea de menor importancia. Respecto a la parte geográfica, las fronteras de los países latinoamericanos se encuentran más alejadas unas de otras, por lo que es difícil viajar en este contexto. Además de lo anterior, no hay un acuerdo de libre circulación como en la Unión Europea, aunque sí hay convenios que dan cierta flexibilidad de tránsito entre los países sudamericanos. Estos convenios son parte de acuerdos que se generan, sobre todo, en regiones que cuentan con mecanismos de integración como el Tratado de Mercado Común del Sur (MERCOSUR). Un ejemplo es, precisamente, los convenios de facilidades de tránsito de personas que tiene Chile con otros países de Sudamérica, pero esto no quiere decir que tengan libre acceso a las fronteras. Dichos convenios son parte de los acuerdos del MERCOSUR.

El MERCOSUR es un acuerdo entre países sudamericanos con el propósito de lograr una mayor integración entre ellos y coordinar temas que le atañen, a todos como los económicos, sociales, comerciales, ambientales, educativos y culturales. Los países que lo conforman son Argentina, Brasil, Paraguay, Uruguay, Venezuela y Bolivia. Además, se encuentran los países que denominan Estados Asociados que son Chile, Colombia, Perú, Ecuador, Guyana y Surinam.

Sus objetivos son:

• *La libre circulación de bienes, servicios y factores productivos entre los países, a través de la eliminación de*

los derechos aduaneros y restricciones no arancelarias a la circulación de mercaderías y de cualquier otra medida equivalente.

- *El establecimiento de un arancel externo común y la adopción de una política comercial común con relación a terceros Estados o agrupaciones de Estados, así como la coordinación de posiciones en foros económicos comerciales regionales e internacionales.*

- *La coordinación de políticas macroeconómicas y sectoriales entre los Estados Parte: de comercio exterior, agrícola, industrial, fiscal, monetario, cambiario y de capitales, de servicios, aduanera, de transportes y comunicaciones y otras que se acuerden, a fin de asegurar condiciones adecuadas de competencia entre los Estados Parte.*

- *El compromiso de los Estados Parte por armonizar sus legislaciones en las áreas pertinentes, para lograr el fortalecimiento del proceso de integración.⁵*

Al igual que con los tratados de Schengen, los acuerdos pueden llegar a ser poco claros y encontrarse muchas variables para su ejecución. Por ejemplo, el conflicto que ocurrió entre Uruguay y Argentina, a finales de 2013: Argentina empezó a exigir visa de trabajo temporal a los artistas uruguayos que viajaban con este propósito. Como dato, el país transandino siempre había solicitado visa de trabajo, pero por un tema de diplomacia, la había omitido por un tiempo. La noticia surgió cuando un grupo musical uruguayo, que se presentó en Buenos Aires, recibió una multa por mil dólares estadounidenses para cada integrante por no haber tramitado la visa de trabajo temporal. A partir de ahí, salieron a la luz otros casos, como el Ballet Nacional del Sodre que también tuvo que pagar por la visa de todos los integrantes, más equipo técnico y directores.⁶

En el caso de México, sus aliados de región son Canadá y Estados Unidos, con el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), el cual entró en vigor desde 1994. Sin embargo, en 2018 se firmó un nuevo acuerdo llamado T-MEC el cual sigue con la misma línea para crear una zona donde se pueda realizar el libre comercio. Dentro de los acuerdos a los que se llegó fue la libertad para “comerciar” con la cultura de dichos países o, por decirlo de otra manera, con sus industrias culturales. No obstante, la movilidad hacia EUA es complicada, ya que es necesario el ingreso al país con visa y aunque los mexicanos tienen una visa especial (tipo TN), para poder trabajar temporalmente, el hecho de tener que tramitarla hace que sea difícil el tránsito de artistas.

A pesar de lo anterior, hasta hace unos años el mercado latinoamericano de las artes escénicas no tenía el impacto que desde hace un tiempo a la fecha empezó a gozar. Los artistas europeos y de Estados Unidos están fijando su vista en Latinoamérica para venir a mostrar sus proyectos. De la misma manera, el mercado europeo está interesado en mostrar el arte latinoamericano en sus ciudades principales pero, por los grandes montos que se deben de cubrir por el viaje y los obstáculos que se presentan a la hora de entrar a algún país miembro de la Unión Europea, se vuelve difícil pensar en ir para allá.

¿POR QUÉ MOVILIZAR EL ARTE?

La movilidad de artes escénicas y musicales es una actividad que genera desarrollo económico y cultural en los países que intervienen en el proceso. Hablando específicamente del crecimiento económico, movilizar propuestas artísticas y musicales crea empleos de forma directa a los artistas, técnicos y otras personas que están involucradas en la producción de festivales, ciclos o eventos artísticos; y de forma indirecta, a personas, establecimientos y negocios que de alguna manera generan un servicio o producto.

En cuanto al desarrollo cultural y artístico, la movilidad tiene como objetivo impulsar la diversidad cultural local hacia el mundo, y lograr un crecimiento de la calidad y creatividad de las mismas propuestas artísticas. Además, genera redes internacionales que sirven para proyectos futuros y de mayor alcance, como los convenios culturales entre países. En paralelo, la adición de un toque internacional a la carrera también podría contribuir a mejorar la posición de los artistas en su país de origen o residencia y, por lo tanto, las subvenciones internas. La experiencia internacional se presenta como prestigio en un currículum.

También, este intercambio aporta a la creación y fidelización de públicos y al desarrollo de la educación artística de cada país, al mostrar las manifestaciones artísticas que se generan en otras culturas y los intercambios que se logran a partir de esto. La importancia de una adecuada gestión por parte de los exportadores y de los importadores, para realizar este tipo de intercambios, va más allá de lograr unas cuantas presentaciones para poder *poner* en un currículum. Mediante una buena gestión y negociación se pueden generar redes internacionales y proyectarse hacia un mercado internacional que está en constante crecimiento.

Pero la movilidad no es solo un fenómeno que se da para ampliar el abanico artístico o creativo, también sucede por factores económicos, políticos y/o sociales a los que están expuestos los creadores y trabajadores de las artes escénicas. Me refiero a que no solo los artistas son los que se movilizan por el mundo, también los trabajadores como *managers*, técnicos, administradores, etc., tienen la necesidad de viajar, ya sea para montar una obra, hacer una coproducción o para trabajar en el extranjero.

En la Unión Europea ha existido una profunda preocupación por desarrollar el tema de la movilidad. Es así que una de las líneas principales dentro de sus políticas culturales es el fomento para la movilidad artística. Esta es vista como un recurso para mejorar la competitividad cultural y fomentar la democracia social en una región donde los procesos de globalización están más presentes que nunca, y por el surgimiento de la economía creativa que ha cambiado la visión mercantil.

El interés lleva bastantes años. El 25 de mayo del 2010 se llevó a cabo la Reunión de Directores Generales y Responsables de Artes Escénicas y Música de los Ministerios de Cultura de los países miembros de la Unión Europea, para tratar la cuestión de la movilidad de artistas y producciones de artes escénicas y música en la Unión Europea.⁷ En esta reunión se resumió la importancia de la movilidad artística en cuatro puntos.



I. El desarrollo de una identidad europea común sobre la que se asienta la integración política, económica y social.

Si bien se habla de lograr un desarrollo de identidad única europea, también se puede transferir este punto hacia el desarrollo de una identidad nacional de cualquier país. La búsqueda de la identidad no es algo gratuito. Indagar sobre quiénes somos significa justificar de alguna forma nuestro pasado y nuestro presente, pero sobre todo es preguntarnos sobre qué deseamos ser como países y qué es lo que queremos mostrarle al resto del mundo. Como menciona el sociólogo español Manuel Castells:

La construcción de las identidades utiliza materiales de la historia, la geografía, la biología, las instituciones productivas y reproductivas, la memoria colectiva y las fantasías personales, los aparatos de poder y las revelaciones religiosas.⁸

Es un proceso que elaboramos día a día, con nuestros seres queridos, vecinos, amigos, etc.

II. El impacto que esta tiene en el desarrollo de los artistas.

La creatividad encuentra su motor en las experiencias, por lo tanto, para los artistas el poder viajar, conocer otras culturas y otros conceptos de arte, vida, sociedad, entre otros, es una fuente de la cual obtienen nuevos recursos.

En 2010 se publicó un reporte acerca de la movilidad de las artes escénicas de Bélgica.⁹ En este informe se reportó que todos los artistas belgas que tuvieron la oportunidad de movilizarse recibieron un cambio en su manera de crear. Muchos artistas indicaron que la experiencia de la movilidad ha sido beneficiosa en términos de su inspiración artística y la creatividad. Pasar tiempo en un ambiente y entorno diferentes ayudó a aumentar la creatividad. La inspiración proporcionada por una nueva ciudad, país o paisaje, los contactos con los lugareños (artistas y no artistas) estimula la creatividad de los artistas.

Sobre este punto, el director artístico alemán de la *Dresdner Sinfoniker*, Markus Rindt me comentó que las experiencias que te acercan más a la creación, son únicas:

Por ejemplo, hace tiempo contacté a un compositor mitad alemán y mitad turco que vive en Berlín porque quería que me aconsejara acerca de música y compositores contemporáneos orientales. Resultó que la reunión fue una gran sorpresa, ya que descubrí a una persona muy amable y me propuso que hiciéramos un proyecto en conjunto.

La idea era viajar a Turquía y encontrarse con músicos tradicionales que vivieran en el este de Anatolia, porque de ahí era su madre y abuela. Después de varias conversaciones, me convenció y primero viajamos solo él y yo en el 2010, fue una gran experiencia ya que encontramos música increíble. Tres meses después viajamos otra vez, pero ahora con un equipo que nos ayudó a grabar la música en video

los cuales se proyectaron en el estreno de su composición para orquesta e instrumentos tradicionales de Anatolia.

En este mismo viaje conocimos a un grupo de músicos tradicionales y les pedimos grabarlos durante los siguientes días, me contestaron que estarían en una boda pero que también estábamos invitados para que los pudiéramos grabar ahí... en una boda, en alguna aldea, en medio de la nada. Fue una locura celebrar con la gente, además de grabar y hablar con ellos. Fue una gran experiencia porque nos permitió acercarnos a las personas de otra manera que como turistas no lo puedes hacer.

III. El papel crucial de la movilidad como elemento de democratización cultural.

Este punto se entiende como el derecho de la ciudadanía al libre acceso de la producción cultural, como elemento imprescindible para el libre desarrollo de su personalidad.

Una más de las expertas en el ámbito cultural y artístico que me compartió sus opiniones fue la gestora cultural chilena Carmen Gloria Larenas. Al momento de realizar mi tesis era Gerente de Programación de Teatro del Lago, en Frutillar. En la actualidad, directora general del Teatro Municipal de Santiago. En la época cuando fue parte del Teatro del Lago, Carmen Gloria me habló de los beneficios que le dio al teatro presentar propuestas extranjeras:

En el caso nuestro, por ejemplo, somos una infraestructura increíble y cumplimos un rol no solo como teatro internacional, también como centro cultural en la vida diaria de las personas de la región. Desde ese punto de vista, hay programación menos llamativa, pero que en el desarrollo del público es importante. Uno debe de saber muy bien para quién está programando, qué espacio es, qué rol y para qué público y, si tienes esa lógica, obviamente es más fácil porque la oferta siempre son muchas y eso te va decantando las opciones.

Uno de los mayores beneficios que tenemos es darle la oportunidad a la gente del país y de la región de ver espectáculos y propuestas artísticas que de otro modo no verían, porque están muy lejanos o son personas que no tienen la capacidad económica de viajar demasiado. Tratamos de que eso no sea un impedimento para que los niños y jóvenes puedan acceder a ver algo que a lo mejor les puede cambiar la vida, en el sentido de que les va a abrir un espacio creativo y pueden llegar a descubrir que les encanta la música o la danza, y eso es una gran motivación para nosotros.

IV. Desarrollo del mercado y de las industrias culturales europeas en el campo de las artes escénicas y la música.

Por último, en esta reunión de responsables de Artes Escénicas, hablaron de la importancia que tiene la movilidad artística como medio para desarrollar la industria cultural y el mercado escénico, ya que mediante esta actividad



se promueve a que el sector privado y el público se unan para crear mecanismos de ayuda y financiación. En esta misma tónica, Carmen Gloria Larenas parece tenerlo claro:

He notado que, tal vez por la crisis económica europea y de los Estados Unidos, hay mayor interés por los grupos artísticos por venir a Sudamérica. Lamentablemente, no creo que sea un interés particular por querer llegar a un público con el que no se han contactado, pero creo que sí tiene que ver con la posibilidad de un mercado, porque América Latina es un continente emergente.

Sin embargo, la movilidad no es consecuencia de los mercados laborales o económicos, sino también es una expresión de motivaciones e intereses individuales. Al igual que en el caso del campo de las artes, puede transmitir un programa político y económico que se articula con un proyecto artístico.

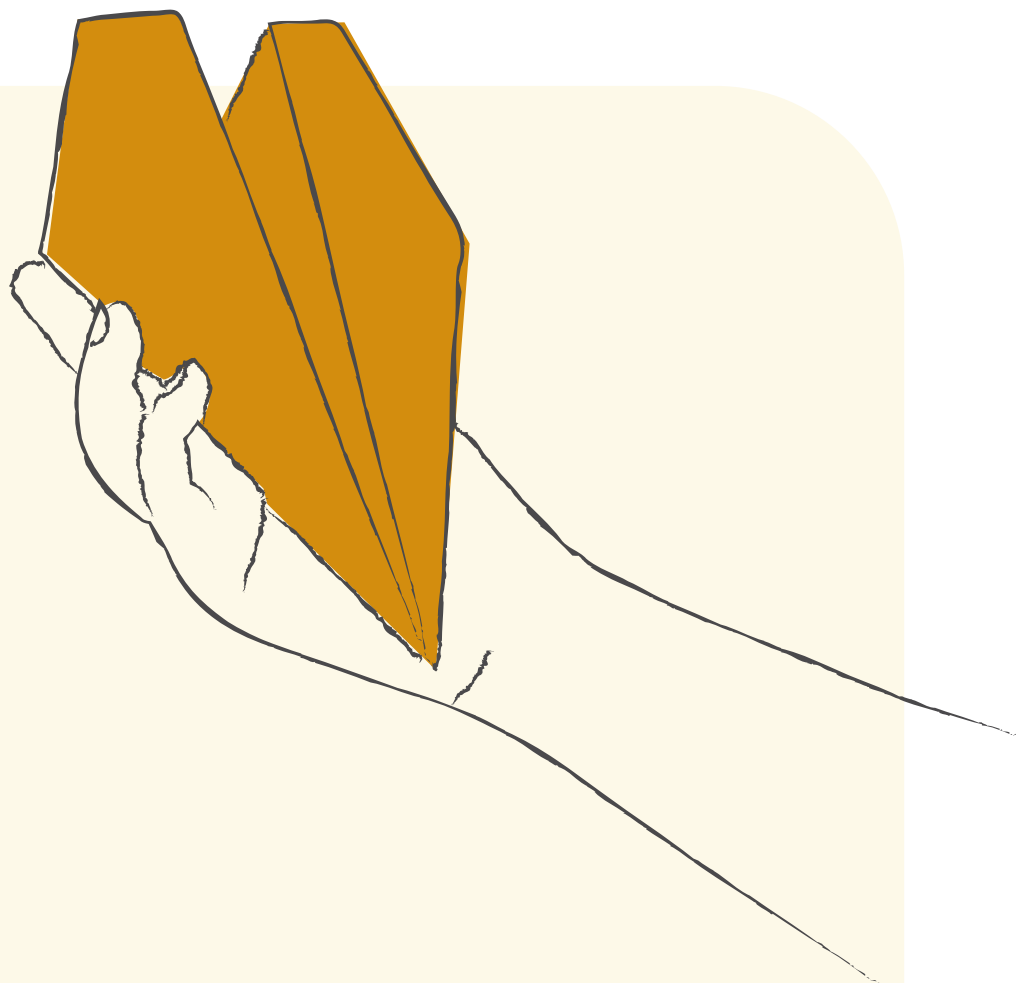
El mundo de las artes escénicas y musicales ha entrado en la nueva era de la globalización y modernización, por lo que los modelos de trabajo deben de estar “acorde” con las estrategias que plantea la industria del entretenimiento (la cual vende productos más que propuestas artísticas). Desde que se empezó a desarrollar esta industria se ha incrementado su valor por los altos ingresos que generan año con año: conciertos masivos, espectáculos deportivos y de recreación, etc.

De hecho, este campo siempre ha sido considerado como un nido para la creatividad y la innovación para el desarrollo de nuevas prácticas y formas de expresión. Hoy en día, dichas habilidades se están convirtiendo en importantes recursos en el mercado asociado con el desarrollo y el potencial de la cultura e industria creativa. La movilidad de los artistas se considera crucial para alimentar este mercado creativo.

En la publicación de 2020, *Re | Pensar las políticas para la creatividad. Plantear la cultura como un bien público global*,¹⁰ de la Unesco, se le da un seguimiento a las políticas y medidas que surgieron de la convención de 2005. Entre estas políticas se encuentran aquellas relacionadas con la movilidad y, a pesar de que se habla de un crecimiento, lo cierto es que existe la necesidad de que se adopten mayores compromisos por parte de los países.

NOTAS AL PIE DE PÁGINA

- ¹ Staines, J. (2009). *International mobility and networking*. Published by Russian Theatre Union and Seeds of Imagination.
- ² Centro Nacional de las Artes de Canadá: <http://www.artsalive.ca/en/>
- ³ Farinha, C. (2012). *Bound to mobility: the building up of a performing arts community in the European Union*. Facultad de Letras de la Universidad de Porto.
- ⁴ Euro-Lex Access to European Union Law: <https://eur-lex.europa.eu/homepage.html?locale=es>
- ⁵ Mercado Común del Sur – MERCOSUR: <https://www.mercosur.int/>
- ⁶ Pellegrino, G. (2013). *Queja uruguaya: Argentina le exige visa a sus artistas*. El Clarín Sitio en: http://www.clarin.com/politica/Queja-uruguay-Argentina-exige-artistas_0_1011498868.html
- ⁷ Instituto Nacional de las Artes Escénicas y de la Música. (2010). *La movilidad de artistas y producciones de artes escénicas y música en la unión europea. Reunión de Directores Generales y responsables de artes escénicas y música de los Ministerios de Cultura de los países miembros de la Unión Europea*. Madrid, España.: Ministerio de Cultura.
- ⁸ Castells, M. (2001). *La era de la información. Volumen II, El poder de la identidad*, Siglo Veintiuno Editores.
- ⁹ Poláček, R. (2010). *Artists Moving and Learning, National Report – Belgium*. Prepared by Mediana Consulting and Project Managment.
- ¹⁰ San Cristobal, B. (2022) *Re | pensar las políticas para la creatividad. Plantear la cultura como un bien público global*, Unesco.



Tripulación

Participantes en la movilidad artística

El sistema de movilidad artística internacional no es muy conocido. Tampoco hay mucha bibliografía que describa las características de cada uno de los participantes y cómo es que pueden interactuar entre ellos. Definir esto es importante; muchos profesionales de las artes escénicas y musicales desean internacionalizar sus proyectos y, al tener una idea más clara de cómo se manejan, lograrán sus objetivos de manera más profesional y con mejores resultados.

El sector está dividido en tres grandes áreas: exportadores, importadores y facilitadores. Cada uno de ellos puede pertenecer a entidades privadas, públicas o mixtas. Durante el proceso interactuarán para obtener mejores resultados.

EXPORTADORES

Un exportador es una persona dedicada a la internacionalización de productos y servicios. Puede ser parte de una empresa o trabajar como agente independiente, asimismo debe conocer el comportamiento de las economías exteriores o, por lo menos, a la que se quiere dirigir. Su meta es abrir mercados internacionales mediante la coordinación, planificación y desarrollo de las acciones pertinentes para conseguir los objetivos acordados. La empresa de consultoría GBS Recursos Humanos describe el perfil como:

Una persona comprometida, orientada a resultados, autónoma y acostumbrada a trabajar en equipo. Con habilidad claramente comercial y capacidad de interlocución adecuada para el trato con los clientes.¹¹

Además, requiere contar con conocimientos de técnicas de venta y negociación, conocimientos técnicos del producto o servicio y manejo de idiomas.

Este es el perfil que debe tener una persona dedicada a la exportación comercial; como se ha visto antes, trabajar con el arte y la cultura es mucho más complejo. Un buen exportador de artes escénicas tiene que contar con sensibilidad artística y entender a la perfección no solo el estilo o género en el cual trabaja, sino también el trabajo del artista y el público al cual va dirigido.

Por otra parte, es importante que sepa el tipo de agrupación que está manejando, ya que podemos encontrar grupos artísticos independientes (la gran mayoría) y aquellos que representan a alguna institución, como el caso de las compañías nacionales de teatro o danza y las orquestas nacionales. Aunque las dos buscarán llegar a un mercado extranjero, los motivos serán distintos. Un grupo privado o independiente crea sus obras con mayor libertad y no está regido bajo ninguna política, por lo que presenta su trabajo en los espacios que crea más convenientes, sin importar su ideología política. En cambio, un grupo artístico institucional desarrollará sus programas, en parte ajustándose a las políticas públicas del gobierno, por lo que en su viaje deberán cuidar con mayor énfasis la diplomacia cultural.



En el área de las artes escénicas no hay profesionales que se dediquen a abrir nuevos mercados, por lo que los exportadores son todos aquellos que trabajan de forma directa con algún grupo artístico y dentro de sus metas está la internacionalización. Lo anterior hace referencia a los directores y/o gestores de compañías artísticas, gerentes de orquestas, coordinadores de grupos artísticos, etc. En países anglosajones se refieren a ellos como *artist manager* o *personal manager*. Rafael Luna Pimentel, Gerente Artístico de la Orquesta de Cámara de Bellas Artes (INBA), sugiere que los encargados de administrar y dirigir a un grupo necesitan ser personas preparadas para esa función, ya que deben emplearse técnicas modernas, como las que desempeñan promotores culturales dando buenos resultados. Su trabajo es la de representar al artista o grupo artístico en todas las áreas, al mismo tiempo los guía hacia las mejores decisiones logísticas y financieras. Este rol se extiende a presentaciones nacionales, publicaciones, actividades promocionales, giras internacionales, etc.

También deberá asegurar de manera más efectiva aquellas actividades que se traduzcan en valor a corto, mediano y largo plazo, a través de una buena administración. Por lo mismo, necesita garantizar que el acto que representa se encuentra terminado y cuenta con la calidad necesaria para poder presentarse en el extranjero.

Lorena Martínez Mier, gestora cultural mexicana, quien cuenta con una amplia carrera dentro del sector (y que en el momento en que realicé mi tesis era la gestora de la compañía mexicana de Seña y Verbo: Teatro de Sordos), me habló de tres aspectos importantes que debe de tener un exportador:

Idioma: Es muy importante dominar otros idiomas o por lo menos inglés. No basta con que el gestor lo sepa, se trata de que toda la compañía lo haga. Esto es, traducir todo el material promocional como carpetas, videos, etc., al idioma del país de destino.

Curiosidad: Se refiere a tener la habilidad de investigar y de querer crecer. Si un gestor no quiere o no tiene ganas de internacionalizar su trabajo no lo hará, a menos que sea una persona curiosa.

Ventas: Es necesario contar con conocimiento de ventas ya que eleva la calidad de la propuesta. Si no se sabe acercar a los posibles interesados con una buena estrategia de ventas, es probable que se fracase. No se trata de solo dar una función en un festival, es saber mover la propuesta en diferentes ciudades del país que se visita.

Por otro lado, las acciones que se deben tener en cuenta para exportar su trabajo son planificación, organización y control:

Planificación: Debe identificar metas puntuales, las cuales se realizan a menudo colaborando con las partes interesadas para desarrollar una serie de pasos lógicos para alcanzarlas. Para poder realizar una buena planificación de movilidad, se pueden considerar las siguientes preguntas que sugiere Paul Allen, representante artístico estadounidense y autor del libro *Artist Management for the Music Business*:

*La planificación es identificar dónde quieres ir y para ello se pueden contestar las siguientes preguntas: ¿por qué se quiere ir allí?, ¿cómo se va a llegar allí?, ¿qué es lo que se necesita para llegar allí? y ¿cómo se va a saber si se llegó allí o no?*¹²

Organización: La diferencia que existe entre planificar y organizar es que la primera se realiza viendo al futuro, mientras que para organizar se realizará con los recursos que se cuentan en un momento determinado. El gestor deberá darle el tiempo necesario a cada ítem para que el plan que se estableció dé buenos resultados, ya sean recursos materiales o financieros. Una vez que se tengan todos los elementos que conforman la movilidad, es su deber organizarlos para que puedan ser aprovechados en tiempo y forma.

Dirección: El trabajo de un gestor en este rubro consiste en tomar los recursos necesarios para alcanzar las metas y utilizarlos de manera eficiente para lograr el éxito. Esto significa que coordina las energías de las personas que trabajan hacia la meta. La movilidad artística no es algo sencillo y se necesita una persona que dirija al equipo.

Control: El gestor debe desarrollar planes estratégicos y ser realista en lo que cree que serán capaces de controlar, pero también significa que deben ser lo suficientemente flexibles en sus encuentros con la realidad para adaptarse a las circunstancias.

El área de las artes escénicas, a diferencia de los espectáculos comerciales, cuenta con un apoyo económico muy limitado. Se requiere que los gestores y directores de los grupos artísticos cuenten con un enfoque proactivo para encontrar apoyo, tanto de los privados como de becas y apoyos internacionales. Es por esto que la calidad del proyecto deberá de ser igual o superior a las mejores propuestas de su país.

Desde el punto de vista del exportador, los beneficios de esta actividad, como una estrategia de crecimiento para un grupo o artista individual, pueden ser más artísticos y sociales que económicos. Una vez que se ha consolidado su trabajo en otros países, los beneficios financieros podrán llegar ya que habrá mayores oportunidades en otros países y en el propio, como lo explicó Lorena Martínez Mier:

A partir de que haces una salida o dos empiezas a conectar con personalidades importantes para tu carrera invitándolos a tus funciones. Eso hace una bola de nieve, ya que puedes hacer que te inviten a otros lados y logres expandir tu red.

Por otro lado, está el aprendizaje. En Seña y Verbo fuimos a Suecia y ellos hacen un teatro muy distinto al nuestro, nosotros lo hacemos bilingüe y ellos hacen teatro para público sordo, nada más de señas, y con un modelo de producción completamente diferente, eso te abre la mente.

BOOKING

Un ejemplo de otro actor que entra dentro de los exportadores son las agencias de contratación (*booking* o *bookers*), los cuales tienen la función de vender presentaciones de espectáculos escénicos. No realizan la tarea del productor o del gestor, sino que les presenta la propuesta a posibles programadores para que estos compren fechas.

La existencia de este tipo de profesionales es casi nula dentro de las artes escénicas latinoamericanas. Por lo general, este trabajo lo realiza el mismo gestor o director, pero debemos saber distinguir que las actividades que realizan son propias de una sola persona.

Este tipo de profesionales se han desarrollado en la industria de la música comercial, pero desde hace algunas décadas se han empezado a crear agencias especializadas en artes escénicas, tanto en Estados Unidos y Europa, las cuales están dedicadas en su gran mayoría a vender presentaciones de los grupos artísticos que representan. Así pues, trabajan muy de cerca con el gestor o director del grupo para coordinar un calendario de presentaciones.

El *booker* deberá conocer muy bien la propuesta a vender, desde la parte logística-técnica hasta las expectativas financieras de la compañía. Toda esta información deberá estar disponible en una carpeta.

Un *booker* ganará sus honorarios por medio de cargarle un porcentaje a los montos totales del grupo artístico (generalmente del 10 % al 20 %).

Una vez que cuenta con la información necesaria, se acercará a programadores y directores de teatros, foros, etc., para presentarles la propuesta. Es su trabajo negociar el acuerdo con el promotor basándose en lo que conoce sobre el posible espacio donde se presentará, la ciudad y en la relación que tenga con los posibles interesados. Esto es muy importante porque un buen *booker* es aquel que tiene una base considerable de contactos.

Para poder organizar una gira deberá tener en cuenta asuntos geográficos y de temporada, así como de la competencia. Por ejemplo, si se acordó la presentación de un grupo europeo en Chile en el mes de septiembre, pero en abril debe ir a Brasil, es mejor tratar de buscar fechas para ese mismo periodo, pues de esa manera se abarata el costo del traslado aéreo al dividir el precio entre dos países. En cambio, si tiene que regresar a Europa y después a Sudamérica, el promotor tendrá que pagar el vuelo completo.

También es determinante tener en cuenta las temporadas, ya que hay ciertas épocas del año en que los países tienen más actividad y el evento que se está tratando de vender puede chocar con alguno de estos, provocando la poca asistencia y factibilidad de la compra del espectáculo. Por mencionar un ejemplo, las estaciones del año son diferentes entre el norte y el sur del planeta. A primera vista, no parecería un problema, mientras que en México

es verano, para los países sudamericanos, como Chile o Argentina, es invierno, pero se debe de considerar que, en estos países, durante los meses de frío, la actividad cultural disminuye (aunque nunca para) por lo que encontrar opciones de presentaciones será un poco más complicado. Una vez que el agente ha podido interesar a varios programadores, se contactará con el *manager* del grupo para que apruebe la gira.

La relevancia de estos profesionales es que facilitarán el trabajo de internacionalización a los grupos artísticos, ya que ellos cuentan con una red de contactos en los países en donde trabaja y además conocen cómo se mueve la escena artística en dicho país. De esta manera, el manager ahorrará tiempo y esfuerzo en buscar estos mercados.

IMPORTADORES

Los importadores son profesionales que compran productos o servicios del extranjero para poder revenderlos en su propio país. Pueden ser *freelancers* o trabajar para una compañía. Tanto las personas físicas, empresas micros y pymes, pueden importar productos, pero el trabajo requiere tiempo, preparación y un proceso de aprendizaje y esfuerzo por la parte importadora.

En el portal mexicano www.comercioyaduanas.com.mx señalan que la decisión de importar surge por dos razones:

Por la escasez de producción de un cierto producto en el mercado y el bajo costo económico de importar ante costos altos de producción o comercialización en el país.¹³

En el arte y la cultura, la decisión de importar no se debe a la escasez de producciones ni por el bajo costo que implica; al contrario, podrán existir propuestas nacionales muy interesantes, pero al presentar una obra extranjera se está dando la oportunidad a que el público conozca y se abra a otras culturas lo cual, para una sociedad, es fundamental.

La importación de producciones extranjeras se debe muchas veces a objetivos sociales más que económicos, ya que son pocas las ocasiones en que un importador llega a recuperar toda la inversión, en caso de que este la haya hecho. Las propuestas extranjeras suelen ser más caras, a diferencia de presentar las nacionales, como lo explicó Carmen Gloria Larenas:

A ningún teatro le trae beneficios económicos; hay más gastos que ingresos por lo general, pero eso es un hecho a la causa. Yo creo que, en nuestro caso, darle la oportunidad a la gente del país y de la región de ver espectáculos y propuestas artísticas que de otro modo no vería.

Los importadores de artes escénicas son programadores de teatros y foros, directores de centros culturales, directores de entidades culturales públicas, etc. Al igual que los exportadores, también deberán asegurar, de la manera más efectiva, actividades que se traduzcan en valor a corto, mediano y largo plazo, a través de una buena



administración. Tendrán que cerciorarse de que el acto que se quiere presentar cuenta con la calidad necesaria. Al mismo tiempo, su espacio deberá proporcionar la misma calidad para que la propuesta se ejecute sin problemas.

Roberto Mejía, quien fuera Gerente de la Coordinación Nacional de Música y Ópera del INBA, y Director de Operaciones en la Orquesta Filarmónica de la Ciudad de México, consideraba que un buen importador es aquel que conjuga varios tipos de experiencias, como la administración y el conocimiento general de distintas disciplinas artísticas, pero sobre todo, tiene la habilidad de negociar.

Al igual que los exportadores, las acciones de los importadores son las mismas, aunque vistas desde otra perspectiva:

Planificación: Se basará en la misión, la visión y los objetivos que tiene la organización en donde se desempeña. Por lo general, las instituciones planean con casi un año de anticipo, lo que programarán.

Organización: El importador deberá organizar, junto con el exportador, todos los requerimientos técnicos, logísticos y administrativos necesarios para poder llevar a cabo la propuesta. Por lo que tiene que existir una buena comunicación entre ambos, pues de ello dependerá en gran medida el éxito del proyecto.

Dirección: El importador direccionará su organización mediante un programa bien estructurado. Existen organizaciones que están más dirigidas a teatro, otras a danza, etc. Lo importante es mantener esa dirección en todas las propuestas que se presentan.

Podemos encontrar tres tipos de foros donde se ubiquen a los importadores: los privados, los públicos y los de financiamiento mixto. Cada uno tiene su propia razón de ser y su programación dependerá de su tipo de gestión. Además, se debe conocer qué tipo de entidad está importando la propuesta para saber de dónde viene su financiamiento, y en qué basan su manera de elegir su programación.

Las instituciones públicas están creadas para cumplir los objetivos sociales que se les ha marcado y estos últimos dependen de la política cultural de cada país o región. En el caso de México y Chile, la Secretaría de Cultura y el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio son los encargados de darles dirección. Dichos objetivos estarán enfocados hacia su comunidad y no hacia la rentabilidad económica.

Como ejemplo, está la misión del Instituto Nacional de Bellas Artes de México. A través de toda su infraestructura (teatros, escuelas artísticas, salas de concierto, etc.) tratan de llevar las artes escénicas a la población nacional:

Difundir y divulgar las artes, la literatura y el patrimonio artístico nacional; la educación y la investigación artística, la diversidad cultural y los derechos culturales en igualdad.

Dentro de sus objetivos se encuentra:

Mantener, impulsar, fortalecer y expandir un sistema nacional de formación artística, a fin de que el arte sea constitutivo de la formación integral de los mexicanos.

Posicionar al INBAL como una institución en pro del bienestar social a través del fomento, creación, estímulo, investigación y difusión del arte.

Y respecto a objetivos de apoyo a la movilidad:

Fomentar la interculturalidad artística con otros países.¹⁴

Por lo tanto, el tipo de propuestas responden a los lineamientos políticos que estén vigentes y con los países estratégicos en ese momento determinado. Por lo general, las temáticas no serán tan arriesgadas ya que deberán guardar ante todo la diplomacia cultural.

Los foros privados tienen otra visión y una distinta manera de gestionarse. Por las características de las mismas artes escénicas, estos géneros no cuentan con una gran cantidad de público. Tal vez se debe a que la sociedad tiene una preferencia por consumir productos más fáciles de digerir. Un ejemplo es la cantidad de público que llega a tener un concierto de música comercial comparada con un concierto de música clásica. El musicólogo británico, Julian Johnson, en su libro *Who Needs Classical Music? Cultural Choice and Musical Value*, habla acerca de esta diferencia y por qué se ha distanciado del público:

Mi argumento es que la música culta sugiere un grado de elaboración y riqueza de significado que sólo supera nuestro uso habitual de ellos, pero también implica una oposición a los usos a los que a menudo se exponen.¹⁵

Con esto nos da a entender que, en la sociedad moderna, la industria de la música comercial ha tomado un papel crucial; sus productos están creados para momentos de distracción, el material es mínimo y no se logran elaborar significados complejos. En cambio, en la música clásica o académica es necesaria una mayor cantidad de concentración para entender su mensaje. Esto ha provocado que su público objetivo sea mucho menor y elitista. Pero la música no es un caso único, sino que es un reflejo de lo que está sucediendo con las artes escénicas en general. De acuerdo a lo anterior, la labor de movilidad artística es más compleja, ya que no se cuentan con los apoyos suficientes.

Además del financiamiento privado y el público, existen los espacios que cuentan con financiamiento mixto (privado y público), como las corporaciones culturales, teatros y auditorios. Así ocurre con el Teatro Municipal de Santiago, el recinto más importante de artes escénicas en Chile. Dentro de los patrocinadores del teatro están entidades públicas: el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, la Municipalidad de Santiago, Vitacura, etc., y por parte de las empresas privadas están: Aguas Andinas, Falabella, entre otros. Bajo este esquema es

posible que se financie la presencia de un director huésped, una cantante o bailarines extranjeros. Otro ejemplo es el Festival de Jazz de Providencia, el cual es financiado por la Corporación Cultural de Providencia, siguiendo el sistema anterior. De esta manera, se han podido presentar bandas de diversos países.

Por lo tanto, los foros que pueden o quieren llegar a tener programación internacional deberán basar sus objetivos en presentar propuestas muy llamativas, con el propósito de generar recursos, o bien, recurrir a otros tipos de financiamiento como públicos o mecenazgo, en el caso de empresas o fundaciones.

Un buen importador o promotor sabrá escoger los proyectos no sólo por su calidad, sino por la sustentabilidad, el alcance y desarrollo que pueda tener esa sala y que es capaz de demostrar que hay una continuidad y calidad en sus programaciones. Los espectáculos presentados deben financiar los gastos de la obra, y asumir los gastos operacionales y administrativos. El director, por lo tanto, ofrecerá cierta estabilidad al personal mediante la continuidad de programación, ya que es fundamental para el desarrollo de la sala

Con base en lo ya expuesto, le pregunté a Carmen Gloria Larenas si es necesario que un importador tenga algunas características en específico. Su respuesta fue:

Más que competencia o perfil es saber el contexto de por qué se les trae y saber cuál es el aporte concreto, más que tener a un gran artista que siempre es una experiencia, pero cuál es el otro aporte, cuál es la otra actividad que puede realizar, por qué tiene lógica presentarse en este lugar, por qué no tiene lógica, por qué escogió uno y no otro. Siempre tener una cierta coherencia.

FESTIVALES INTERNACIONALES

Presentar una propuesta artística nueva en otro país llega a ser un gran reto, pues no es un proyecto conocido. Por lo regular, los teatros o instituciones cuentan con cierto presupuesto para presentar artistas extranjeros en su sede y, por lo general, se contratan propuestas que tienen un éxito comprobado. Son pocos los foros que se arriesgan a presentar una propuesta sin mucho conocimiento de cómo reaccionará el público debido al costo beneficio. Pero eso no significa que sea imposible llevar nuevas propuestas.

Los festivales son los mejores escenarios para mostrar proyectos internacionales. Una de sus funciones es precisamente exponer nuevas propuestas o que cuenten con un éxito comprobado en su país de origen; es decir, si no fuera por los festivales, la comunidad internacional no tendría la oportunidad de verlos.

Dentro de los festivales podemos encontrar los multiculturales, donde se exhiben distintas propuestas de artes escénicas (teatro, danza, música, circo, etc.), y los especializados. Generalmente, la iniciativa para organizar un festival proviene del sector público, y en algunas ocasiones se deben a celebraciones de carácter nacional, para honrar a los héroes o acontecimientos pasados. Este tipo de macro eventos son creados por iniciativa y aporte

gubernamental, pero también pueden participar empresas privadas, ya que su impacto va mucho más allá del artístico. La administración de los festivales puede ser centralizada, con presupuesto público, o descentralizada, con comités interdisciplinarios.

Por medio de los festivales, las comunidades entran en contacto con su sentido de identidad; además de que es un generador de empleo, inversión y desarrollo económico. La misma comunidad, así como el resto del público, se ven beneficiadas con las expresiones que se presentan en los escenarios. Un festival de renombre crea un impacto importante para la localidad en donde se genera.

Los festivales culturales se han vuelto grandes ventanas de la escena cultural actual. Su relevancia es tanta que muchos países crean este tipo de eventos como estrategia turística, e intentan que haya más de uno en sus ciudades.

El impacto de los festivales se nota en diferentes aspectos. En lo social, aportan al desarrollo personal mediante el acercamiento de expresiones artísticas y visiones del mundo a las personas. En el aspecto comunitario, el beneficio se da al realizar actividades en donde se pueden reunir las personas en un marco de cordialidad, esto es, son un generador de identidad.

El efecto que tiene sobre la cultura es también fundamental, ya que por medio de estos eventos es posible hacer llegar propuestas artísticas que de otra manera no se podrían llevar a cabo. En cada emisión de un festival, se trata de innovar y superar las expectativas de la versión anterior, tanto las propuestas por los organizadores, como las de los grupos artísticos que se presentan. Un festival será la cara del país ante los visitantes y para los grupos invitados. Al mismo tiempo, también representa un reto para ellos estar al nivel del festival.

Otro impacto que generan es en el sector turístico, ya que estos desempeñan una serie de funciones esenciales en una ciudad o región, como se describe en el libro *Festival and Events Management an international arts and culture perspective*, editado por la empresa británica Routledge:

Son creadores de imágenes, animadores de atracciones estáticas y catalizadores para un mayor desarrollo. Se los puede ver minimizar los impactos negativos de las visitas en masa y fomentar mejores relaciones anfitrión-huésped.¹⁶

Los festivales pueden alargar la temporada alta de turistas, extenderla o crear una nueva temporada en la vida de una comunidad.

Hasta aquí, podemos ver gráficamente la relación entre exportadores e importadores de la siguiente manera:



FACILITADORES

Los facilitadores son organismos públicos o privados que ayudan, tanto al exportador como al importador, a movilizar las propuestas y trabajos creativos. Estos apoyos son financieros, administrativos, de conexión o simplemente moral. Todo dependerá de quién sea la organización que lo dé.

SECRETARÍAS O MINISTERIOS DE RELACIONES EXTERIORES

Estas instituciones tienen como función conducir la política exterior de un país mediante acuerdos de cooperación internacional de todo tipo. Entre los asuntos que tratan están los económicos, políticos, de seguridad, culturales, etc. Dentro del organigrama se encuentran las Direcciones de Cultura que tienen como objetivo crear lineamientos y estrategias para mostrar y fortalecer la cultura de nacional en otros países, además de crear alianzas de cooperación. Por ejemplo, la Secretaría de Relaciones Exteriores de México cuenta con el órgano desconcentrado llamado Agencia Mexicana de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AMEXCID). Dicho órgano cuenta a su vez con la Dirección General de Cooperación Educativa y Cultural, quienes se encargan de ver todos los temas artísticos:

Para la AMEXCID la cultura es un componente esencial del desarrollo y una herramienta de la política exterior. A través de nuestras Representaciones de México en el Exterior, la AMEXCID contribuye al posicionamiento de la cultura mexicana e industrias creativas con el fin de fortalecer la imagen de México, impulsar el turismo, promover el entendimiento entre sociedades y contribuir al desarrollo integral.¹⁷

En el caso de Chile, el Ministerio de Relaciones Exteriores cuenta con la División de las Culturas, las Artes, el Patrimonio y Diplomacia Pública (DIRAC). Esta división tiene diferentes departamentos, todos ellos relacionados con el quehacer cultural del país. Patricia Lobos, la Coordinadora de Artes Escénicas, me comentó acerca de la función de la DIRAC en el proceso del intercambio internacional:

Está muy bien definido el papel de facilitador, es decir, como oficina que depende y está estrictamente vinculada a las políticas internas del Ministerio de Relaciones Exteriores (y no a las del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio). Nosotros debemos estar atentos a qué políticas se promueven desde el Ministerio. Por ejemplo, las que se crean anualmente o las que tenemos de manera activa y de participación en determinadas partes regionales del mundo, las cuales son prioridad para el Ministerio.

En el caso concreto de la oficina de artes escénicas, el tema primordial y vigente son las relaciones diplomáticas con Bolivia, Perú y Argentina, ya que son nuestras regiones limítrofes. Esto es por la alianza cultural existente, el tema identitario que es sumamente importante, pero principalmente por la descompresión que surge a través de la cultura, del intercambio cultural de las artes y de las relaciones diplomáticas. Con esto hay un acercamiento y afianzamiento de mayor profundidad con temas de sensibilidad, como son ahora los temas fronterizos.

Hubo un año, durante el mandato del presidente Patricio Aylwin, en que justamente se hizo una innovación respecto a toda la política económica nacional con Europa, ahí el acento del Ministerio, a través de esta oficina, era impulsar los vínculos internacionales con Francia, España, Italia, Reino Unido que de pronto no se ven tan expeditos como con Latinoamérica.

Patricia me comentó una anécdota donde se muestra la importancia de acercarse a este tipo de instituciones, en caso de llevar arte a otros países. Fue cuando se llevó a Venezuela una muestra plástica y dentro de las obras había una donde aparecía Bolívar con senos. Esto provocó una enorme controversia, pero por fortuna, las relaciones entre Chile y Venezuela siempre han sido muy buenas así que no pasó a mayores. Pero con países con los que tiene una mayor sensibilidad se cuida y se protegen de tal manera que se lleve lo mejor de Chile.

Este tipo de direcciones cuentan con dos maneras de apoyar la movilidad artística (siempre y cuando estén alineadas con las políticas al exterior). La primera es mediante la difusión y la creación de lazos de apoyo, entre los artistas o compañías y agentes públicos y privados interesados en apoyar el proyecto. La segunda es mediante la creación de apoyos para residencias artísticas, becas académicas o giras internacionales. En el caso de México, la Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE) cuenta con diversos apoyos para mexicanos que quieren realizar alguna actividad en países con los que se tenga acuerdos de cooperación internacional, o para extranjeros que quieren realizar alguna actividad en el país.

En el caso de Chile, la División de las Culturas, las Artes, el Patrimonio y la Diplomacia Pública (DIRAC) cuenta con el Concurso de Proyectos Culturales en el Exterior, donde el grupo o artista beneficiado es apoyado con hasta un 75 % del costo total del proyecto. Pero independientemente de este concurso, se pueden apoyar proyectos que vienen con la orden del Director General de la DIRAC. Patricia Lobos me comentó al respecto:



Este tipo de proyectos se arman a niveles de gobierno, como la participación de la presidencia en alguna actividad cultural oficial. Un ejemplo es el apoyo que se le dio a una representación artística que acompañó a la expresidenta Bachelet a Brasil por el mundial de fútbol que se celebró en ese país. Se tratan de macro eventos como bienales y que la DIRAC participa elaborando un proyecto o recibiendo propuestas. En este caso, el proyecto debe de estar completo y con temporada comprobada.

Otro ejemplo fue la participación de un grupo artístico que estuvo invitado a un festival en Francia para representar a Chile. El grupo no entró en el concurso, pero la propuesta llegó con mucha antelación y el evento fue muy importante a nivel internacional por lo que se consideró y se fue atendiendo el presupuesto poco a poco.

Estas direcciones no trabajan solas, cuentan con aliados estratégicos para poder tener mayores apoyos. El Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio y la Fundación Santiago a Mil son los principales aliados de la DIRAC.

Otro ejemplo es Argentina que, a través de la Dirección de Asuntos Culturales del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto, cuenta con el programa Cultura Argentina al Mundo y tienen como objetivos:

- *Estimular la proyección de los y las artistas y profesionales de la cultura argentinos/as en el exterior.*
- *Favorecer la representación de la diversidad cultural argentina en el exterior.*
- *Garantizar la equidad de género y de diversidades sexogénericas en la presencia de la cultura argentina en el exterior.*
- *Impulsar una representación cultural federal en el exterior.*
- *Incrementar la presencia y proyección internacional de artistas y profesionales de la cultura emergentes.¹⁸*

Es importante señalar que si un grupo artístico viaja al extranjero se lo haga saber a la Dirección Cultural de Asuntos Internacionales, para que se puedan generar los lazos con la embajada correspondiente y con demás organismos con los que tienen relación, los cuales servirán de apoyo en cualquier eventualidad que surja.

EMBAJADAS

Una embajada es una representación diplomática de un país en otro. A través de esta, se emite información relevante de su gobierno al gobierno de residencia. Además, promueve la cultura, la economía y los avances científicos del país de origen. En algunos casos, realizan labores de administración pública como emisión de

pasaportes, visas, asistencia y protección a sus compatriotas, etc., pero esto solo sucede cuando no tiene una sección consular. Estas oficinas dependen directamente de las Secretarías o Ministerios de Relaciones Exteriores.

Las embajadas cuentan con un embajador y con diferentes agregadurías las cuales tienen la función de representar el área en la que se les nombre, como por ejemplo el agregado/a militar, o en nuestro caso el agregado/a cultural. Se pueden encontrar casos en que el agregado cultural también tenga otras funciones o nombramientos, como Agregado Cultural y de Cooperación Técnica y Científica, esto dependerá de cada país.

Sobre esto, existen algunas excepciones como el de Bélgica, el cual es un país que está dividido en 3 regiones: la zona de habla flamenca, la zona de Valonia (de habla francesa) y la comunidad germanoparlante (de habla alemán). Las tres culturas conviven en un mismo territorio, pero en el exterior puede ser diferente.

La labor que desempeña un agregado cultural es la de promover y difundir las manifestaciones artísticas y culturales de su país en el lugar de residencia. Para ello, tendrá que hacer uso de la diplomacia cultural la cual entendemos como:

Un curso de acciones, que se basan en y utilizan el intercambio de ideas, valores, tradiciones y otros aspectos de la cultura o la identidad, ya sea para fortalecer las relaciones, mejorar la cooperación socio-cultural o promover los intereses nacionales; La diplomacia cultural puede ser practicada por el sector público, el sector privado o la sociedad civil.¹⁹

Estas acciones pueden ser actividades como encuentros y mesas de diálogo con sus pares u otras instituciones culturales de dicho país, además de crear convenios y programas de intercambio artístico y educativo.

Respecto a lo anterior, se rescata lo ya mencionado por Patricia Lobos, sobre el actual énfasis por crear proyectos con los países vecinos, por la sensibilidad del tema fronterizo.

Las funciones dependerán de cada país. Esto me lo explicó Eduardo Cruz Vázquez, analista del sector cultural, exdiplomático cultural y gestor cultural mexicano:

No es lo mismo ser un agregado cultural en Alemania que en Japón, no es lo mismo desplegar una política exhaustiva de trabajo en Estados Unidos en donde hay muchos intereses mexicanos y muchas comunidades hispanohablantes que hacerlo en Haití, entonces, hay gradualidades en su desempeño.

Eduardo Cruz también mencionó que el perfil del diplomático cultural debe de contar con una formación interdisciplinaria, que sea capaz de entender desde las ciencias duras hasta la filosofía. Se refiere a que el Agregado Cultural no debe de ser solo un experto en artes o disciplinas tradicionales, como la antropología o la sociología, sino que deberá ser multifacético y tener la capacidad de ver las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas que tiene su país frente a otra economía e historia cultural:

Un diplomático es una persona que por sus propias capacidades y méritos puede interactuar a partir de sus propios conocimientos. No es solo un operativo de alguna política pública o de una orden de trabajo que se tiene que establecer, sino que debe de tener la capacidad de incorporarse a la comunidad cultural. Tiene que tener conocimientos de planeación estratégica, diseño de proyectos, planear y ejecutar un presupuesto, prever las necesidades financieras, hacer uso eficiente de los recursos que le da su institución y las instituciones con las que establece relaciones.

Además de lo anterior, también considera que los encargados de este puesto deberán de tener nociones empresariales y que operen como agentes que puedan ayudar a estimular el intercambio económico dentro de su campo.

La realidad es que no siempre los agregados culturales tienen estos conocimientos o herramientas. Llegan a ser artistas que, por su trayectoria, se les invita a formar parte del cuerpo diplomático en algún país y, en muchos casos, no cuentan con conocimientos de diplomacia y gestión cultural. Con esto se corre el peligro de que solo acepte el cargo para difundir su propia obra o para apoyar a un cierto gremio artístico.

Al igual que las Secretarías o Ministerios de Relaciones Exteriores, las Embajadas pueden apoyar económicamente proyectos artísticos mediante concursos donde ponen a disposición una cantidad no muy grande de recursos.

Como se puede ver, tanto las Secretarías y Ministerios de Relaciones Exteriores y las Embajadas cuentan con programas culturales independientes a los de los Consejos y Ministerios de cultura de cada país. Esto es porque responden a las acciones de la política exterior que tenga cada uno enfatizando sus esfuerzos y recursos.

El apoyo que puede ofrecer este tipo de instituciones no es siempre del tipo económico, ya que no cuentan con recursos suficientes para apoyar muchos proyectos. Los casos cuando llega a otorgarlos son proyectos que realmente le benefician como querer fortalecer su presencia en el extranjero. Esto le permitirá al estado velar por los intereses nacionales e incrementar la proyección de los mexicanos en el exterior, y acabar o disminuir problemáticas que le impiden el crecimiento a los interesados, tales como:

- Crecimiento de la población.
- Reconocimiento de nuestra diversidad regional, social y étnica.
- Discriminación de hispano-parlantes.

El gestor cultural húngaro, András Török, en la conferencia *SICA Artists on the Move*,²⁰ en Rotterdam (2004) se refirió a tres tipos de programas gubernamentales para la movilidad artística:

Egoístas: Este tipo de programas tienen un propósito exclusivamente gubernamental para promover su nación por sobre el país anfitrión. Se apoyan proyectos que no representan riesgo y no prestan atención al contexto cultural. Se prioriza la agenda más que la propuesta.

Semiegoístas: Este tipo de programas también velan por los intereses políticos del país, pero por otro lado se busca un beneficio para la comunidad artística, ya sea fondos para intercambios bilaterales, difusión, etc.

Desinteresados: Para Török, este tipo de programas son muy poco comunes y son aquellos cuyo principal interés se inclina hacia la circulación de los artistas y de su trabajo, más que por atender una agenda política.

De acuerdo con Eduardo Cruz, las embajadas y agregados culturales intervienen cada vez menos en la movilidad porque la dinámica mundial prescindió de ellos. Es decir, a partir de la globalización, las conexiones entre países son más fáciles. Además, se pueden mover muchos más intereses económicos porque no pasa por la censura del estado.

También es cierto que las embajadas pueden conservar un valor importante para un circuito de intercambio, en el que es necesaria esa intervención porque abre puertas, gestiona y facilita el diálogo. En sí, su desempeño es facilitar a los otros el encuentro y no financiarlos. Sin embargo, esta tarea se va disminuyendo y el agregado va a seguir siendo un promotor muy restringido, si no se le cambia la figura de un intercambio suscrito a una agenda bilateral y con escasa movilidad hacia otros sectores sociales. Muchos proyectos buscan financiamiento y no la mediación del embajador o agregado, por lo que este papel se ha visto disminuido pues no se ha querido cambiar la figura.

OTRAS REPRESENTACIONES EXTRANJERAS OFICIALES

Hay algunos países que cuentan con centros culturales y educativos, los cuales son representaciones oficiales del sector cultural. Su forma de gestión dependerá de la institución que los administre, ya que en algunos casos será el Ministerio de Relaciones Exteriores y en otras la Secretaría o Ministerio de Cultura. También de esto dependerá el tipo de apoyo que pueda brindar a los interesados. Por lo general, no cuentan con programas para promover intercambios de grupos artísticos del país local hacia el que representan, sino al revés, es decir: programas que ayudan a grupos artísticos de su país para que se presenten en el extranjero, como parte de su labor de promover la cultura propia. Entre estas organizaciones están los casos de los Centros Culturales de España y el British Council.

Los Centros Culturales de España son organismos que se encuentran en algunos países de América Latina y África, que forman parte de una red creada por la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID). Lily Duffau, coordinadora de programación del Centro Cultural de España en Chile, me comentó que este organismo tiene tres líneas de acción:

Cooperación Cultural: Su objetivo es apoyar el desarrollo local con diversos proyectos de colaboración institucional y académica.

Promoción Cultural: Su objetivo es promocionar la cultura española en los distintos países.

Cultura para el desarrollo: Este es un programa estratégico sobre cómo influye en el impacto que tiene la cultura en el desarrollo de ese país. Se basa en pautas de gran fundamento para el trabajo de planificación que tienen los centros culturales que abarcan la dimensión económica, el impacto de la comunicación en el desarrollo, la sustentabilidad del patrimonio, la educación y los derechos culturales.

Estos centros no solo se pueden encontrar en países subdesarrollados, sino en países receptores de cooperación. Esto significa que existen índices considerables de pobreza para que el gobierno español pueda cooperar con el gobierno local en distintos proyectos fundamentales para su desarrollo.

Como se mencionó, una de las líneas de acción es la de promoción y al igual que cualquier agregaduría, o consejería cultural, también son responsables de difundir otras actividades aparte de las que se producen dentro del complejo cultural (puesto que cuentan con espacios para hacer presentaciones artísticas):

Nuestro rol es hacernos responsables de difundir no sólo nuestras actividades sino también de cualquier artista español que tenemos el conocimiento que vendrá, propiciando encuentros, contactos. Están llegando muchos españoles con muchas preguntas y tenemos que apoyar esa oleada cultural de gente alimentando nuevos públicos diversificando la oferta, además de programar también la difusión.

Por otro lado, está el *British Council*, institución que se encuentra en varios países. Para conocerlos mejor, entrevisté a Alejandra Szczepaniak, quien era *Arts Manager* del *British Council* en Chile:

Es una entidad bilateral sin fines de lucro registrada en el Reino Unido y que en Chile funciona como si fuéramos agentes culturales. Estamos financiados por una parte por el gobierno del Reino Unido y otro tanto, por el British Council a través de los Teaching Centers que se encuentran en diferentes partes del mundo.

La diferencia que existe entre esta institución con sus similares (*Goethe-Institut*, Centro Cultural de España, Alianza Francesa, etc.) es que las representaciones del *British Council* no cuentan con una infraestructura para generar actividades, como conciertos o exposiciones, solo oficinas administrativas. Sin embargo, tiene tres ramas donde se concentra la actividad: educación a todo nivel (asesorías), enseñanza de inglés presencial, virtual o mixto, y la tercera es arte y cultura en todas sus facetas, esto es, diseño de moda, literatura, cine, artes escénicas, entre otros (con especial atención a la danza contemporánea y artes circenses).

Este organismo es el brazo activo internacional del *Arts Council* en el Reino Unido, ya que este solo funciona dentro del mismo país y todo el trabajo que se realiza afuera es a través del *British Council*.

Tanto el *British Council* como el Centro Cultural de España no cuentan con programas de apoyo específicos para enviar propuestas artísticas a sus países de origen, pero sí cuentan con programas que facilitan y generan redes para la movilidad de sus propuestas nacionales, como el apoyo para que programadores o compañías del país donde residen puedan visitar el país de origen con la intención de generar conexiones con el sector artístico de su país.

El Centro Cultural de España cuenta con el Programa para la Internacionalización de la Cultura Española (PICE), el cual ayuda a instituciones culturales públicas y privadas para que puedan viajar y conocer sus propuestas. Además, en caso de que se concrete alguna de ellas, también da incentivos económicos para que se lleven a cabo.

El Reino Unido, a través del *British Council*, también posee un programa para que delegaciones artísticas de diferentes partes del mundo puedan visitarlos y entablar conexiones con la comunidad de dichos países.

En conclusión, existen organismos internacionales representativos y, aunque no cuentan con un programa específico para apoyar la exportación, es recomendable acudir a estas instancias para buscar algún tipo de apoyo. En aquella conversación, Alejandra Szczepaniak me explicó:

Nuestro apoyo a grupos es poco ya que lo que tratamos de fomentar es la internacionalización de las obras del Reino Unido en el mundo. Sin embargo, también se busca una conexión más bilateral, ayudando a fomentar estos lazos.

Los apoyos que brindamos se tratan de casos muy particulares que creemos importante ayudar. Además, unos de los motivos son que, si alguien va a al Reino Unido, queremos que cuando regrese hable de su experiencia en el país con sus colegas y les aconseje vivir la misma experiencia. Por eso, nos interesa que su viaje sea increíble y que tenga un impacto positivo en su vida, como para recomendarlo a los otros.

Por esto, es aconsejable que, una vez conseguido el apoyo del gobierno local, se visiten estas instituciones para buscar algún tipo de soporte, en caso de ser necesario.

Cabe señalar que el área artística del *British Council* en Chile fue retirada debido al impacto negativo que tuvo la pandemia en el sector.

SECRETARÍAS, MINISTERIOS y CONSEJOS DE CULTURA

Las instituciones públicas que trabajan con la cultura de un país determinado son los organismos facilitadores de mayor relevancia. Por lo general, tienen un Departamento o una Dirección dedicada exclusivamente a tratar las relaciones internacionales referentes a la cultura y las artes. En México se encuentra la Dirección General

de Asuntos Internacionales de la Secretaría de Cultura. En Chile, la Unidad Internacional del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio.

Al analizar los objetivos de estas dos instituciones se puede notar que los objetivos son muy similares. El objetivo de la Dirección General de Asuntos Internacionales de la Secretaría de Cultura es:

Coordinar las acciones de cooperación y difusión internacional con el fin de promover la cultura mexicana en todas sus expresiones, así como fortalecer el intercambio con otras naciones.²¹

La Unidad Internacional del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio propone:

- *Generar oportunidades para la presencia de artistas chilenos en los escenarios internacionales.*
- *Impulsar la generación de redes destinadas a promover la internacionalización de la cultura y sus contenidos.*²²

A pesar de tratar temas de política internacional, estas unidades o direcciones no dependen del Ministerio o Secretaría de Relaciones Exteriores, pero no significa que sean indiferentes una de la otra. Por ejemplo, la Unidad Internacional del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, en Chile realiza un trabajo complementario junto con la DIRAC del Ministerio de Relaciones Exteriores. La diferencia radica que la DIRAC trabaja directamente con los Agregados Culturales y las Direcciones Internacionales pertenecientes a los Ministerios, Consejos o Secretarías de Cultura, con sus pares en otros países, pero estas dos dependencias suman esfuerzos en algunos proyectos y viceversa.

Al mismo tiempo, este tipo de instituciones pueden financiar por medio de recursos concursables. El Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio de Chile cuenta con el FONDART el cual tiene líneas de apoyo internacional, como sustento soporte a organizaciones

La Dirección General de Asuntos Internacionales de la Secretaría, de Cultura de México, también maneja apoyos destinados a artistas que cuentan con invitaciones por parte de instituciones en el extranjero. Sin embargo, no es la única dependencia mexicana que apoya la movilidad. El Sistema de Apoyos a la Creación y Proyectos Culturales (antes FONCA) se encarga de destinar recursos para la creación, estudio, desarrollo y difusión artística.

AGENCIAS DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL

Este tipo de organismos es creado para velar por los intereses de una región o de un grupo específico de países. Su función es la de fomentar y ayudar a la cooperación entre sus miembros en distintos ámbitos, entre ellos los culturales. Aunque no todos tratan los mismos temas, puesto que habrá agencias dedicadas a lo económico, lo tecnológico o lo educacional.

Uno de los programas que es importante mencionar fue el *Programa Iberoamericano de Movilidad para Artistas y Gestores Culturales*, el cual trataba de contribuir al fortalecimiento de la capacitación y formación de profesionales. Dicho programa estuvo vigente, al parecer, hasta la edición del 2019. Su principal objetivo fue promover la experiencia para encontrar nuevos métodos y modelos de trabajo, con el propósito de un mejor desarrollo profesional y la creación de nuevas redes de cooperación artística. Así pues, se otorgaban 200 becas para llevar a cabo proyectos culturales, con una estancia de 7 a 15 días en los países miembros. La Organización de Estados Iberoamericanos (OEI) aportaba con los pasajes aéreos, mientras que los países lo hacían con el alojamiento y la estancia.

No obstante, a partir de 2020 ya no hubo otra convocatoria, pero es un ejemplo de proyectos que generan estas agencias con el fin de fortalecer los asuntos culturales y educativos de los países que son miembros.

Otros programas de gran relevancia y que sí están vigentes son IBERESCENA e IBERMÚSICA. Dichos programas se crearon durante las Cumbres Iberoamericanas de Jefes de Estado y de Gobierno: El IBERESCENA en la edición de 2006 y el IBERMÚSICA en la edición de 2011. Estas cumbres son realizadas por la Secretaría General Iberoamericana, un organismo internacional que pertenece al Sistema Iberoamericano. En dicho sistema se encuentran los 22 países miembros, la misma Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI), el Organismo Internacional de Juventud para Iberoamérica (OIJ), la Organización Iberoamericana de Seguridad Social (OISS) y la Conferencia de ministros de Justicia de los países iberoamericanos (COMJIB).

Tanto IBERESCENA como IBERMÚSICA son programas que buscan fortalecer la escena artística de los países miembros, con el fin de facilitar y promover la circulación de propuestas y así contribuir al desarrollo cultural de dichas naciones. Ambos programas cuentan con convocatorias para apoyar la movilidad y la creación artística. Quiero señalar que los anteriores no fueron los primeros programas IBER. Uno de los primeros fue IBERMEDIA, el cual se aprobó en la Quinta Cumbre de 1995, en Bariloche, Argentina.

Una de las personalidades que me compartió su testimonio para esta *Guía de Vuelo* fue María Paulina Soto Labbé, investigadora, docente y reconocida gestora cultural chilena. Sobre este programa, me dio su opinión:

Cuando hablamos de gestión de la movilidad internacional de artes escénicas, a nivel regional o latinoamericano, nuestras propuestas artísticas tuvieron un freno de mano violento que nos hizo, a fines de los 2000, hablar de las artes que constituyen industria y las que no constituyen industria. La concepción que se tenía de las artes que no constituyen industrias es que suponen un desplazamiento de cuerpos y, por lo tanto, es mucho más costoso. Esa era la premisa prepandemia.

Después, adonde nos llevaron las corrientes de las industrias o economías creativas, con fuerte énfasis en la teoría anglosajona, es a producir, exportar e internacionalizar artes industrializables, es decir, envasables,



que no representen movilizar cuerpos. Con esto nos decían estas industrias que empacáramos música, literatura... Y por ahí van casi todos los discursos de cómo tener éxito en el mundo artístico, porque casi nadie iba a financiar trasladar grandes cuerpos y elencos y grupos musicales de esta región.

Era una burbuja donde no nos podíamos permitir mucho, hasta que aparece el programa de IBERMEDIA. Este programa inicia con cine, disciplina que requiere, en algunos momentos, traslado de gente y equipos a diversos tipos de locaciones y por lo tanto trasladar a los actores a diferentes países. Esto empezó a ser un buen laboratorio para entender que el traslado de personas o cuerpos implicaba efectos secundarios tremendamente positivos en términos de inversión como por ejemplo fidelización, cercanía de los personajes a las audiencias, entonces valía la pena elencos de músicos en vivo.

IBERMEDIA abrió y potenció habilidades de modelos de gestión que, cuando llegó la pandemia, sabían las artes escénicas de estos modelos que utilizaban lo presencial y lo remoto de manera muy hábil.

MERCADOS DE ARTES ESCÉNICAS

Los mercados o ferias de artes escénicas son eventos que se organizan generalmente cada año. Son producidos tanto por instituciones públicas como por instituciones privadas, ambas dedicadas al arte y la cultura. Estas pueden abarcar la mayoría de los géneros de las artes escénicas, visuales, etc., o pueden estar dedicadas a una sola manifestación como danza, teatro, circo, y otras.

Específicamente, un mercado o feria es un evento que va dirigido a artistas, programadores, representantes y cualquier profesional de las artes escénicas que esté interesado en mostrar su trabajo, o que quiera conocer las nuevas propuestas en esta área. Su principal función es la de poner en contacto a artistas, grupos y representantes artísticos (exportadores) con programadores de festivales, teatros, foros, centros culturales, entre otros (importadores), para que puedan promocionar su trabajo, hacer acuerdos y negociar posibles presentaciones, además de que entre ellos logren intercambiar ideas o crear nuevos proyectos.

Otro de los propósitos es la de generar una instancia de diálogo y reflexión en torno a temas y retos que les conciernen a todos los participantes. Esto se logra mediante conferencias, talleres, mesas redondas, etc. También se realizan *showcases* (pequeñas presentaciones para programadores), exposiciones y muestras. La duración de este tipo de eventos puede ser de un día hasta una semana, siempre mediante actividades que acerquen a los participantes con su objetivo.

Un ejemplo de este tipo de facilitadores es el mercado que organiza la *International Society of the Performing Arts* (ISPA). La anterior es una de las organizaciones internacionales más importantes que trata de reunir y apoyar profesionales de las artes escénicas en todo el mundo. David Baile, director general de ISPA nos explica la misión de esta organización:

Proporcionar una red global para las artes escénicas y, como tal, esforzamos por incluir a las organizaciones de todas las regiones del globo, todas las disciplinas, género y tamaño de organización. Nuestra membresía incluye organizaciones presentando organizaciones de artes escénicas, festivales, concursos, gerentes de artistas, patrocinadores, proveedores de servicios y otras organizaciones relacionadas con las artes escénicas.

Esta organización crea dos eventos anuales: uno en Nueva York, su ciudad natal; y otro en algún país sede del mundo. De esta manera, cuenta con mayor alcance para los asistentes. Para asistir al evento no es necesario ser miembro de la asociación, pero el costo sí será más elevado (tanto para el visitante como al que desea ser expositor).

La importancia de este tipo de eventos para la movilidad artística, en palabras de David Baile, es que:

Los mercados de artes proporcionan la oportunidad de ampliar la red de contactos y crear oportunidades en un mercado global. También es una oportunidad para desarrollar habilidades profesionales y estar expuestos a trabajar en otras regiones del mundo.

La importancia que tiene para los grupos artísticos participar en estos eventos es que no sólo aumentan la familiaridad y el conocimiento en los mercados potenciales, sino también desarrollan una mayor comprensión de las realidades de la producción y giras. Por otra parte, los programadores obtienen conocimientos sobre organizaciones de artes escénicas en diferentes regiones del mundo, mientras que expanden sus redes.

Nicole Merritt, Coordinadora de Programación y Desarrollo de ISPA también me habla de su importancia:

Se crean muchas redes y negociaciones en estos eventos, así que los participantes tienen la oportunidad de formar nuevos contactos, encontrar oportunidades para estrenar obras, encontrar socios y financiación.

Sin estos canales, la industria no tendría la oportunidad de reunirse y discutir una estrategia para promover el campo de las artes escénicas. ISPA ofrece oportunidades de desarrollo profesional para los líderes en un campo tradicionalmente diverso y con recursos insuficientes.

Se debe mencionar que la mayoría de los miembros de esta asociación pertenecen a Estados Unidos y Europa, después le siguen países latinoamericanos, como se observa a continuación:

- Norte América (EEUU/Canadá) – 30 %
- Europa – 3 0%

- Latinoamérica (incluido México) 20 %
- Australia/Asia – 16 %
- África – 2 %
- Medio Oriente – 2 %

Esto nos deja ver que los países europeos y norteamericanos de habla inglesa han desarrollado y profesionalizado el sector, a través de redes y espacios de reflexión e intercambio. Por otro lado, algunos países subdesarrollados, como los latinoamericanos, todavía no entran en esta industria. Los mercados de mayor renombre como ISPA son creados por organizaciones privadas y para poder participar en dichos eventos o tener mayores beneficios, como descuentos y mayor exposición, se tiene que ser socio. Pero esto es algo que vale la pena, ya que a los miembros se les proporciona regularmente noticias y directorios actualizados con los datos de todos los otros (programadores, compañías y grupos artísticos).

Además de ISPA, también se encuentra la *Association of Performing Arts Presenters* (APAP), la cual cuenta con otro mercado escénico de gran renombre. Estas dos organizaciones privadas son las más grandes y prestigiosas en el mundo de las artes escénicas.

Por lo general, en diversos países podemos encontrar ferias y mercados culturales. Por ejemplo, el *Australian Performing Arts Market* (APAM), GIRART Mercado de las Artes Escénicas y la Música de Argentina, el *Performing Arts Market in Seoul* (PAMS) o la Coordinadora de Ferias de Artes Escénicas del Estado Español (COFAE), la cual reúne a todas estas organizaciones e informa de cada una de sus actividades.

En el caso de México, existe ENARTES, que funciona mediante una convocatoria y los grupos artísticos seleccionados son apoyados con recursos económicos, además de laboratorios y talleres. Su objetivo es vincular a los artistas y entregarles herramientas para su profesionalización.

Se considera este tipo de eventos como facilitadores, ya que acercan tanto a exportadores como a importadores en un solo espacio donde se podrán ver cara a cara y crear nuevas redes. Al mismo tiempo, se logra una conexión entre artistas, ya que también se llegan a conseguir colaboraciones que los benefician.

REDES Y FUNCIONES INTERNACIONALES

Una red artística es un colectivo de personas, grupos artísticos, empresas e instituciones, que unen esfuerzos para desarrollar y generar mayores competencias en el sector en el que se desenvuelven.

Es común que en muchos países se generen este tipo de redes, tanto locales como internacionales, y puedan

enfocarse en un solo género de artes escénicas o más amplios aún. Lo esencial es que, como se ve en el ejemplo anterior, su fundamentación sea contribuir para el crecimiento de sus miembros y colaborar entre ellos de una manera activa y permanente.

Un ejemplo es la Red Salas de Teatro de Santiago, la cual es una red creada para compartir experiencias, desarrollar y profesionalizar la industria, etc. Aunque solo acepten como miembros a foros, se deben conocer este tipo de redes, ya que pueden dar información relevante acerca de lo que sucede día a día.

Por lo regular, es muy poco probable que este tipo grupos puedan apoyar financieramente. La forma en que lo pueden hacer es con contactos e información, la cual es muy útil referente a la actividad artística de un país.

En el caso de los importadores, ser parte de una red puede traer numerosas ventajas como la creación de coproducciones, festivales y demás proyectos que, sumando esfuerzos, logran un mayor impacto a que si lo hicieran por separado. Esto puede atraer a posibles patrocinadores.

Las fundaciones internacionales son organismos que se crean para entregar a la sociedad determinados servicios, que son dirigidos hacia un cierto sector. Surgen por voluntad de una o varias personas, denominadas fundadores o instituidores, que adscriben un determinado patrimonio al cumplimiento de un fin de interés general.

La coreógrafa y gestora cultural mexicana, Mariana Arteaga, me compartió su testimonio acerca de la importancia de estos dos organismos:

Me parecen fundamentales las redes independientes. Yo casi siempre he trabajado en esa ala, en sentido de que no parto de la institución; puedo colaborar con ella. Tampoco pretendo no relacionarme con la institución, pero si hay las posibilidades a través de proyectos internacionales de deslindarme, sobre todo de lo económico, por mí mucho mejor.

Su importancia radica en no estar dependiendo de vaivenes y ciclos políticos. No significa que no se tengan ciertas tensiones políticas. Nada es ajeno. Lo que sucede es que, cuando se depende de la institución pública, se está a la expectativa de ciertas políticas culturales que a lo mejor no están contemplando tu hacer.

Creo que las redes privadas independientes son quienes se encargan de dinamizar lo estático. Por ejemplo, hice un directorio para la comunidad artística japonesa de espacios de residencias y festivales en México. Si bien la mayoría son apoyados de alguna manera con dinero del estado, hay una independencia curatorial o de líneas de indagación o del hacer y casi todo estuvo basado en redes. Siento que es desde ese lugar donde es mucho más directo y posible la dinamización de encuentros de colaboraciones y de movildades.

Mariana Arteaga es un ejemplo de movilidad a partir de otras estrategias de financiamiento. Realizó una residencia de un mes y medio en Japón que fue pagada por una fundación privada llamada *The Saison Foundation*. Esta fundación fue originada por varios empresarios con la intención de apoyar a las Bellas Artes. Tiene un presupuesto bastante amplio y apoya económicamente para la producción de proyectos y concretar colaboraciones internacionales, entre las que destaca la movilidad de artistas extranjeros en Japón:

Es una beca muy particular porque permite conocer primero el contexto y, a partir de ahí, hacer encuentros de movilidad. Creo que es una forma muy inteligente para que artistas y gente involucrada en las artes escénicas se relacionen.

Pero a la hora de buscar cualquier tipo de apoyo en este tipo de organismos, para Mariana Arteaga es fundamental el contacto:

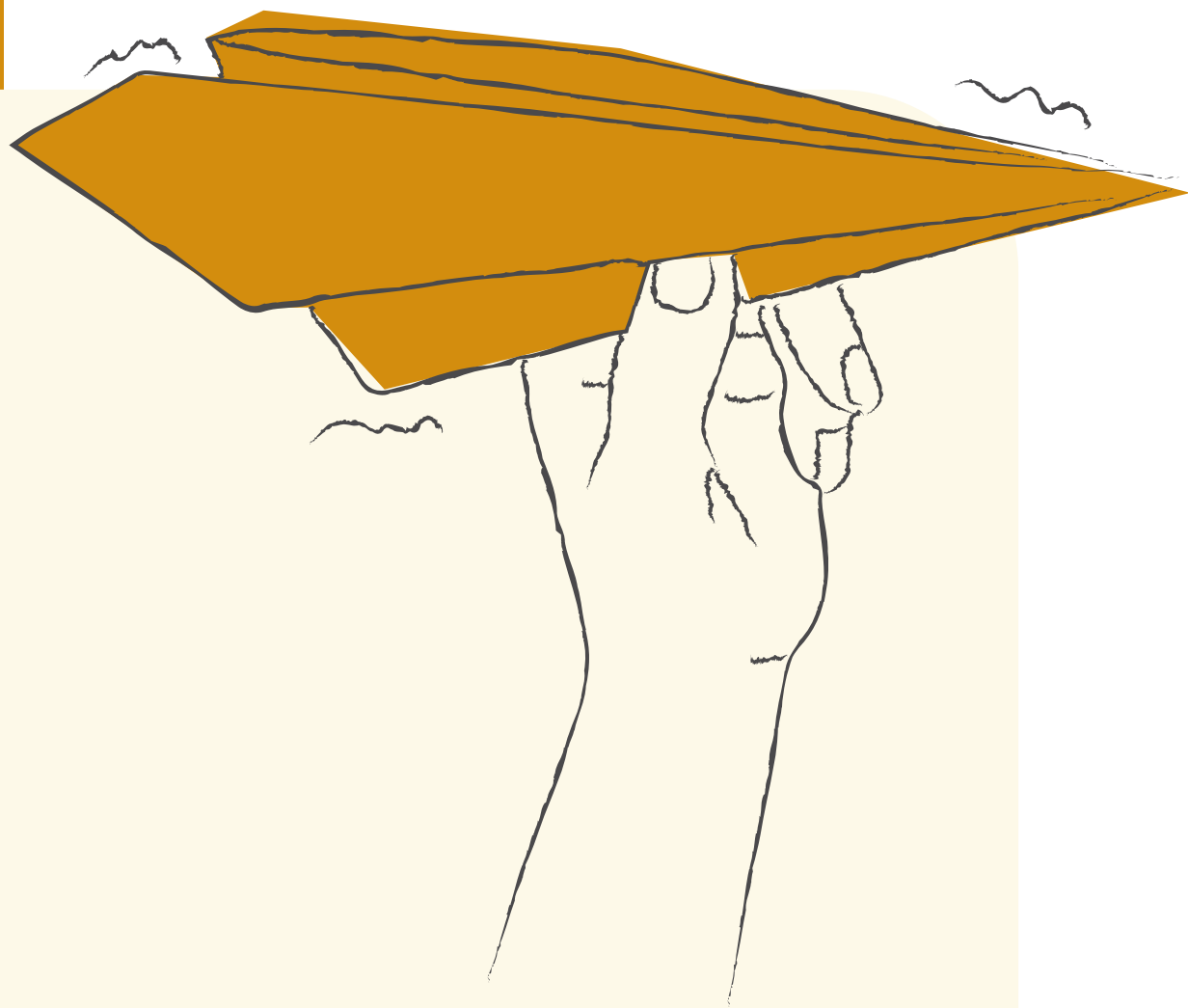
Creo que estamos acostumbrados a pensar las lógicas de movilidad desde este proceso. Hay un festival y quiero ir, voy a mandar mi carpeta y después pediré apoyo a la institución para que me financie el boleto de avión. Pero hay veces en ese proceso de movilidad en que no nos planteamos la idea de invertir, ahorrar por el tiempo necesario, pagarte tu boleto y hacerte presente para crear contactos y conocer a la gente. Eso es una inversión muy valiosa.

El diálogo cara a cara es una de las mayores inversiones facilitadoras de camino, pero esa movilidad conlleva irte a sentar y conocer gente, y eso es algo que no consideramos en nuestra práctica artística. Estamos acostumbrados a pensar la movilidad desde aspectos meramente económicos y olvidamos los otros factores. La movilidad también tendríamos que reflexionarla desde otros lugares.

NOTAS AL PIE DE PÁGINA

- ¹¹ Talero, M. (2013). Export Area Manager uno de los perfiles más demandados por las empresas españolas. *GBS Recursos Humanos* en: <https://www.gbsrecursoshumanos.com/blog/export-area-manager-uno-de-los-perfiles-mas-demandados-por-las-empresas-espanolas/>
- ¹² Allen, P. (2007). *Artist Management for the Music Business*. Borrego Publishing.
- ¹³ Información de Incoterms, Exportación e Importación en México: <http://www.comercioyaduanas.com.mx/>
- ¹⁴ Instituto Nacional de Bellas Artes de México: <https://inba.gob.mx/ConoceInba/Misioninba>
- ¹⁵ Jonhson, J. (2002). *Who Needs Classical Music? Cultural Choice and Musical Value*. Oxford University Press.
- ¹⁶ Yeoman, I., Robertson, M., Ali-Knight, J. (2004). *Festival and Events Management An international arts and culture perspective*. Elsevier Butterworth- Heinemann.
- ¹⁷ Agencia Mexicana de Cooperación Internacional para el Desarrollo: <https://www.gob.mx/amexcid/que-hacemos>
- ¹⁸ Dirección de Asuntos Culturales del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto: <https://www.cancilleria.gob.ar>
- ¹⁹ Institute for Cultural Diplomacy: <http://www.culturaldiplomacy.org>
- ²⁰ Staines, J. (2004). *Artists' International Mobility Programs D'Art Reports*. International Federation of Arts Councils and Cultural Agencies.
- ²¹ Dirección General de Asuntos Internacionales de la Secretaría de Cultura de México: <https://www.cultura.gob.mx/dgai/#.VIGxUMnbFSE>
- ²² Unidad Internacional del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes: <http://www.cultura.gob.cl/institucion/internacional>





Turbulencias

Principales retos de la movilidad internacional

En esta sección presentaré los principales temas que se deben de tener en cuenta al momento de querer internacionalizar las propuestas artísticas. Son puntos que se deben considerar, ya que pueden llegar a ser un gran reto durante el momento de querer viajar a otros países.

Estos temas son los que se han tomado en cuenta en los diferentes congresos y reuniones de trabajo por distintos foros internacionales, con la idea de que se generen nuevas políticas referentes a la movilidad y así ayudar a los artistas para acceder a otras latitudes.

DERECHO DE AUTOR

Los derechos de autor son muy importantes a la hora de movilizar propuestas artísticas ya que los grupos trabajan con ideas y creaciones artísticas. Es necesario reconocer cuáles son los activos que están protegidos por la ley para poder hacer un uso eficiente de ellos.

Los procesos para registrar los activos, las marcas comerciales y la formalización de una organización, no son procedimientos que se tocarán en esta guía; no obstante, sí se tratará la obtención de licencias de propiedad intelectual de terceros. Lo anterior es un procedimiento al que se pueden enfrentar en el momento de exportar e importar espectáculos escénicos. Para establecer un punto de partida se hará una pequeña revisión de algunos conceptos.

El derecho de autor es la facultad exclusiva que tienen los creadores para explotar su trabajo y, además, ser siempre reconocidos como creadores de tales obras. Una obra está protegida en el mismo instante en que se crea, no obstante, es importante el registro para disponer de un medio de prueba que demuestre su originalidad, en caso de que se vean alterados estos derechos por algún tercero sin consentimiento previo.

Los derechos están divididos en los “derechos morales” y los “derechos patrimoniales”.

- El derecho moral se refiere a que se reconoce al creador como único autor y titular de la obra, extendiéndose este a sus herederos. Quiere decir que el autor no puede renunciar a él, además de que no se extingue con el tiempo y no se le puede incautar. Este derecho es inalienable e intransferible. Se podrá ceder la explotación, pero no la autoría.

- El derecho patrimonial es la facultad que tiene el autor o creador para poder explotar su obra de la manera que más le satisfaga y de disponer económicamente de la misma por cualquier medio.

Las obras que protege el Derecho de Autor son: literarias, musicales (con o sin letra), dramáticas, dancísticas, pictóricas o de dibujo, escultóricas y de carácter plástico, caricaturas e historietas, arquitectónicas, cinematográficas, programas de radio y televisión, de cómputo, fotográficas, obras de diseño gráfico o textil, y muchas más.

Los derechos conexos son aquellos que se le otorgan a los que han intervenido creativamente para que la obra se realice y llegue al público. Estos pueden ser artistas, intérpretes y ejecutantes de una obra; productores de fonogramas y organismos de radiodifusión.

Las sociedades de gestión colectiva son organizaciones diseñadas para apoyar a los creadores para el manejo de sus derechos creativos. Se podrán encontrar sociedades que velan por los derechos de los compositores, las letras y las artes escénicas (teatro y danza), aunque existen algunas donde pueden proteger más disciplinas, como la Sociedad General de Autores y Editores (SGAE) de España. En Chile se encuentra la Sociedad de Autores Nacionales de Teatro, Cine y Audiovisuales (ATN) y Sociedad Chilena del Derecho de Autor (SCD), en cuanto a artes escénicas se refiere. En México se encuentra la Sociedad Mexicana de Coreógrafos, EJE Ejecutantes, la Sociedad Mexicana De Ejecutantes De Música (SOMEM), la Sociedad de Autores y Compositores de México, entre otras.

Por otro lado, también se debe de distinguir entre el *gran derecho* y el *pequeño derecho*. César Cuadra, quien es Director General de la Sociedad de Autores Nacionales de Teatro, Cine y Audiovisuales (ATN) de Chile explica la diferencia:

Dentro de los derechos dramáticos que se manejan en Chile y en otros países está el concepto del gran derecho, el cual es básicamente todo el arte dramático y, cuando se refieren al pequeño derecho, son las obras musicales. En un principio se creó el gran derecho y después surgió la protección de la música como pequeño derecho.

Dentro del gran derecho se defiende lo que son las obras dramáticas, audiovisuales y cinematográficas, y la música que se compone especialmente para dichos proyectos, que da origen a que también veamos las obras dramático-musicales y coreografías, textos, etc.

La SGAE define el pequeño derecho como:

Repertorio de pequeño derecho administrado por la SGAE las composiciones musicales (con o sin letra), las obras cinematográficas y demás obras audiovisuales, y las obras literarias de pequeña extensión, dramatizadas o no, creadas para los espectáculos denominados de variedades o representadas o recitadas en tales espectáculos, como poemas, chistes, sketches y producciones análogas, cuyos titulares del derechos de comunicación pública y de reproducción hayan confiado a la SGAE, conforme a sus Estatutos, la gestión de tales derechos.

Otra diferencia entre las sociedades que velan por el gran derecho es que ellas dan el permiso para que se use una obra determinada, en ciertas condiciones y en determinado espacio y tiempo. Las sociedades musicales, o de pequeño derecho, pueden dar una autorización global para hacer uso de todo su repertorio las veces que sean necesarias, siempre y cuando se cubra la cuota mensual.

César Cuadra también explicó que la ATN cuenta con un convenio con la Sociedad Chilena del Derecho de Autor (SCD), para la protección de la música preexistente, ya que ellos solo podían proteger la música compuesta específicamente para una obra teatral, coreográfica, ópera, musicales, entre otras, como La Pérgola de las Flores. Por medio de este convenio, también llegan a cubrir música preexistente. Por ejemplo, si se tiene una obra que utiliza música de los Beatles, la ATN la protege gracias al convenio que se ha firmado.

Se debe entender que cada elemento creativo que origina una pieza artística puede ser de interés para una futura explotación fuera del contexto en el que se presenta. Un caso de ello, al momento de presentar un nuevo proyecto en el extranjero, existe la posibilidad de que se quiera replicar o modificar uno o más elementos de dicha propuesta. Esto es importante ya que una de las opciones para la internacionalización es participar en festivales que, en muchos casos, son transmitidos o grabados para televisión, radio, etc. Al saber cuáles son sus activos, los grupos deciden si quieren dar la licencia para su reproducción, distribución, modificación o comunicación pública. Las compañías o artistas deberán de solicitar los activos de terceros en caso de querer realizar una adaptación o representación de una obra ya existente y ajena.

Entre los activos que deben de ser protegidos por los grupos artísticos se encuentran los libretos, escenografía, música original, registro visual, coreografía, interpretación y ejecución (derechos conexos). Pero muchas obras son multidisciplinarias, por lo que cada caso será específico en cuanto al registro. Los libretos, coreografías y composiciones musicales son los activos que generalmente se requerirán a la hora de representar un espectáculo escénico de terceros, pero cada caso será único.

Los importadores que quieran llevar algún proyecto a su país tendrán que solicitar las licencias de activos, sea por contenido preexistente u original. Por ejemplo, en el año 2015 tuve la fortuna de ser el productor de la gira del pianista belga Jef Neve por Chile. En esta serie de conciertos, Neve decidió interpretar una pieza de Violeta Parra, ya que es costumbre para él tocar música del país que visita y así conectar más con su público. Para lograrlo, tuve que informar de este plan a los organizadores de los conciertos con el fin de que tomaran las medidas necesarias referentes a derechos de autor. Otro ejemplo es cuando la agrupación decide interpretar una pieza artística de su país, pero de un tercero, en el extranjero y que esta siga protegida.

De acuerdo con César Cuadra, en algunas ocasiones los organizadores le piden a la compañía que sean ellos los que gestionen dichos permisos, para no pagarlos ellos, o le delegan la responsabilidad al productor cuando, en realidad, es el organizador quien debe de hacerse cargo de ese trámite y de esa responsabilidad, no la compañía ni la productora. El problema surge cuando el organizador no quiere pedir la autorización y se lo exige a la compañía. En caso de que no quieran, el proyecto se cae.

Los exportadores, por lo general, y en caso de que se les solicite interpretar una obra de terceros, no tienen que gestionar la obtención de licencias. En el supuesto de pedirles una adaptación o arreglo de una obra artística, se recomienda que los artistas sí hagan la petición de licencias correspondientes; también estarán haciendo un

acto creativo que se protege y se podrá registrar. Las compañías o artistas deberán de pedir los activos de terceros en caso de querer realizar una adaptación o representación de una obra ya existente y ajena.

Es recomendable que el organizador se ponga en contacto con el grupo artístico para pedirle el repertorio que interpretará para que, en caso de contar con una obra de terceros, realice las gestiones necesarias en tiempo y forma.

Para obtener una licencia, la cual es un permiso que otorga el titular de la obra, se debe de realizar a través de una Sociedad de Gestión. Estas son de reproducción, distribución, modificación, puesta a disposición y comunicación pública, que será la que los exportadores e importadores usarán con mayor frecuencia.

Es posible registrar una obra en el extranjero o ser miembro de otras sociedades, en otros países. Hay autores que están inscritos en diferentes países, como César Cuadra lo explica:

Yo me acuerdo de un autor de cine chileno, Miguel Littín, que tiene obras en México, España, Francia y además es socio de la ATN. Esto se puede ya que los artistas, cuando se mudan a otro país, les es más conveniente esto para que sus derechos no anden circulando y pagando impuestos en todas partes. Nosotros tenemos más de 25 sociedades con las que tenemos convenio.

Es importante mencionar que no todas las sociedades de gestión trabajan bajo un mismo marco legal. Lo que hay que entender es que todas las legislaciones son nacionales, por lo tanto, los países son los que imponen sus normas y las sociedades solo acatan sus leyes. Por ejemplo, hay autores que en Chile se encuentran como dominio público y en España lo mantienen en dominio privado, porque la ley española los protege más años. Entonces, puede haber obras que estén liberadas en un país y se debe de pagar en otro lugar. De acuerdo a lo anterior, en EEUU la protección dura más de 100 años, mientras que en Chile es de 70 años. Respecto a este problema, Cuadra dice:

Estamos pasando por una transición civilizacional y seguimos viviendo bajo reglas nacionales e ideas de un régimen nacional que ha empezado a finales del siglo XVIII. Esto provoca que no termine de generar las instituciones que necesitamos para un mundo globalizado. Debería de haber una fórmula que permitiera que las obras pudieran circular con las mismas características en todo el planeta, así como la Coca-Cola, porque las obras no van a estar en todas partes. También hay países que protegen mejor que otros entonces ahí están las peleas. El desarrollo de los países es distinto; la comprensión de la propiedad intelectual es distinta.

Muchas de las sociedades de gestión colectiva cuentan con acuerdos de representación internacionales. Esto significa que las obras protegidas por una sociedad, de un país determinado, también tendrán protección con aquellas sociedades con las que tenga un convenio y viceversa. De este modo, se protegen de manera global

los derechos de los creadores. Para el caso de querer la licencia de una cierta obra extranjera se aconseja acudir a la sociedad de gestión local, para saber si tienen convenio con la sociedad que administra la obra en cuestión. Por ejemplo, la SCD de Chile cuenta con un convenio con la SGAE de España, por lo tanto, las obras chilenas tendrán protección en España y viceversa. Aunque eso no significa que se cobre la misma tarifa, pues si se quiere solicitar una licencia en España de alguna obra chilena, la tarifa será la que imponga la SGAE.

Es por esto que es importante saber cómo se rigen los derechos de autor en los países en donde se vaya a movilizar.

Un ejemplo de las tarifas entre estas sociedades es:

CHILE

Sociedad De Autores Nacionales De Teatro, Cine y Audiovisuales (ATN)

TARIFA: 15% del ingreso de la venta de entradas por concepto de derechos de autor.

Sociedad Chilena del Derecho de Autor (SCD)

Por espectáculos con cobro de entradas: “8% por derechos de ejecución de obras y el 4% por derecho de ejecución de fonogramas, de la entrada bruta por función...”

Por espectáculos de entrada libre: Se fijará el valor por localidad en el 50% del precio establecido para espectáculos análogos pagados. El valor mínimo de la localidad, incluido el descuento, no podrá ser inferior a \$ 3.101 y sobre ella se calculará el 5% de derechos de ejecución de obras y el 2,5% por derecho de ejecución de fonogramas.

ESPAÑA

Sociedad General de Autores y Editores (SGAE)

Por derechos de autor, el 8,5 % de los ingresos en taquilla por cada concierto, recital o espectáculo que se celebre, previa deducción del IVA con un mínimo equivalente al 20 % del aforo autorizado para dicho evento, calculado dicho mínimo aplicando el porcentaje del 8,5 % sobre la base del precio medio. Es de esta manera, como cada Sociedad de Gestión de cada país pone sus propias tarifas. En cuanto a derechos conexos, los casos más comunes donde se puede encontrar este tipo de solicitudes por parte de los exportadores son cuando desean utilizar música grabada para sus obras. Para tales motivos, se debe solicitar la licencia de comunicación pública. Cabe señalar que los importadores también tendrán que tramitar esta licencia si es que suelen utilizar música grabada antes y después de un evento.



DERECHOS DE AUTOR Y COPYRIGHT

Si bien es cierto que todos los creadores deben de estar protegidos, las leyes que actúan a su favor pueden variar de acuerdo al país. Es importante entender quién y cómo se defienden los derechos en distintos lugares. Por lo que es necesario saber sobre qué bases actúan las Sociedades de Gestión Colectiva, en los países a los que se quiere viajar pues, aunque los dos conceptos protegen las obras artísticas, cada una tiene una manera de ver esta protección.

El término “derecho de autor” proviene de la tradición europea, más específicamente del derecho francés. Su enfoque se dirige desde una perspectiva más personal, hacia el creador, donde la obra es parte inherente de él. Es aquí donde se ve la importancia del derecho moral, ya que la protección se encuentra siempre en la relación de pertenencia de la obra a su creador.

Por otro lado, el *copyright* (derecho de copia) proviene del derecho anglosajón y es usado en países como Reino Unido, Estados Unidos, Australia, Canadá, Nueva Zelanda, etc., y entienden estos derechos desde una perspectiva menos personalista y más utilitarista; como una forma de propiedad y, por lo tanto, logra ser libremente transferido. Esto quiere decir que el autor logra ceder los derechos a un tercero y que no solo una persona sea considerada autora, también una persona moral o empresa. En el artículo *Derecho Comparado: Derecho de Autor y Copyright. Dos caminos que se encuentran*, se explica que el sistema anglosajón deja fuera los derechos morales y entre las diferencias más específicas están:

- *El sistema de derechos de autor se dirige hacia el derecho de la persona. El copyright se fundamenta en factores básicamente comerciales y económicos.*
- *En el sistema de copyright el autor puede ser tanto una persona natural como jurídica, mientras que en el sistema de derechos de autor debe ser una persona física natural.*
- *En el copyright el desarrollo de los derechos morales de los autores ha sido mínimo. En el sistema de los derechos de autor, los derechos morales son el pilar de la concepción humanista de ese derecho.*
- *Para el copyright la fijación material de la obra es esencial, mientras que en el sistema de derechos de autor no es precisa ni relevante la forma en que se concreta o fija una obra para su protección; por el simple hecho de la creación, ya goza de protección.*
- *Los contratos de copyright son genéricos y poco detallados, mientras que en el sistema de derechos de autor los contratos son muy minuciosos, y favorecen al autor, es decir, la persona física.*
- *Con relación a los derechos conexos en el sistema de copyright americano de entrada no están protegidos, mientras que en el sistema de derechos de autor los derechos conexos gozan de la protección del derecho moral y patrimonial.*

• *El sistema europeo protege al creador. El copyright protege intereses mercantiles, el lucro como objeto de protección.*²³

Para César Cuadra, el problema entre estas dos visiones existe porque en el *copyright* no se le da el valor moral ni económico a la imagen del autor, como único creador de un acto artístico. Los grandes beneficiados de este modo de ver el derecho intelectual son las industrias del entretenimiento, como la música comercial y el cine, ya que es ahí cuando el productor o la empresa productora puede adjudicarse una obra para cobrar los derechos correspondientes, los autores son meros creadores de contenido que, si bien se les puede pagar un porcentaje, no reciben el derecho moral de indicar que es su obra.

En palabras de Cuadra:

El tema del derecho de autor hay que meterlo en el tema de diversidad cultural. La defensa y protección del derecho de autor es una defensa de los derechos humanos que atraviesa el tema de la diversidad cultural. El copyright en el fondo lo que hace es destruir cualquier tipo de diversidad cultural puesto que favorece a la industria de Norteamérica que se ha impuesto en el planeta a costa de modificar las leyes porque compran a los políticos.

Lo anterior, sumado al hecho de que cada nación cuenta con legislaciones diferentes, provoca que las sociedades de gestión no estén del todo coordinadas y no establezcan parámetros de política y cobranza similares.

En la Unión Europea es un tema que ha generado un gran debate en los diversos congresos que se llevan a cabo por el tema de la movilidad entre países miembros. El problema radica en que los derechos de autor son vistos desde una perspectiva nacional y no en el conjunto de naciones, por lo que cada país cuenta con diversos criterios para calcular las tarifas de cobranza y distintos procesos para solicitar licencias, además de que no hay mucha transparencia con los trámites que se realizan. Esto afecta de tal manera que, si un grupo artístico tuviera que realizar una gira por diez países de la unión europea, se tendría que pedir diez licencias por separado. Lo cual provoca una gran pérdida de tiempo y dinero.

En el *Seminario de Derechos de Autor en el Sector de las Artes Escénicas en el contexto de la Movilidad*, llevado a cabo en Bruselas del 2015, se presentaron varios estudios de caso. Entre ellos está el de un teatro en Suecia, donde se iba a presentar una obra que ya había girado por algunos países europeos. Los espacios escénicos habían pagado la licencia en su sociedad colectiva correspondiente. Sin embargo, en Suecia la obra se salía del ámbito de la sociedad por lo que no fue posible realizar la presentación por un problema de derechos de autor.

RECOMENDACIONES

Como se pudo ver, los principales problemas en esta área surgen por las distintas legislaciones que tienen cada país y sus respectivas sociedades de gestión. En estos conflictos que se presentan, de manera global, no se pueden resolver de forma personal e inmediata ya que es necesario que haya mayor comunicación, mejores acuerdos y el desarrollo de principios que lleven a un mejor mecanismo para controlar los derechos de todos los intérpretes.

Mientras esto ocurre, se deben tomar ciertas precauciones al momento de desarrollar proyectos, ya sea como exportador o como importador. Como primera medida para el exportador, se sugiere registrar todos los activos que se generen en las obras. Para presentaciones, y en caso de que la obra o piezas contengan material de otro autor, se recomienda notificar al organizador para que tome las precauciones necesarias y, si se trata de una gira en diversos países, lo ideal es ponerse en contacto con cada sede para que se soliciten las licencias correspondientes.

En caso de los importadores, se aconseja pedir a los grupos o artistas que se presenten las obras a interpretar para saber si es preciso conseguir alguna licencia. Una vez teniendo esto, se deberá investigar si la o las obras están protegidas por alguna sociedad de gestión del país de origen del autor. En caso afirmativo, se averiguará también si la sociedad tiene algún convenio con su homónima en el país, donde se llevará a cabo el evento.

Una vez recopilada la información suficiente, el organizador acudirá a la sociedad de gestión para efectuar el trámite y el posible pago para hacer uso de los activos. Si la obra no está protegida por una sociedad o no hay ningún convenio se podrá ir con el autor, o con la sociedad que la protege.

VISAS Y PERMISOS DE TRABAJO

Este es uno de los temas más importantes a la hora de movilizar proyectos artísticos; si no se tiene un buen entendimiento de este requerimiento y una adecuada gestión, cualquier propuesta laboral puede complicarse. Saber qué es una visa, los diferentes tipos que manejan los países, los problemas más frecuentes y las posibles soluciones, ayudarán a los exportadores e importadores a que realicen una gestión oportuna, y además estén atentos para cualquier contingencia.

Primero, se debe de entender que una visa es un permiso que otorga una autoridad consular de un cierto país para poder viajar a este. Es importante aclarar que el documento solo permite viajar al país y presentarse ante un inspector de inmigración. Este tomará la decisión final para que alguien ingrese o no. Sin embargo, se puede dar el caso en que se niegue el ingreso, a pesar de contar con un visado.

Dentro de los tipos de visas está la de turista, pero no todos los países la piden. Dependerá de las relaciones y acuerdos entre el país que figura en el pasaporte y al que se desea viajar. Algunos de los motivos por los que una nación solicite este documento es que los países no tengan relaciones diplomáticas por reciprocidad, o países que quieran evitar la inmigración ilegal.

Además de la visa de turista, existen diversos tipos o permisos de entrada. Todo dependerá del motivo por el cual se quiere ingresar. Entre las visas más comunes están las de estudiante, la de negocios, la de tránsito, la de trabajo, la de permanencia temporal, la de residente permanente, etc., pero también es importante saber que cada país aplica diferentes tipos de visas, ya que estas dependen de la legislación de cada nación y de los acuerdos que tenga con otros países.

En general, este tipo de trámites llegan a ser complicados y tediosos, en caso de no saber o no contar con la información necesaria para realizar un viaje.

Pero cabe señalar que el tema es de relevancia tanto para los exportadores como para los importadores. En el caso de los primeros, ellos serán los que se enfrenten a diferentes tipos de legislaciones. Los importadores tendrán que aprender cómo solicitarla en su país.

Así mismo, uno de los países en donde es más complejo realizar este tipo de trámites es Estados Unidos, debido a su política de seguridad nacional, así como los países de la Unión Europea, debido al acuerdo de libre tránsito del llamado Espacio *Schengen*. Enfocarse en estas dos regiones se debe a que son consideradas mercados de gran importancia para los artistas y gestores de Latinoamérica.

UNIÓN EUROPEA

Los mayores estudios acerca de la movilidad artística, su importancia y los retos que presenta, vienen de la Unión Europea. Por tal razón, se muestran los obstáculos a los que se enfrentan los exportadores que desean viajar a cualquier país miembro. El sistema de ingreso es complejo y es importante saber que cada caso será distinto.

El Acuerdo *Schengen* es un tratado que inició en 1985, y en él se han ido sumando, poco a poco, varios países europeos. El trato general es suprimir los controles fronterizos interiores (entre esas naciones). Dentro de este espacio se encuentran 29 países (en diciembre de 2023, la Comisión Europea aprobó la entrada a Bulgaria y Rumania), pero cabe señalar que la Unión Europea y el espacio *Schengen* son dos temas diferentes. Chipre es un país de la Unión Europea, no obstante, no se han adherido todavía y para viajar a esos países es necesario un visado específico.²⁴

La UE hace distinciones entre países para poder otorgarles acceso a su territorio. Por ejemplo, hacen referencia a *Terceros Países* y dentro de estos hay algunos que no necesitan una visa, mientras que otros sí la requieren. Este documento se llama Visa Schengen, el cual tiene diversas variantes y permite viajar dentro del país miembro por un periodo máximo de 90 días, en calidad de turismo, negocios o visita. En el caso de profesionales de las artes, pueden ingresar para participar en congresos u otro tipo de actividades no remuneradas. Para visitas mayores a 90 días, como residencias u otros, sí se deberá pedir una visa temporal.

Aunque los residentes de México y varios países latinoamericanos no requieren este documento para ingresar a la Unión Europea como turistas, sí son considerados *Terceros Países*, lo que significa que no pertenecen ni a la zona *Schengen* ni a la Unión Europea.

Entrando en el tema de la movilidad artística, es importante saber sobre esta visa porque existen grupos artísticos, como orquestas donde laboran músicos de distintas nacionalidades, que tal vez sí necesiten de alguna variante de visado para poder entrar.

Por lo general, en el caso de que el ingreso a la zona *Schengen* sea por corto tiempo y para realizar alguna actividad económica, como presentaciones artísticas, se requiere tramitar un permiso de trabajo en cada país que se presentará, con el contrato de trabajo para el desarrollo de las actividades artísticas previamente firmado. En la página web del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación de España, mencionan:

Todo extranjero que no sea nacional de un Estado Miembro de la UE o de un Estado Schengen, y que vaya a realizar actuaciones concretas en España que no supongan una actividad continuada, podrá solicitar un visado de residencia temporal en España con excepción de autorización de trabajo, si cumple con una serie de requisitos.

Estás incluidos en este supuesto las personas que, de firma individual o colectiva, se desplacen a España para realizar una actividad artísticas o taurina, directamente ante el público o destinada a la grabación de cualquier tipo para su difusión, en cualquier medio local destinado habitual o accidentalmente a espectáculos públicos, actuaciones de tipo artístico o espectáculos taurinos. La actividad a realizar no podrá en ningún caso superar 5 días continuados de actuación o toreo, o 20 días discontinuados de actuación o toreo en un periodo inferior a 6 meses.²⁵

En caso de ir por un tiempo largo a trabajar, se tendrá que tramitar un permiso de trabajo y residencia. Este permiso lo tramita el empleador. Para solicitarlo, y por lo general, deberá demostrar que no hay alguien en el país o en la Unión Europea que pueda realizar la acción por la cual se está contratando. Para los países que aún no son miembros del espacio *Schengen*, el plazo de estancia se rige por los acuerdos sobre visados bilaterales entre los *terceros países* y estos, por lo que es posible que se tenga que obtener un visado nacional para entrar en el territorio de un nuevo Estado miembro de la UE.

El experto en asuntos europeos en los campos sociales y culturales, Richard Poláček, en su libro *Impediments to Mobility*,²⁶ señala que estas dificultades surgen en distintos niveles y dependerá de si son nacionales de un Tercer País y que tienen residencia en algún país de la Unión Europea o si solo están temporalmente en dicha zona. También menciona que muchas organizaciones han reportado que viajar con nacionales de *terceros países*, a un país de la Unión Europea que no pertenezca a la Zona *Schengen*, o dentro de la misma, resulta muy complicado.

La contrariedad reside en que algunos países tienen ciertos conflictos políticos con otros. Esto provoca que, a pesar de contar con los documentos precisos, sea necesario pedir una visa extra para ingresar.

Las reglas en la UE no son uniformes para todos los nacionales de *Terceros Países* que quieren realizar giras; también existen embajadas que piden documentos que no tienen razón de ser. Esto mismo para los permisos de trabajo, ya que dependerá de qué país proceden, si tienen residencia permanente en UE o si sólo es una estadía temporal para que pidan ciertos documentos, lo anterior más el tiempo en acudir a las embajadas y el dinero que cuesta los trámites.

ESTADOS UNIDOS

Otra de las regiones en donde los exportadores pueden encontrarse con más barreras de lo habitual es Estados Unidos; pues debido a su política de seguridad, ingresar a esta nación requiere de un proceso un tanto complejo -sobre todo burocrático-.

Estados Unidos es otro de los mercados artísticos con mayor demanda en la industria y por ello es necesario que todos los interesados en movilizar su trabajo, en este país, realicen una adecuada gestión para lograr su objetivo.

La entrada no es tan sencilla como en otros países donde se puede ingresar como turista. El número de opciones para visas son muchas y el tipo de visa dependerá de la actividad y el tiempo.

El primer paso y más importante es tramitar un permiso de trabajo. Este documento lo debe de gestionar la persona o empresa que recibirá al artista o grupo. Al mismo tiempo, la persona o empresa debe de tener nacionalidad o residencia permanente en los EE.UU.

Para solicitar este permiso se debe saber qué tipo de visa es la que corresponde para que el artista o grupo pueda desarrollar sus actividades. Las categorías donde se relacionarán con mayor frecuencia son las O y P:

- O-1: Individuos con habilidades o logros extraordinarios Esta clasificación se divide en:
 - O-1A: individuos con habilidades extraordinarias en las ciencias, educación, negocios o atletismo (sin incluir las artes, la industria de películas o televisiva).

- O-1B: individuos con habilidades extraordinarias en las artes o logros extraordinarios en la industria de películas o televisiva.

- O-2: individuos que acompañarán al artista o atleta O-1 a asistir un evento o presentación específica. Para el O-1A, la asistencia del O-2 debe ser una “parte integral” de las actividades del O-1A. Para el O-1B, la asistencia del O-2 debe ser “esencial” para la conclusión de la producción del O-1B. El trabajador O-2 tiene destrezas y experiencias críticas con el O-1 que no pueden ser fácilmente ejecutables por un trabajador estadounidense y que son esenciales para el cumplimiento exitoso del O-1.

- O-3: individuos que son esposos(as) o hijos(as) de O-1's y O-2's.

- P- 1B: para personas que se desempeñan con un grupo artístico o banda musical o forman parte de dicho grupo, a un nivel internacionalmente reconocido.

La página de la *U.S Citizenship and Immigration Services* (USCIS) informa acerca de los criterios para aplicar a este tipo de visas:

La mayoría de los miembros de un grupo musical o de artistas que quieran aplicar para esta visa deben haber estado trabajando con el grupo al menos por un año. Este mínimo de tiempo de un año no aplica para los miembros de un circo, quienes no tienen este requisito.

Para solicitar esta visa, usted debe venir a los Estados Unidos con la intención de participar en un evento, o en una función en la cual usted es reconocido internacionalmente y tiene un alto nivel de éxito, tal como lo comprobarían niveles de habilidad y reconocimiento sustancialmente por encima de lo que se encuentran ordinariamente. La buena reputación del grupo, no solo del miembro en particular, es esencial, para solicitar esta visa.²⁷

La ficha de solicitud, junto con los documentos que se piden (entre los que pueden estar acta de nacimiento, comprobante de ingresos, pasaporte, certificado médico, etc.), así como el itinerario exacto de la agrupación o artista, deberán ser enviados a la oficina de la USCIS.

La firma de abogados de inmigración *Nanthaveth and Associates* explica cómo solicitar dicha visa:

Un empleador de los EE. UU., una organización patrocinadora de los EE. UU., un agente de los EE. UU. o un empleador extranjero a través de un agente estadounidense deben presentar la documentación apropiada al gobierno de los Estados Unidos. El paquete de solicitud debe incluir ciertos documentos, incluida una consulta escrita de una organización laboral apropiada y pruebas de que el grupo es reconocido internacionalmente.²⁸

MÉXICO Y CHILE

En el caso de México y Chile, solicitar una visa por un corto o largo periodo es relativamente más sencillo ya que, a pesar de ser un trámite burocrático, como en casi cualquier parte, no cuentan con tantos obstáculos como en Estados Unidos o la Unión Europea.

Para el caso de Chile, la productora Priscilla Navarrete explica que, para estadías cortas, los artistas o grupos entran como turistas y antes de realizar alguna actividad lucrativa el empleador tiene que tramitar una visa para trabajar por menos de 90 días, ante el Departamento de Extranjería y Migración. Es importante mencionar que el empleador puede ser una persona natural o jurídica, pero deberá estar registrada previamente ante esta institución.

Una vez aprobada la documentación por el Departamento de Extranjería y Migración, se deberá pagar el costo de este trámite más un 50 % del valor, ya que lo catalogan como un trámite exprés. Los aranceles varían según el país de origen del artista.

Entre los documentos, se pide un contrato firmado por ambas partes y especificando que los organizadores se hacen responsables de que el artista trabaje el periodo que está estipulado en el permiso y que no se lucrará más de lo que se indicó. Como lo comentó Priscilla Navarrete:

Hubo el caso de un circo que se les dio el permiso por cuatro meses que es el que correspondía a las presentaciones. Si se excedían de ese periodo, aunque sea un día más de presentación, podrían haber tenido problemas.

El permiso de trabajo solo aplica para los días que efectivamente se laborará con fines lucrativos, pero la visa de turista sigue corriendo, por lo que es posible quedarse como turistas en el país, siempre y cuando no realicen actividades lucrativas.

Entre los documentos que se solicitan se encuentra una carta formal, escrita por los organizadores del evento, dirigida al Departamento de Extranjería y Migración donde se explique el tipo de evento, la fecha, hora, el día de ingreso de los artistas a Chile y dónde se alojarán. En caso de que la estadía sea por más de tres meses se debe de especificar. Priscilla Navarrete me compartió su testimonio acerca de los retos que se pueden presentar:

Uno de los inconvenientes es que extranjería te permite hacer sólo dos trámites. Entonces, como para un evento necesitábamos ingresar tres grupos, se tuvo que pedir un permiso especial para poder hacer un tercer trámite. En un festival donde la mayoría son extranjeros, los organizadores deberían pedir un permiso especial para poder acreditar a todas las bandas que traen.



Siempre que voy a extranjería tengo problemas; dentro de los papeles que te piden están las tarjetas de ingreso que se llenan en el avión, el pasaporte, las cartas, los contratos finiquito, el listado de personas con todos los datos y que coincida con la tarjeta de ingreso. Hay artistas que tienen doble nacionalidad y, en una ocasión, un artista decía que tenía nacionalidad española (su pasaporte era español), pero la tarjeta decía que era de nacionalidad francesa. Para resolverlo, tuvieron que conseguir el pasaporte francés para que coincidiera con la tarjeta.

Si toda la documentación es correcta, y se paga el valor del permiso, el trámite se puede expedir en un día. Para estadías de larga duración, como residencias o colaboraciones artísticas, se debe de solicitar Visa Temporal o Visa Sujeta a Contrato. Algunos recomiendan la Visa Temporal, ya que da la libertad de realizar cualquier actividad lícita, sin limitaciones establecidas por la ley, aunque la única podría ser el nulo acceso a créditos bancarios o trámites financieros ya que evitan hacer cualquier tipo de acciones con estos, para eludir que se vayan del país.

La Visa Sujeta a Contrato solo podrá ser válida hasta el término del acuerdo con la empresa interesada y no se podrá cambiar de trabajo.

En el caso de México, existen diversos tipos de visas y todo dependerá del país de origen del visitante, además de los motivos por los cuales se quiere ingresar. En general, existe la *Visa en condición de Visitante*, la cual permite estar dentro del país por máximo 180 días. Este tipo de visa es para personas que provengan de un país el cual se solicite dicho documento para entrar.

En cuanto a la movilidad para realizar presentaciones artísticas, me enfocaré en la visa de *Visitante con permiso para realizar actividades remuneradas (por oferta de empleo)* autorizada por el Instituto Nacional de Migración.

Para obtener dicho permiso de trabajo es necesario, antes de viajar, tener un contrato laboral en México. En este caso, el empleador, organizador o productor en México deberá realizar la petición directamente ante el Instituto Nacional de Migración en México.

Para tramitar la autorización, es importante que primero el organizador cuente con una “Constancia de Inscripción de empleados”. Posteriormente, ya podrá dar inicio al trámite

Si bien este tipo de trámites suelen ser burocráticos, no se encuentran tantos impedimentos en Latinoamérica como en países de la Unión Europea, aunque no sean ajenos a los problemas. Esa fue la situación entre Uruguay y Argentina, a finales del 2013. Argentina empezó a exigir visa de trabajo temporal a los artistas uruguayos que viajaban con fines de lucro, cuando lo habían dejado de hacer por varios años.

En América del Sur, y gracias al MERCOSUR, se aprobó en el 2008 el "Acuerdo sobre Documentos de Viaje de los Estados Partes del MERCOSUR y Estados Asociados", mediante el cual se reconoce la validez de algunos documentos de identificación personal, como documento de viaje hábiles (pasaporte o cédula de identificación), para el tránsito de nacionales y residentes regulares de los países miembros. Pero esto solo aplica para aquellos que viajan como turistas o que no van a realizar una actividad lucrativa.

Por razones políticas, Argentina decidió no pedir la visa de trabajo que se exige a los artistas uruguayos que se presentaban en su territorio, pero a finales de 2013 empezó a solicitarla sin previo aviso, y es cuando surgió el problema de que artistas uruguayos que se presentaban allá se les pidió y al no tenerla se les cobró una multa.²⁹

RECOMENDACIONES

Este tipo de trámites pueden arriesgar un proyecto entero en caso de no hacerlo correctamente. De ahí que hacer una gestión minuciosa sea importante para llegar a buen puerto.

La principal recomendación es hacer el trámite con el mayor tiempo de antelación posible. Aunque es sabido que muchas veces las invitaciones a festivales u otros eventos pueden surgir de un momento a otro, se deben gestionar estos trámites con meses de anticipación, en caso de que sea rechazada la solicitud o en caso de que se requiera otro documento.

También se debe considerar tener todo tipo de identificación oficial vigente (pasaportes, cédulas de identidad, entre otros). En caso de ser un grupo, la persona encargada de la administración deberá solicitar a cada uno de ellos una copia actualizada de estos documentos.

Sí las autoridades migratorias solicitan demostrar su calidad de trabajador artístico es recomendable archivar o guardar cualquier documento que pueda servir para comprobarlo. Estos llegan ser diplomas, notas de prensa, reconocimientos.

En caso de que en la agrupación haya integrantes de distintas nacionalidades, el gestor o encargado tendrá que informarse de los trámites a seguir por cada uno de ellos, en la embajada o consulado del país a visitar.

Por último, es fundamental la buena comunicación que se debe tener entre el artista, gestor o grupo y los organizadores, ya que en caso de cualquier inconveniente se podrá acudir a estos para resolverlo de la mejor manera.

IMPUESTOS

Al igual que las visas, el tema tributario es de gran relevancia a la hora de movilizar las artes escénicas. Debido a que los trámites tienden a ser complicados y la información al respecto resulta ser escasa, o poco accesible, es

por esto que los encargados de movilizar propuestas artísticas deberán de estar atentos a todos los trámites y opciones que se tienen para poder librar cualquier obstáculo que se presente.

Cabe aclarar que cada país cuenta con su propio sistema de recaudación y, por lo tanto, los casos serán únicos y distintos, lo ya expuesto es un acercamiento al funcionamiento general en la Unión Europea, Estados Unidos, México y Chile.

En cuanto a impuestos se trata, la movilidad artística se enmarca dentro del área llamada Tributación Internacional y se refiere a la recaudación de impuestos que hacen los países hacia los extranjeros que se encuentran en su país, por corto y mediano plazo.

Por lo general, se dividen a los individuos entre Residentes y No Residentes. De esta manera, se aplican diferentes tipos de mecanismos. En el caso de que algún extranjero ya cuente con residencia permanente, en dichos países, tendrá que inscribirse al Servicio de Impuestos Internos y por lo tanto el mecanismo de retención será el mismo que cualquier persona que resida ahí. En el caso de los No Residentes (personas que están dentro del país por un periodo corto) el mecanismo es otro y es ahí donde puede haber más confusiones.

El tipo de impuesto que se cobra a los artistas puede recibir varios nombres y dependerá del país y del sistema, pero los más comunes son: *Impuesto Adicional*, *Impuesto sobre la Renta de los Artistas No Residentes*, *Retención a Cuenta* y, para países anglosajones, *Withholding Tax*.

En primer lugar, el motivo por el cual un extranjero o No Residente que cuenta con visa de trabajo o algún tipo de permiso laboral debe pagar impuestos en un país que es ajeno al suyo es debido a que está generando ingresos de dicho país. Un porcentaje debe de ingresar hacia el Estado con el objetivo de satisfacer las necesidades comunes de todos los ciudadanos, como infraestructura, salud, educación, seguridad, en cuanto a la labor de los artistas y la retención que pueden llegar a tener está descrito en el convenio firmado por los países miembros de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE).

El convenio afirma que los artistas No Residentes pueden ser gravados por las autoridades del país donde actúan. El problema salta cuando no solo se debe pagar un impuesto por ese ingreso en el país donde se generó. También se deberá declarar esa entrada monetaria en el Servicio de Impuestos Internos de donde es residente dicha persona. A esto se le llama Doble Tributación Internacional.

José Yáñez, maestro chileno en Economía por la Universidad de Minnesota, me explicó que la doble tributación es cuando a una persona se le cobra impuestos en el país donde generó un cierto ingreso y en su país de residencia; si los impuestos no son descontables, entonces termina pagando dos veces por lo que ganó.

Por ejemplo, un grupo o artista mexicano que se presente en Chile se le cobrará un porcentaje del total recaudado, y si se presenta de igual forma en Argentina se le cobrará otro monto por medio de su sistema. Cuando el grupo o artista llegue a México deberá de declarar lo que ganó tanto en Chile como en Argentina.

En el texto *Principios e introducción a la doble tributación internacional* del experto chileno en tributación, Javier Jaque López dice:

La Doble Tributación Internacional debe ser abordada primeramente desde una perspectiva económica. Los países no estarán dispuestos a ceder su jurisdicción animosamente para recaudar impuestos cuando las actividades sean llevadas a cabo dentro del propio país por terceros no residentes, o bien, éstas se desarrollen en otros países por residentes del primero. Los estados en teoría pueden adoptar cualquier principio para gravar a los contribuyentes, naturalmente se requiere que existan claras conexiones entre el país que cobrará los impuestos y el sujeto que terminará pagándolos.³⁰

La manera en cómo se aplica este impuesto es mediante una retención de dicho porcentaje que hace el contratante sobre los honorarios percibidos por el artista o agrupación. Ahora bien, para evitar esta doble imposición los países firman convenios internacionales entre ellos para poder eliminarla o aminorarla con porcentajes menores.

TASAS

En caso de no contar con este tipo de convenios internacionales se pueden encontrar algunas trabas al momento de querer realizar los trámites pertinentes, ya que no hay una uniformidad entre los países. En el caso de los países miembros de la Unión Europea, las tasas del *Impuesto Adicional o Withholding Tax* van del 15 al 30%. Todo dependerá de cada marco legal por país.

Por lo tanto, en caso de que una compañía o artista realice una gira por Europa, y ninguno de los países que visite tenga este tipo de convenio tributario con su país de residencia, tendrá que pagar la tasa que le corresponde por cada país y además declarar en su país de residencia por cada ingreso que obtuvo en cada país. Esto provoca que, de los honorarios obtenidos, mucha de la ganancia se vaya en pagar impuestos. En los Estados Unidos cualquier persona que hace un pago a un artista extranjero por servicios realizados está obligada a retener el 30% de los ingresos brutos del artista hacia la responsabilidad fiscal estadounidense del artista (*Withholding Tax*).

En Chile, el porcentaje a pagar es del 35% del Impuesto Adicional a los empleados que desarrollan actividades científicas, culturales o deportivas. Este impuesto deberá de ser retenido, declarado y pagado por la empresa que paga la renta. En México, la tasa de impuesto que se aplica es del 25 % sobre el total del ingreso obtenido, sin deducción alguna.

Como experiencia, el músico alemán Markus Rindt dice:

Por ejemplo, si invito a Alemania a un músico mexicano para que toque con la orquesta, los músicos alemanes ganan 6 mil euros y, si al músico mexicano le pago la misma cantidad, tendría que retener normalmente el 20 % de ese impuesto, por lo que sería una desventaja para él porque sería menos que sus colegas. Lo que se acostumbra es pagar los 6 mil euros más el 20 %, esto resulta más caro para la orquesta o festival porque tenemos que pagar el 20 % a las autoridades e impuestos, pero es más justo para el músico.

CONVENIOS Y EXENCIONES

Se pueden encontrar dos maneras de reducir el impacto que puede tener el pago de estos impuestos, ya sea por medio de los convenios internacionales, para evitar la doble tributación y las exenciones que puedan hacer algunos países por no pagar el impuesto en el extranjero.

Este tipo de tributación surge a partir del tratado firmado por los países miembros de la OCDE y tiene el fin de evitar que los grupos o artistas de gran renombre, o que puedan ganar cantidades importantes en el extranjero, eviten declarar lo ganado en países donde no reside. José Yáñez me dio un ejemplo de este problema:

Una anécdota es lo ocurrido con los Beatles décadas atrás. En su primera gira por Estados Unidos decidieron quedarse más tiempo del que tenían planeado (de una semana a varios meses) y generaron más ganancias al presentarse en más espacios. Unos años más tarde el Servicio de Impuestos Internos inglés descubrió que no habían declarado ese dinero y la pasaron muy mal, ya que les cobraron una gran multa.

El problema es que este acuerdo también afecta a aquellas compañías o artistas que no ganan las mismas cantidades, pero se les aplica los mismos porcentajes. Es aquí cuando muchos países apoyan más al sector cultural y crean estos convenios o exenciones dirigidos a este sector.

Los países que integran la Unión Europea cuentan con convenios para facilitar la libre circulación de personas y bienes, y para el caso de la tributación no es la excepción. Ellos tienen tratados bilaterales para evitar la doble tributación. De este modo, los artistas o compañías que ya hayan pagado una retención en el extranjero recibirán una compensación, en forma de crédito o exención fiscal en su país de residencia.

También se pueden realizar exenciones. Por ejemplo, hay países que exentan a ciertos grupos artísticos de pagar, ya que son agrupaciones que trabajaron sin fines de lucro o son financiadas por el gobierno del país donde residen. En el libro *La Movilidad de las Artes Escénicas*,³¹ la experta inglesa en asuntos culturales internacionales, Judith Staines, comenta:

Los promotores locales explican diferentes modos de lograr una exención para las actuaciones de las compañías extranjeras. Aunque la normativa sobre exenciones difiera totalmente de un país a otro, un factor influyente parece ser que se pueda probar que la actuación se organiza sin ánimo de lucro por una compañía con financiación pública. Las actuaciones que forman parte de un programa oficial de intercambio cultural entre dos países también suelen estar exentas de la retención a cuenta, pero es mejor no fiarse totalmente de esto, ya que la normativa varía según el país.

Es importante aclarar que este tipo de impuesto se puede ejercer al total de los honorarios percibidos, o al total de todo el presupuesto (incluyendo hospedaje, alimentos, transporte, etc.) por lo que la cantidad a pagar será mayor.

No obstante, en los países que aplican unos tipos más bajos y conceden un mayor número de exenciones, la retención a cuenta puede funcionar como un incentivo para la contratación de artistas extranjeros. En Suecia, cuyo porcentaje es del 15 %, a un promotor puede costarle menos contratar a un artista extranjero que a uno nacional, lo que ha suscitado un debate en el sector cultural del país. Por su parte, Finlandia practica también una retención del 15 % y Grecia mantiene tipos impositivos especiales bajos para los artistas que acuden por invitación de una autoridad pública.

En el caso de Estados Unidos, la declaración se debe de hacer al *Internal Revenue Service* (IRS) y las exenciones que se pueden aplicar son cuando hay un tratado o convenio con el país de donde se es residente, cuando la organización o grupo está exento de impuestos en su país de residencia o por un acuerdo interno entre la agrupación y la IRS.

En el caso de Chile, se puede solicitar una exención demostrando que la propuesta que se presentará es un aporte al arte y la cultura. Este trámite se hace a través del Ministerio de Educación el cual dictaminará si aplica esta medida o no. Para realizar esta solicitud es necesario que la embajada del país, donde reside la agrupación o artista, emita una constancia de que la propuesta es en efecto un aporte a la cultura.

También cuenta con convenios para evitar la doble tributación con países como Australia, Bélgica, Francia, Canadá, México, Polonia, Portugal, etc. Cabe señalar que existió un convenio firmado con Argentina, pero se eliminó.

En México, este tipo de proyectos tienen la posibilidad de solicitar una exención por tratarse de proyectos que se enmarcan en la categoría de ingresos por actividades artísticas, deportivas o espectáculos públicos. Los tratados para evitar la doble tributación con más de 34 países, entre los que se pueden encontrar Chile, Estados Unidos y varios países de la Unión Europea.



Las dificultades a las que se pueden enfrentar los importadores y exportadores son, por ejemplo, en la Unión Europea. Esto es debido a que sus leyes tributarias pueden llegar a ser muy distintas, de un país a otro. A pesar de contar con tratados para unificar la región, todavía hay temas en donde cada Estado velará por sus propios intereses.

Por la misma cercanía entre fronteras, y la “libre circulación”, es común que se quiera realizar una gira por distintos países. El problema al que se pueden enfrentar es que no todos los países tendrán convenios con los países de residencia de la compañía o artista y no todos tienen la misma aplicación para exenciones; al finalizar la gira, el artista tendrá que pagar doble tributación por los países en los que no se pudo exentar.

Esto puede ser perjudicial tanto para las compañías, los importadores y el público ya que, de una manera u otra, el pago (en caso de no contar con exenciones o convenios) lo tendrá que pagar alguien: Ya sea el artista, cuando se retenga el impuesto del total bruto, el importador si se paga el total neto como estipulaba el contrato, o puede ser el público, ya que el precio del boleto aumentaría.

Otro problema al que se enfrenta el creador, en cualquier parte del mundo, es la falta de información o el disponer de información confusa. Volviendo al libro *Impediments to Mobility*, de Richard Poláček, varios trabajadores de la cultura indicaron que es muy complicado y exhaustivo buscar referentes al tipo de tributación y los procesos para lograr una exención. Tanto es así que prefieren, en algunos casos, pagar la doble tributación o cancelar fechas en algunos países.

Es tal el desconcierto y excepciones que pueden aplicar a las normas que hacen casi imposible el seguimiento sistemático de cada país. Un ejemplo es la noticia que emitió el diario *La Tercera*, de Chile, respecto a la denuncia que hicieron algunos productores de conciertos al cambio de interpretación del Impuesto Adicional. Como se ha visto antes, la tasa en Chile es del 20 %, pero en el reportaje se dijo:

Sin embargo, desde hace algunos meses, el SII comenzó a exigir el pago del Impuesto Adicional para todos los gastos que comprende la visita de un artista internacional: pasajes de avión, hotelería, traslado de equipos y de los staffs. Y con la facultad de cobrarlo retroactivamente, a tres años.³²

Aunque esto no debería de afectar a los proyectos artísticos culturales, ya que pueden llegar a tener exención, es importante saber que la interpretación puede variar en cada país y siempre estará cambiando su interpretación.

El último gran inconveniente que deja este tipo de impuestos es el elevado costo del presupuesto. Además de los costes de producción, los gastos por derechos de autor, transportación, alimentación, hospedaje, visas, etc., se le tendrá que aumentar esto al presupuesto. Como se mencionó, este costo lo tendrá que pagar alguien, ya sea el exportador (gestor, artistas o grupo), el importador (centro cultural, promotor, teatro, etc.) o el público, al elevarse el precio de las entradas.

RECOMENDACIONES

El tema de impuestos puede ser muy complejo ya que cada país tendrá un sistema tributario distinto. Por tal motivo, es aconsejable que, para realizar cualquier trámite de este tipo, se consulte o se contrate a un experto en la materia. Lo anterior resulta complicado para pequeñas compañías o artistas que no cuentan con ganancias para absorber este tipo de gastos. José Yáñez recomienda que se investiguen las normas tributarias del país donde se va y los posibles beneficios que existen, como exenciones y tasas rebajadas. También hay que estar siempre atentos a la parte legal; en el contrato se verá quien es responsable del pago de ese impuesto.

Asimismo, se recomienda investigar todas las obligaciones fiscales que exige el país que se visitará y, en caso de los importadores, las obligaciones fiscales de su país referentes a los extranjeros No Residentes.

Tanto el exportador como el importador deberán tener una comunicación adecuada desde el inicio y dejar en claro, por escrito (mediante un contrato), el monto de los honorarios, ya sean netos o brutos. Por otra parte, tendrán que apoyarse en todo momento e intercambiar la información necesaria para trabajar en conjunto, así como encontrar la mejor manera de no pagar impuestos innecesarios y, por supuesto, especificar en el contrato la moneda de pago.

Siempre se tendrá que solicitar comprobantes de pago por impuestos, o documentos que comprueben la exención o rebaja tributaria. Esto es fundamental para cuando se vaya a declarar lo percibido en el extranjero ante el Servicio de Impuestos Internos del país de residencia.

Para concluir, cada tipo de caso será único, por lo que se aconseja el asesoramiento de un profesional en materia de tributación internacional.

FINANCIAMIENTO

La búsqueda de recursos financieros, para poder movilizar propuestas artísticas, es uno de los desafíos por los que atraviesa cualquier exportador o importador de artes escénicas. En los capítulos anteriores, se han analizado las diversas maneras en que organizaciones públicas, ONG o instituciones internacionales pueden apoyar la movilidad artística internacional y, cuando se trata de apoyos financieros, la mayoría de estas lo realizan a partir de recursos que ponen a disposición por medio de concursos anuales o proyectos que tengan impacto en las relaciones diplomáticas entre diversos países. No obstante, por lo que se ha dicho, poco es el financiamiento que pueden aportar las empresas privadas.

La dificultad para encontrar financiamiento también dependerá del tipo de movilidad que se efectuará; periodo corto o largo, gira artística, residencias, asistencia a congresos, etc.

Por lo general, este tipo de patrocinios es poco explorado por parte de los importadores, pero lo es más por parte de los exportadores, ya que existe escasa información al respecto y es más común que se dé en la industria de la música comercial. Sin embargo, esto no significa que no se pueda hacer; lo que resulta primordial entender es que este tipo de apoyo se aplicará de la misma manera como si se solicitara apoyo para un evento local.

Los tipos de financiamiento se pueden dividir entre público y privado. El patrocinio o auspicio público actuará dependiendo de la política cultural de cada país o región y de los estímulos fiscales que ahí existan. En el caso de México y Chile, sus Secretarías o Ministerios de Cultura son los encargados de aportar la mayor parte del financiamiento para la creación, interpretación y difusión de la música culta y popular (festivales, encuentros, ciclos, etc.), además de algunas instituciones, como universidades y corporaciones. También, los Ministerios de Relaciones Exteriores son una buena fuente de financiamiento público ya que, por lo general, cuentan con programas bilaterales para apoyo de proyectos profesionales.

Otro tipo de modelo de política cultural es la que realiza EE.UU, donde la mayor parte del financiamiento cultural proviene de los privados. Esto es posible ya que desarrollan estímulos fiscales hacia los donantes y la mayor parte de la contribución hacia la cultura proviene de ellos (un ejemplo claro de lo anterior es el financiamiento a las orquestas). Tanto Chile como México no cuentan con orquestas privadas (o por lo menos que se mantengan durante el tiempo). La mayoría pertenecen a organismos públicos, corporaciones culturales e instituciones universitarias. En EE. UU sucede lo contrario, pues las orquestas reciben su mayor financiamiento por patrocinadores privados y donaciones individuales, como la Orquesta de San Francisco que tiene como sus principales patrocinadores a la compañía petrolera Chevron y a la línea aérea de los Emiratos Árabes.

En el caso de México, el Sistema de Apoyos a la Creación y Proyectos Culturales (SACPC) es el organismo perteneciente a la Secretaría de Cultura de México y el encargado de dirigir recursos públicos para la creación, interpretación y difusión de proyectos artísticos independientes. Entre los programas a los que pueden optar los músicos están Jóvenes Creadores (en la que el estado aporta un cierto monto mensual para que se desarrolle un proyecto artístico), Proyectos de Coinversión (el estado financia una parte del capital para desarrollar nuevos emprendimientos culturales). También se encuentra el Instituto Nacional de Bellas Artes, que contribuye con financiamiento al desarrollo artístico. Entre las universidades que apoyan al desarrollo artístico está la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) que cuenta con sus propios grupos artísticos que son financiados con recursos de la institución.

EL ESTÍMULO FISCAL A PROYECTOS DE INVERSIÓN EN LA PRODUCCIÓN TEATRAL NACIONAL EFIARTES

El programa Estímulo Fiscal a Proyectos de Inversión en la Producción Teatral Nacional (EFIARTES) permite que personas físicas y morales (empresas) puedan aportar con un monto para el desarrollo de proyectos artísticos. De acuerdo a su página:

Consistente en aplicar un crédito fiscal por el monto aportado por un contribuyente del Impuesto sobre la Renta (ISR) a un proyecto de inversión.

El EFIARTES permite a los particulares (personas físicas y morales) aportar recursos a un proyecto de inversión y disminuir el monto del pago de su impuesto sobre la renta causado en el ejercicio.³³

Este otro tipo de apoyos son necesarios en países donde el Estado es quien colabora con el mayor presupuesto, para el desarrollo de las artes. De esta manera, se incentiva a las empresas o particulares a donar un presupuesto y se genere un mayor crecimiento artístico. Cabe señalar que estos apoyos también pueden solicitarse para la organización de giras artísticas, de ahí que se les mencione.

Además de instituciones gubernamentales, las universidades también son una fuente de financiamiento para proyectos artísticos. La ventaja de que una institución educativa apoye genera un mayor interés en la investigación, creación y difusión de las nuevas tendencias en artes escénicas. Como ejemplo, en Chile se encuentra el Laboratorio de Música Electroacústica, de la Universidad de Chile. Este departamento es el encargado de realizar investigaciones en el área y de crear medios de difusión de nuevos estilos mediante conciertos en la misma universidad, ciclos y festivales. Otro punto a destacar es que el público que asiste a este tipo de eventos es mucho menor que los que asisten a obras clásicas y, sin este apoyo, el desarrollo de las artes escénicas quedaría varado.

PATROCINIO PRIVADO O SPONSORSHIP ARTÍSTICO

El *sponsorship* es una herramienta comunicacional que utilizan las empresas para llegar a un cierto público objetivo, con el propósito de posicionar una marca y obtener un beneficio económico a corto plazo. Generalmente, es usada para eventos recreativos o de ocio y con gran cantidad de audiencia como los deportivos y musicales.

Es una herramienta extremadamente flexible, modulable en función de los objetivos propagandísticos de la empresa, que ven la sociedad del ocio como una oportunidad y un espacio de comunicación con unos públicos concretos.³⁴

Pero ¿por qué invertir en las artes escénicas? Para que una empresa decida invertir en un espectáculo, este debe de alinearse con su público objetivo, ya sea para fidelizar o captar nuevas audiencias. Los espectáculos no son sinónimo de material sin sentido, sino que son eventos destinados a un público masivo y son de índole cultural o comercial, como ejemplo está la versión del ballet clásico “El Cascanueces”. La anterior fue realizada por el productor de ceremonias olímpicas, Ric Birch, en la ciudad de Shangai, la obra estuvo dirigida a un público masivo. Este tipo de patrocinio es un medio de comunicación ideal para lograr dichos objetivos que se desarrollan desde el área del *marketing* de las empresas, que ha provocado que haya un nuevo tipo de consumo artístico, ya que, ahora, esas empresas también pueden producir proyectos artísticos.

Como ejemplo de la cantidad de apoyo económico que pueden aportar las empresas privadas al arte y entretenimiento, la agencia *IEG Sponsorship Consulting* realizó, a principios de 2014, un análisis del patrocinio musical en Norte América y uno de los datos que arrojó el estudio fue que las compañías gastaron 1.340 millones de dólares en conciertos, festivales y giras artísticas. Otros datos que surgieron fueron:

- Dentro de las compañías que más invierten se encuentran *Coca-Cola, Anheuser-Busch, Toyota y Heineken*.
- El tipo de empresas que tienen una mayor participación en el patrocinio musical son las compañías de cerveza, seguido por licores y bancos.
- La empresa que aporta más a la creación de festivales de música es la compañía cervecera *Anheuser-Busch*, que tiene marcas como *Budweiser y Stella Artois*, entre otras.

Un dato que no muestra este análisis es el género o estilo por el que están más dispuestos a invertir. Podemos suponer que se trata de *pop y rock*, ya que las empresas con mayor cantidad de aporte tienen por público objetivo a la gente joven. Estas estadísticas no son propias de EEUU, ya que este modelo se ha replicado en casi toda Latinoamérica. Como ejemplo está el festival de música alternativa *Vive Latino (México)*, el cual cuenta con grandes patrocinadores.

Otro punto importante es saber a qué empresas acudir. No basta con que se tenga el mismo público objetivo. Cuando se busca este tipo de patrocinio para importar o exportar un proyecto, lo más adecuado es acudir con empresas que sean originarias del mismo país que la propuesta en cuestión. Por ejemplo, si una compañía de danza mexicana quisiera realizar una gira por Sudamérica, podría acudir a la empresa *BIMBO- IDEAL*, la cual es una marca mexicana y que se encuentra en gran parte de Latinoamérica. De esta manera, se apoyará a la marca para que tenga un mayor posicionamiento en otros países.

La pregunta que surge es: ¿cómo beneficia a los importadores y exportadores este tipo de financiamiento? Para los importadores, el patrocinio no es una ayuda, sino un modo de generar un negocio, ya que estas marcas desean llegar a su audiencia y, por tal motivo, venden espacios para que ellos puedan publicitarse. Para los exportadores, dichas empresas les aportan para el financiamiento de una gira o de una producción artística.

Cabe señalar que la decisión final para que una gran empresa entregue un patrocinio, como lo ya expuesto, dependerá de cuántos seguidores tenga el proyecto, entre otras cosas. Entre más convocatoria de audiencia, mucho mejor.

Otro ejemplo a resaltar, es el pianista belga de *jazz y música clásica Jef Neve*, el cual está patrocinado por la marca de autos de lujo *Jaguar* y por los hoteles *NH*. Las dos empresas buscaron que este artista fuera la imagen para el nuevo público objetivo que querían impactar en Europa (jóvenes de clase media alta). El beneficio para

este músico fue el financiamiento de una gira por la Unión Europea y el contar con un descuento significativo para hospedaje en los países donde esté NH. Lo anterior representa un aliciente para los posibles importadores, ya que podrán disminuir costos.

Con la llegada de las redes sociales, otro tipo de patrocinio que se está haciendo, en la actualidad, es el financiamiento civil o *crowdfunding*. Se basa en un modelo de cooperación colectiva donde la gente aporta una donación a un proyecto que sea de su agrado y el emprendedor o músico podrá recompensar su apoyo mediante discos gratis, crédito en la portada del disco, un concierto gratuito, etc. Este tipo de modelo es ideal para los proyectos comerciales que apenas están viendo la luz y que no cuentan con el financiamiento de una compañía, porque no posee el impacto de audiencia necesario. Entre los sitios de *crowdfunding* más visitados se encuentran: www.kickstarter.com y www.idea.me.

RECOMENDACIONES

Si bien la mayor parte del tiempo los trabajadores del arte se enfocan en el financiamiento gubernamental o de instituciones internacionales, existen otros medios por los cuales se puede optar para la búsqueda de apoyo económico.

Para obtener este tipo de financiamiento, privado o civil, primero se debe analizar muy bien la propuesta que se quiere movilizar, para saber si es un proyecto que atraiga a un público masivo. Esto dependerá del género, la temática, la producción, etc. Una vez hecho, la información proveerá datos respecto a la propuesta, su tipo de financiamiento y el tipo de público que se espera.

Hecho lo anterior, se deben investigar las empresas de la nacionalidad del mismo proyecto. Por ejemplo, si un importador quiere llevar a Chile una compañía de teatro alemana, se buscarán a las compañías alemanas que se encuentren instaladas en el país. En el caso de que la misma compañía alemana busque patrocinio, tendrá que ponerse en contacto con las mismas empresas alemanas radicadas en Chile. Pero, además de ser de la misma nacionalidad, el proyecto tendrá que estar alineado con sus valores y la misión de la empresa.

En caso de querer solicitar un patrocinio a una empresa que se encuentre en un país con un idioma distinto al del exportador, se aconseja traducir la carpeta y demás documentos al inglés y al idioma del país al que se ingresará.

Una buena estrategia es subir el proyecto a una plataforma de *crowdfunding* e iniciar una campaña de difusión, para que las personas se empiecen a interesar. Una vez que se consiga un apoyo considerable, se puede acudir a estas empresas y mostrar la cantidad de seguidores con los que cuentan.

NOTAS AL PIE DE PÁGINA

²³ Loredó, A. (2012). Derecho Comparado: Derecho de Autor y Copyright. Dos caminos que se encuentran. *Portal for e-government, digital inclusion and the knowledge society* en: <https://egov.ufsc.br/portal/conteudo/derecho-comparado-derecho-de-autor-y-copyright-dos-caminos-que-se-encuentran>

²⁴ SchengenVisa Info: <https://www.Schengenvisa.info.com/es/Schengen-paises/>

²⁵ Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación de España <https://www.exteriores.gob.es/Consulados/nador/es/Consulado/Documents/Visados/VIS/14.pdf>

²⁶ Poláček, R. (2007). *Impediments to mobility in eu performance sector and possible solutions*. Mobile.Home, IETM – International Network for Contemporary Performing Arts/Pearle - Performing Arts Employers Associations League Europe.

²⁷ U.S Citizenship and Immigration Services (USCIS): www.uscis.gov

²⁸ Nanthaveth and Associates: <https://austinimmigrationattorney.com/>

²⁹ Pellegrino, G. (2013). Queja uruguaya: Argentina le exige visa a sus artistas. *El Clarín Sitio* en: http://www.clarin.com/politica/Queja-uruguay-Argentina-exige-artistas__0_1011498868.html

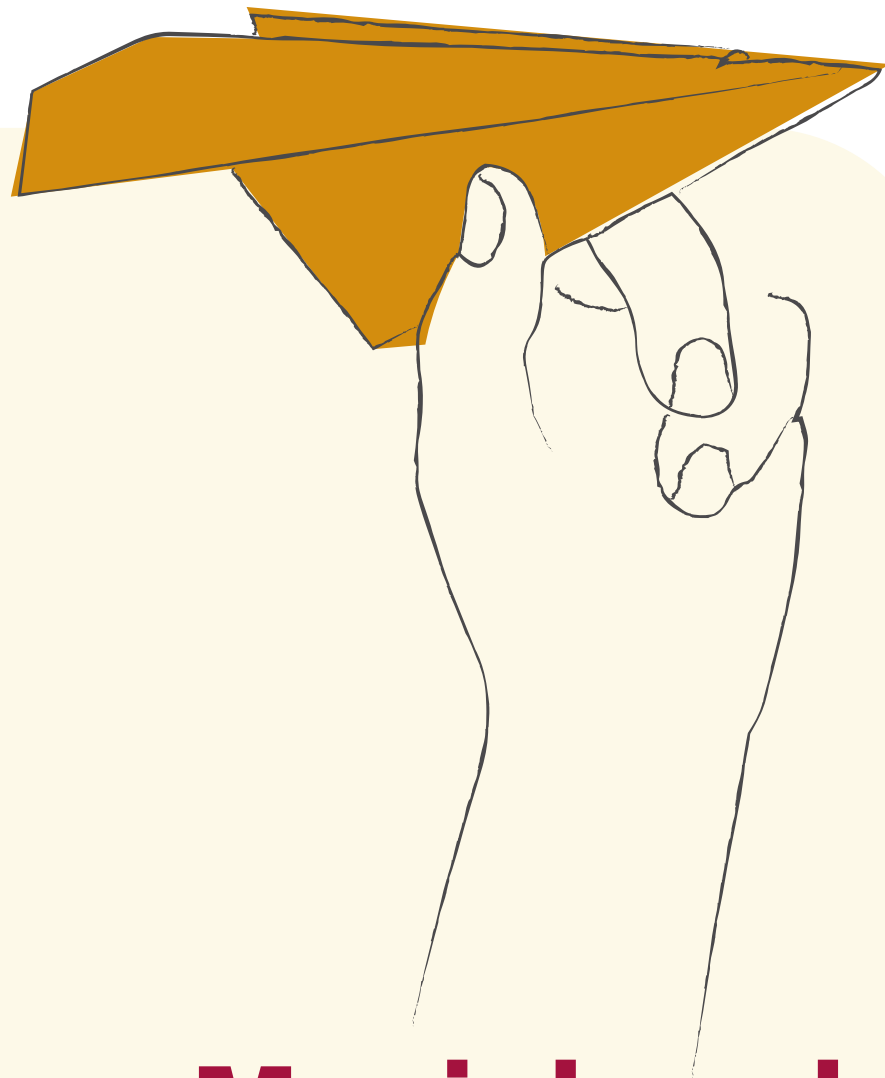
³⁰ Jaque, J. (2010). Principios E Introducción A La Doble Tributación Internacional. *Revista Impuestos*. No. 162.

³¹ Staines, J. (2009). *Movilidad de las artes escénicas: Obstáculos, retos y oportunidades*. Ediciones y Publicaciones Autor S.R.L.

³² Rivas, F. (2014). Productoras podrían subir precios de entradas a conciertos tras quedar en la mira del SII. *Biobio Chile* en: https://www.biobiochile.cl/noticias/2014/07/21/productoras-podrian-subir-precios-de-entradas-a-conciertos-tras-quedar-en-la-mira-del-sii.shtml#google_vignette

³³ Estímulo Fiscal a Proyectos de Inversión en la Producción Teatral Nacional: <https://inba.gob.mx/efiartes2022>

³⁴ Palencia-Lefler, M. (2007). *Donación, mecenazgo y patrocinio como técnicas de relaciones públicas al servicio de la responsabilidad social corporativa*. Universitat Pompeu Fabra.



Maniobra de emergencia

Movilidad artística en la pandemia

Hablar de movilidad de artes escénicas y no mencionar el terrible periodo por el cual el mundo entero tuvo que pasar, sería una gran omisión. La pandemia que ocasionó el virus COVID-19 fue un parteaguas en varios aspectos.

Para este capítulo recurrí a los testimonios de algunas de las personalidades que ya habían colaborado para la creación de la tesis, además de obtener opiniones de algunas más. Es importante que entendamos el fenómeno que ocurrió a través de las experiencias (incluida la mía), ya que de esta forma podemos tener un acercamiento más real de la situación, desde el punto de vista de los exportadores, importadores y facilitadores. Entre las personalidades que compartieron su opinión está María Paulina Soto Labbé, quien me habló acerca del escenario de la movilidad internacional antes de la pandemia:

Hubo un antecedente a la pandemia que conceptual, teórica y económicamente puso un freno de mano absurdo. Hizo que se perdiera el tiempo al hacernos creer que América Latina tenía que conformarse con unas políticas o unas estrategias de internacionalización o de movilidad restrictivas. Después vino un momento de transición con los IBER que fueron muy prolíficos, sin imaginarnos que la pandemia iba a cambiarlo todo.

A principios de 2020, el mundo entró en una crisis de salud cuando las naciones informaron del surgimiento del COVID-19. A partir de este hecho, se anunció el inicio de una pandemia, por lo que, entre las medidas para erradicarla, los gobiernos promovieron el aislamiento total o casi total. En todo el mundo se inició una campaña de tomar sana distancia, así como evitar salir a las calles para no propagar el virus. Muchos de nosotros pensamos que sería cuestión de algunas semanas, o un mes máximo, para que pudiéramos regresar a nuestra vida habitual. Sin embargo, la realidad fue otra. Tanto las instituciones educativas, empresas, instituciones gubernamentales, teatros, foros, auditorios, y más, decidieron cerrar y los que pudieron dar continuidad desde casa siguieron trabajando. Solo los servicios esenciales trataron de seguir el ritmo. Inició así una gran crisis económica, política y social; el tiempo de espera para poder regresar a la “normalidad” pasó, como bien saben, de semanas a años.

Durante este tiempo, muchas empresas quebraron, personas se quedaron sin trabajo, artistas escénicos y músicos ya no pudieron presentarse en los espacios destinados para su quehacer.

María Emilia Sosa Cáceres, integrante de la Orquesta de Instrumentos Autóctonos y Nuevas Tecnologías, agrupación argentina que es parte de la Universidad Nacional de Tres de Febrero, en Buenos Aires, me compartió su experiencia:

Cada gira, para nosotros, representa una preparación muy intensa porque cada una requiere de una temática diferente y los viajes no son menores a un mes o mes y medio. Los años previos a la pandemia estábamos con una agenda muy cargada de giras. Entre estos viajes estaba preparar un viaje a Perú para realizar un concierto en una de las zonas arqueológicas más significativas de ese país. Se tuvo que cancelar, así como las giras nacionales que ya teníamos agendadas en Argentina.



Nosotros pertenecemos a una universidad pública argentina. Nuestra área artística se vio frenada con los viajes, ya que, para los artistas, el intercambio presencial y humano es muy importante. Durante la pandemia, nuestra parte artística y de divulgación quedó sesgada. Igual tuvimos que continuar virtualmente para ensayar todas las horas necesarias, aunque creo que las reuniones que tuvimos fueron más largas. No podíamos dejarnos parar por esta pandemia, fue una especie de resistencia.

Afortunadamente, al ser cobijados por una institución pública, no corrimos con la problemática de los que, sin presentaciones o giras se quedaban sin trabajo. Por un lado, nos veíamos protegidos, pero sí nos pegó lo que sufrían nuestros hermanos. Se sintió mucho a nivel humano y daba mucha tristeza.

El caso de la Orquesta de Instrumentos Autóctonos y Nuevas Tecnologías, se trata de uno de tantos “afortunados”, donde la agrupación surge de un organismo público. Eso significó que siguieran con un sueldo fijo. Por supuesto, hubo consecuencias, pero tenían la tranquilidad de poseer una entrada económica para seguir viviendo. Por otro lado, hubo una gran cantidad de agrupaciones y artistas que no corrieron con la misma suerte. Personas que tuvieron que buscar nuevas formas de ganarse la vida mientras intentaban luchar por hacer lo que más les apasiona. Un ejemplo de este caso fue el del flautista y director mexicano Horacio Franco, quien también me compartió su testimonio:

La pandemia fue un castigo no sólo para la movilidad sino para la vida de muchos artistas escénicos. No conseguimos presentarnos en ningún lado, no podíamos viajar. Tuvimos que reinventarnos como artistas para poder llegar al público. Gracias a las nuevas tecnologías logramos trabajar, aunque no hubiera público presente y se haya sacrificado gran parte de la esencia del evento artístico por naturaleza. Nos pudimos reinventar. En mi caso tuvimos que empezar a vivir de otra cosa porque teníamos equipo, oficina y personal que depende económicamente de nosotros y que no podíamos dejarles de pagar. Pasé la pandemia tratando de reinventarme, poniendo un negocio y, junto con mi pareja, hicimos equipo.

En cuanto a las presentaciones, aunque era muy poco lo que se recibía por conciertos virtuales, fue finalmente una opción que se dio para los artistas. En definitiva, afectó mucho a la economía de los artistas escénicos. Sobre todo, en México, que no hubo alternativas como en Alemania donde se dio mucho presupuesto para que se reinventaran y hubo más dinero para los artistas. Las instituciones se dedicaron a hacer eventos en línea, tratándose de reinventar, pero con el mínimo de presupuesto.

En el caso de los importadores, igualmente hubo diferentes realidades, las cuales dependían de la forma en cómo se gestionaban sus recursos. Por un lado, se encontraban las instituciones públicas, que tenían un presupuesto asegurado, pero no contaban con los mecanismos administrativos, y en algunas ocasiones

tecnológicos, como para insertarse a la “nueva realidad” que en ese instante prevalecía: la digital. Los artistas ya tenían ventaja en cómo usar las tecnologías, pero las instituciones no.

En el momento en que llegó la pandemia, yo me encontraba a cargo de la Dirección de Difusión Cultural del Instituto Politécnico Nacional, que es una universidad pública. Contábamos en el instituto con un presupuesto ya destinado a las actividades propias de la dirección, como son las presentaciones artísticas que se realizan en el Auditorio Jaime Torres Bodet y otros espacios, dentro y fuera del instituto.

Como a todos, en algún punto nos pidieron suspender nuestras actividades y estar en casa mientras las cosas volvían a la normalidad. Al ver que no iba a ser cuestión de semanas, decidimos iniciar las actividades virtuales. Durante esta etapa descubrimos que no iba a ser fácil, sobre todo en temas administrativos, el cómo justificar presentaciones virtuales que debían ser presenciales.

En realidad, fue un gran reto pero que, a pesar de las circunstancias, supimos resolver en cierta medida y, sobre todo, logramos realizar proyectos que impactaran a la comunidad universitaria. En tiempo de pandemia se creó el primer festival artístico del IPN, donde presentamos propuestas internacionales, como la de la Orquesta de Instrumentos Autóctonos y Nuevas Tecnologías de Argentina, o la compañía japonesa de danza contemporánea Enra. De alguna manera, pudimos generar movilidad artística.

Por otro lado, estuvieron presentes las instituciones que tienen un esquema de financiamiento mixto. Para ellas fue un poco más difícil ya que, es cierto que cuentan con un presupuesto anual, pero con el cual sólo logran cubrir algunos de los costos que generan. Otra parte de su presupuesto lo debe resolver mediante el cobro de presentaciones y con otras actividades.

Este tipo de instituciones o espacios culturales tuvieron que encontrar estrategias de manera rápida para poder sobrellevar la situación. En ese aspecto, María Paulina Soto me dio su opinión, desde el punto de vista como público, acerca del trabajo que hizo el Centro Cultural Gabriela Mistral (GAM):

Lo que hizo el GAM fue sistematizar las bases de datos de todos aquellos que se enlazaban de manera remota desde sus casas, primero para ciertas prácticas que fueron lecturas dramatizadas de actores famosos de televisión, los cuales empezaron a grabar fragmentos de obras, sin producción alguna. Ese ejercicio, que antes de la pandemia se hacía de forma presencial, lo transformaron hacia un formato virtual a través de las plataformas de streaming del GAM.

Para ingresar a dichas producciones se debía llenar un cuestionario para saber los lugares de donde se conectaban y otros datos como edad sexo, etc. Esto permitió formar un perfil de público; se hizo un trabajo de perfilamiento aprovechando lo mediático, que a diferencia de lo presencial no siempre tienen un filtro, lo que me pareció genial. En resumen, realizaron formación de audiencias de manera



remota y, a su vez, hicieron un estudio de mercado el cual no les costó un centavo.

Añadió, en relación con el tema de recaudación de dinero, que recurrieron a varias estrategias, como la opción de hacer donaciones. Cuando vieron que aumentaron su audiencia, y que se tenía un público internacional, propusieron precios diferenciados. Este contraste en el costo consistía en proporcionar beneficios como entrar en alguna presentación en el escenario principal con concepto televisivo, y después de la función se armaba un conversatorio virtual con los actores y les podían hacer preguntas desde casa.

Para María Paulina Soto, lo que se originó con estas estrategias fueron tres cosas: la primera, la fidelización; la segunda, la cercanía entre artistas y público; y la tercera, la consolidación de tecnologías que se usan en el cine para ser utilizadas en el teatro.

Al momento del conversatorio, el público pudo acercarse a conocer cómo se creaban las producciones. Eso fue pura riqueza. Ahora se empiezan a usar nuevas tecnologías, nuevos modelos de negocios, recorridos virtuales por los escenarios. Para las artes escénicas, la pandemia fue un acelerador de partículas.

Otro ejemplo sobre cómo se vivió, desde el punto de vista de los importadores, es el caso de Teatro Municipal de Santiago, el teatro más relevante de Chile. Carmen Gloria Larenas, directora general de este recinto, me contó su experiencia.

Lo que hicimos fue cancelar los contratos que tenían cláusula de salida y otros acuerdos que teníamos comprometidos con los cantantes. El diseño de escenografía o el vestuario los postergamos, en el sentido de comprometernos a retomar el proyecto, una vez que la pandemia hubiera pasado. Fuimos drásticos en eso, ya que el teatro no podía hacer otra cosa. Fue una decisión polémica, y no sólo en el teatro municipal. La verdad es que organizaciones como esta, con 170 trabajadores, no tuvieron mucho margen de movimiento.

El mismo mes de marzo de 2020 creamos la plataforma digital que se llama MUNICIPAL DELIVERY donde pusimos en digital las grabaciones que ya teníamos de años anteriores. Una vez que eso ya lo tuvimos montado con un cierto tipo de oferta, nos dimos cuenta de lo que nos faltaba para generar una programación digital. Nos metimos de lleno a comprar equipo e iniciamos con algunas propuestas especiales, que pudimos grabar y producir como conversatorios y talleres. Buscamos poder trabajar digitalmente, y así lo hicimos.

Nosotros reabrimos en septiembre de 2021, y fue con un montón de medidas para el público, como el uso de mascarilla, de gel desinfectante, toma de temperatura... Además, también con normas internas

porque, en un teatro como este, los espectáculos que se ofrecen se hacen en grupo. Producimos con cuerpos artísticos que son de muchas personas por lo que tuvimos muchas medidas para poder ensayar en todas las áreas como en el ballet, en la orquesta y en el coro, para poder así disminuir al máximo la posibilidad de contagio.

Ahora, con el tiempo, cuando ya todo se ha normalizado (aunque nada ha vuelto a ser lo mismo), estamos tratando de recobrar esos proyectos y propuestas que postergamos, y a las que les cancelamos el contrato.

En cuanto a los facilitadores, están las instituciones gubernamentales como la División de las Culturas, las Artes, el Patrimonio y Diplomacia Pública (DIRAC). Patricia Lobo, encargada de Artes Escénicas y Danza de esta dependencia, quien por fortuna entrevisté hace diez años, me compartió su experiencia.

En Chile se paró todo. Bien porque las presentaciones de compañías escénicas que ya teníamos confirmadas se fueron cancelando o porque la organización cerraba hasta nuevo aviso, o por falta de vuelos.

Fuimos testigos de cómo se fue cayendo todo. Teníamos asignados los recursos, estábamos en época de definición de proyectos y presupuestos, siempre con la esperanza de que iba a pasar pronto la pandemia y se iba a retomar el control, hasta que empezó esta suerte de catarata de todos los días recibir notificaciones de cancelaciones de eventos. La directora en ese momento, la embajadora Verónica Chahin fue sumamente estratega porque aprovechó los recursos y transformó todo lo posiblemente transformable en propuestas virtuales; se apoyaban mediante financiamiento a las compañías para hacer presentaciones vía zoom ya que estaban los recursos disponibles.

Otro proyecto que se realizó fue sacar postales con códigos QR que fueron repartidas en las embajadas y ahí podían acceder a la obra virtual. Esto se logró gracias a que la DIRAC recibió un presupuesto extra por la estrategia elaborada.

Otra personalidad que tuve el gusto de volver a contactar fue con Eduardo Cruz Vázquez. En su opinión, la Uneso alentó la toma de decisiones para que los países hicieran algo por todos los grupos sociales afectados. Impulsó y estimuló el uso de los medios digitales y contenidos en redes para que suplieran, de alguna forma, las limitaciones.

Mucho de lo que se hizo durante el 2020 y 2021 fue más un salvoconducto ante la situación y no precisamente en una solución económica de ingresos para la gente. Hablando de las presentaciones virtuales, algunas pudieron ser vendidas y significó un ingreso importante para las artistas afectadas por la falta de empleo.



En cuanto a las relaciones internacionales, Eduardo Cruz notó que se vieron afectadas todas las relaciones culturales entre los países. Estos tuvieron que volcarse a salvaguardar la integridad de sus comunidades, con el mucho o poco presupuesto que se tenía.

Los mercados escénicos, al igual que los demás, sufrieron los estragos, además de que presenciaron los efectos que tuvo la pandemia en los países de donde radican sus miembros. Este es el caso de la International Society for the Performing Arts (ISPA). Esto fue lo que contó David Baile:

La ciudad de Nueva York cerró el 16 de marzo de 2020 y nosotros lanzamos nuestro primer evento online 10 días después. Creamos mucho material digital, pero a diferencia de otros, lo hicimos inmediatamente y lo mantuvimos durante la pandemia. Nuestros dos congresos internacionales fueron totalmente digitales. Nos tuvimos que adaptar a la situación. Fuimos afortunados porque pudimos mantener parte de nuestra programación y de nuestra presencia. Sí perdimos algunos miembros, ya que no quisieron renovar; pero a su vez también generamos nuevas membresías digitales que nos trajo otros perfiles. Así que, por decirlo de alguna manera, ganamos lo que perdimos.

En general, por la naturaleza de lo que hacemos, se respondió de manera rápida y efectiva manteniendo a la gente conectada globalmente, que es de lo que esto se trata. Así que alcanzamos seguir con nuestra misión.

Es importante destacar que el impacto fue diferente en diversas regiones, así como las fases también llegaron de manera disímil. Algunos países decidieron salir más temprano que otros. Fue valioso para nosotros reconocer esto ya que nuestros miembros pertenecen a diversas regiones del mundo.

El 5 de mayo de 2023, la Organización Mundial de la Salud declaró el fin de la pandemia. A partir de ese momento se inició una suerte de reconstrucción social, política y económica. Un evento de tal magnitud trajo consecuencias en todos los niveles, pero ¿qué pasó con el mundo de la cultura y el arte? Sobre todo, ¿qué pasó con la movilidad que tanto necesitan las y los artistas? El escenario que nos dejó la pandemia es ambiguo. Por un lado, encontramos nuevas visiones en los exportadores referente a la manera de hacer proyectos, como lo considera Paulina Soto Labbé:

Hoy en día, los modelos de gestión artísticos preparatorios han tenido una economía que hacen que tú mismo puedas empaquetar un proyecto y que toda una etapa previa pueda hacerse, sin que las personas tengan que desplazarse. Por ejemplo, haces un trabajo virtual de preparativos y de ensamble para que al final, sólo se invierta en un solo viaje para el montaje y presentación. Con esto, además de reducir costos, también se reduce la huella de carbono. Se descubrió que se puede hacer múltiples formas de participación, hay muchas transferencias de conocimientos de manera híbrida.

Para Emilia Sosa, la pandemia generó una conciencia de que la movilidad es muy importante. En su opinión, hay más organismos que están trabajando para reactivar la movilidad, como los IBER o apoyos nacionales. Aunque, por otra parte, considera que sería genial una unión entre Latinoamérica para poder facilitar una movilidad más sencilla a favor de la cultura, reconoce que estamos a merced del gobierno en turno.

Horacio Franco expresó que, para él, el apoyo a la movilidad va decayendo, claro que depende del país y el gobierno, pero en general se ha recortado bastante el presupuesto.

Viajar se ha hecho más engorroso. No sólo para los artistas sino para todo el mundo. Lo que deben hacer los gobiernos no es que nos traten mejor, sino que nos den facilidades a los artistas para poder viajar de mejor manera y que no nos hagan sentir como criminales. Cada vez está más restringido todo, y ahora es más difícil para las nuevas generaciones de artistas que quieren internacionalizar sus propuestas.

Desde el punto de vista de los importadores, en específico de las instituciones culturales públicas, lamentablemente no hubo demasiados cambios positivos. Al contrario, sufrieron un decremento en sus presupuestos. Aun así, de las pocas áreas donde sí se pudo notar un cambio fue en la administrativa. A pesar de ello, y como expresó Carmen Gloria Larenas, la pandemia dejó plantada la semilla de la necesidad de ser flexibles y más innovadores.

Me refiero a que no podemos permitirnos funcionar de la misma manera todos los años; en la medida de lo posible, debemos buscar la posibilidad de innovar. En pocas palabras, se nos instaló la necesidad de reaccionar con flexibilidad, frente a imponderables y situaciones que no habíamos planificado.

El público ha cambiado mucho. Nosotros tenemos una tasa de renovación de público del 66 %. Hay un público que no quiere volver, por muchas razones. Entre ellas la de COVID-19 y la posibilidad de contagio de otras enfermedades en un espacio cerrado como un teatro.

La realidad es que regresaron a la forma de trabajo como era antes. En parte porque es la manera en que lo saben hacer y para tratar de recuperar lo perdido. A pesar de que puede ser entendible, el mundo pasó por momentos complicados, y no se ha aprovechado la necesidad de cambio como lo tuvimos que haber hecho.

Por último, para los facilitadores y sobre temas de cooperación cultural internacional, el escenario no es muy favorecedor. No obstante, viéndolo desde un punto de vista positivo, está lleno de oportunidades y mejoras. Eduardo Cruz opinó que la estela que dejó la pandemia fue el uso de la virtualidad para multiplicar el acceso a los contenidos, entendiéndose como un apoyo y no como sustituto de la naturaleza del intercambio de sus comunidades culturales. En cuanto a políticas internacionales innovadoras que puedan facilitar la movilidad, tampoco ha habido un gran avance.



No creo que haya habido un gran cambio en las políticas de cooperación y diplomacia cultural. La movilidad virtual vino a enriquecer las formas de intercambio entre estados y comunidades culturales. Vino a generar nuevas expresiones, abrió espacios para nuevos públicos y nuevos códigos. A muchos les cambió la vida, innovó y permitió innovar.

Asimismo, está la visión de los mercados escénicos como facilitadores de la movilidad, plataformas para el intercambio internacional. Al respecto, David Baile resaltó:

He escuchado que muchos de nuestros miembros, que son teatros, auditorios, centros culturales. Por lo general, perdieron el 15 % de su audiencia. En su mayoría, era audiencia de la tercera edad con un nivel socioeconómico alto. Imagino que muchas de las organizaciones están tratando de ver cómo reemplazarlos.

También creo que, para muchas de las organizaciones que no dejaban espacio para los más jóvenes, ahora están tratando de atraerlos; antes se enfocaban en artes escénicas clásicas que pueden ser un poco más costosas y ahora las organizaciones están comenzando a innovar.

Están experimentando con experiencias inmersivas, realidad virtual, videojuegos, para tratar de atraer nuevas audiencias con propuestas más interactivas y no sólo hacerlos sentar en una butaca.

Por nuestra parte, también cambiamos la manera de trabajar. Por ejemplo, reconocimos que hubo afectaciones financieras para nuestros miembros así que buscamos nuevos modelos para que puedan participar.

David Baile opina en que las compañías pensaron en hacer giras de manera responsable con el ambiente, desde el punto de vista del impacto climático.

Lo que es un hecho, y donde todos concuerdan, es que la gran afectación que dejó fue el tema presupuestal. Los gobiernos y organizaciones que financiaban las giras ya no están en la capacidad de hacerlo como antes.

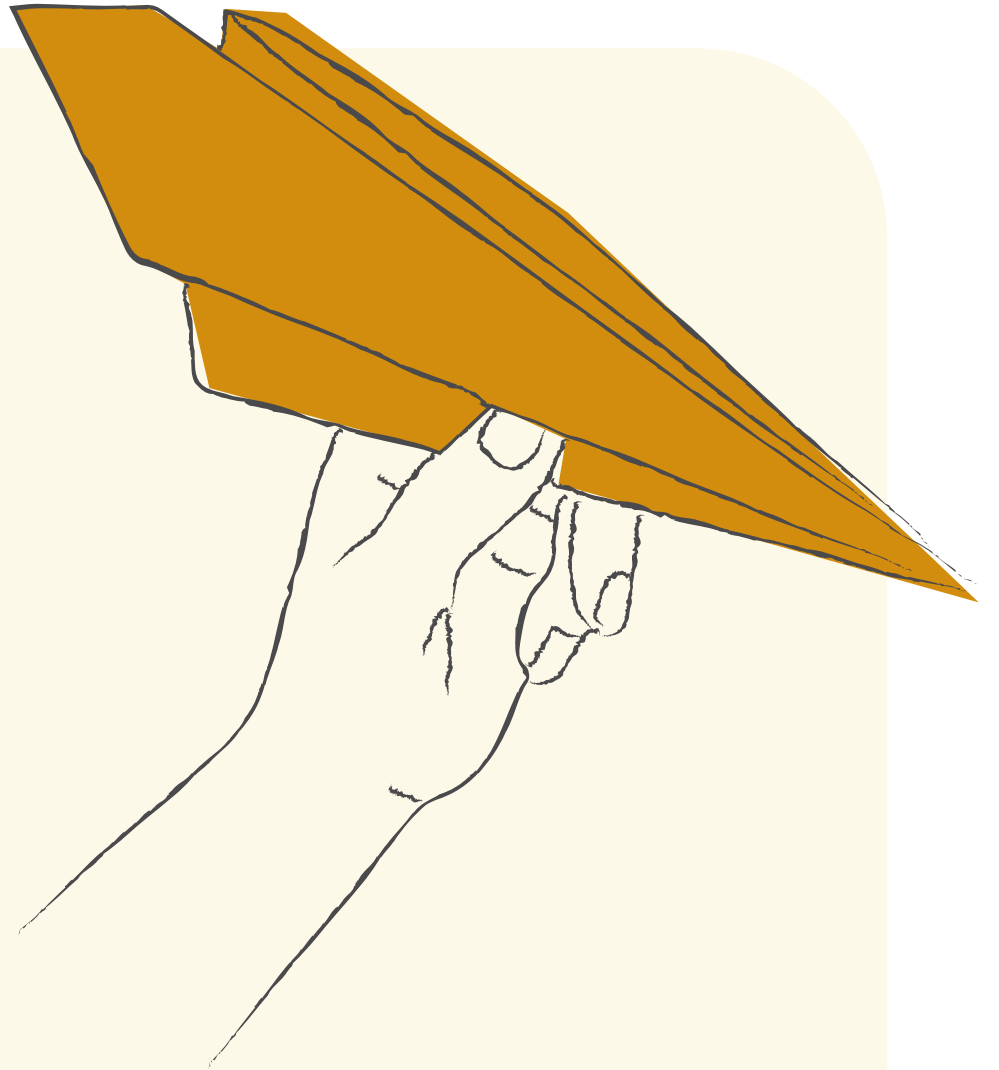
Los países latinoamericanos siempre han tenido este problema con el apoyo a las artes y su internacionalización, pero los países como EE.UU., Canadá o Australia, ya no cuentan con los presupuestos para hacerlo como antes. Eso ha sido de gran impacto.

En síntesis, la pandemia colisionó de manera importante a la comunidad artística. Al igual que muchos otros sectores, los artistas tuvieron que encontrar nuevas formas de ganarse la vida haciendo lo que les apasiona, fuera mediante una realidad digital o incursionando en otras áreas.

El pensamiento colectivo concuerda en que, a pesar de que a través del internet se pueden ver propuestas escénicas en vivo, nunca va a ser lo mismo ver una transmisión que estar presente en ese lugar, donde la magia y mística del evento suceden: un evento es único e irreplicable.

María Paulina Soto considera que el proceso de encuentro, entre artistas con un público, crea una caja vibratoria que no se iguala cuando está mediatizado.

Eso lo saben las industrias del espectáculo que nunca han abaratado costos. Conocen los efectos de estas vibraciones colectivas. Como ejemplo está el fútbol y los eventos de música comercial en vivo. Termina la pandemia y estas dos industrias recuperaron en corto tiempo la economía porque la gente quería verse y sentir esa energía. Para las artes escénicas es más complicado, ya que no cuentan con públicos masivos. Las escalas son menores y, por eso, ha costado más trabajo.



Aterrizaje

Conclusiones

Estamos viviendo en una era donde las distancias comunicacionales se han acortado y dieron paso a una nueva modalidad de trabajo, donde la información fluye con más rapidez. O, por lo menos, eso es lo que esperamos. Las fronteras virtuales se han borrado, pero las físicas y políticas siguen existiendo y crearon un conflicto de intereses entre el arte, la política y la economía. Mientras el arte necesita viajar sin restricciones o barreras, las políticas internacionales y las estrategias económicas comerciales frenan el impulso de los creadores y trabajadores del arte.

También, y a partir de la pandemia, el mundo del arte y la cultura se ha tenido que volcar totalmente hacia la era digital. Los artistas se han visto obligados a adaptar sus propuestas a una nueva realidad, algo que no muestra la verdadera esencia de su quehacer, pero que es necesario adoptar para tener más oportunidades y, sobre todo, para generar una movilidad internacional a bajo costo. Como lo expresó María Paulina Soto, se están creando nuevos modelos de gestión los cuales benefician a la comunidad. Del otro lado de la moneda, se encuentran las instituciones culturales, con énfasis en las latinoamericanas, que no cuentan con un presupuesto destinado a la movilidad. Además de que no han evolucionado, como se creía que pudiera ocurrir en la pospandemia. Así lo piensa David Baile:

Tristemente concuerdo que, a pesar de que durante la pandemia se habló de las necesidades de cambio, muchas de las instituciones que son nuestros miembros regresaron a la forma de trabajo como era antes. En parte porque es la manera en que lo saben hacer y para tratar de recuperar lo perdido. Lo entiendo, pero creo que pasamos momentos fuertes y no aprovechamos la necesidad de cambio como lo tuvimos que haber hecho.

El papel que juega cada actor dentro de la movilidad artística es esencial para entender cómo se relacionan entre ellos. Si bien, todos los entrevistados dijeron que no era necesario que los exportadores e importadores tuvieran un perfil en específico, sí de contar con ciertas herramientas que se vuelven más complejas que la de los agentes comerciales dedicados al área internacional, ya que deberán conocer temas importantes como administración, marketing o tributación internacional, entre otros. Asimismo, requiere tener la sensibilidad para saber que lo que se está movilizándolo es mucho más complejo que mera mercancía.

Un tema en que los importadores y exportadores están de acuerdo, a la hora de movilizar su propuesta o proyecto, es que son más los beneficios sociales, culturales y de aprendizaje que logran conseguir en corto y mediano plazo, a diferencia de los económicos. Este último llegará a partir de ciertas estrategias que se implementen, pero será a largo plazo.

También se requiere conocer quiénes son los facilitadores y cómo consiguen el apoyo para que se pueda concretar de manera exitosa la movilidad. Por lo general, se puede pensar que instituciones como embajadas, a través de sus agregados culturales, son capaces de generar proyectos de movilidad. Lo cierto es que, como lo señala Eduardo Cruz, su papel ha disminuido. Por eso hay que encontrar nuevas estrategias, por medio de otras instancias, pero sin descuidar la diplomática.



Los exportadores e importadores buscan el apoyo gubernamental de su país de residencia, pero pocos exploran otro tipo de ayuda como lo pueden dar las empresas privadas (tanto nacionales como extranjeras) y organismos internacionales. Y como expresó Mariana Arteaga, pocos se plantean la idea de invertir en la movilidad. Esto significa que deberán gestionar sus propios recursos para asistir a encuentros, mercados escénicos, festivales, etc. Es ahí donde lograrán crear una serie de contactos de peso que facilitarán en un futuro la movilidad.

Los retos presentados en esta guía son los más relevantes a la hora de movilizar propuestas artísticas y se presentaron de manera general enfocados en cuatro regiones: Unión Europea y Estados Unidos, como los principales mercados donde se quiere movilizar propuestas; México y Chile como representantes de Latinoamérica. De cualquier forma, se debe entender que cada país tiene su propia legislación. Debo de recalcar que cada proyecto de movilidad es único.

La función de esta guía es únicamente dar a conocer a los interesados los trámites que pueden llegar a ser complejos o que, por alguna razón, no se les da la pertinencia necesaria; por otro lado, para darles una idea de cuáles son los organismos que intervienen y facilitan la construcción de un proyecto internacional.

Es común encontrarnos con proyectos artísticos que no cuentan con un gran apoyo económico, por lo que es primordial crear buenas estrategias de recaudación de fondos. Además de contar con un líder que logre sortear los obstáculos que conlleva el sinnúmero de procesos administrativos, como visas, impuestos, entre otros. Afrontar este tipo de trámites llega a ser complicado, estresante y cansado, debido a que se trabaja con burocracias internas de cada país. No importa qué región sea o si se trata de un país en desarrollo o no, los procesos administrativos serán siempre complejos y burocráticos. Lo más importante es contar con los conocimientos administrativos suficientes o designar a una persona que pueda hacer este tipo de trabajo. Sobre todo, diseñar una buena planeación que nos garantice tener el tiempo suficiente para cada trámite y obstáculo.

Para finalizar, la recomendación a la que hicieron mayor énfasis todos los entrevistados es desarrollar la habilidad de la comunicación en todos los ámbitos. Desde el idioma, el lenguaje propio de la propuesta, la comunicación con los interesados, con el público, los contratos, etc. Cabe recordar que Lorena Martínez comentó que es preciso dominar otros idiomas, si la estrategia es movilizar el trabajo hacia países con otra lengua. De igual forma, sugiere que la propuesta, aun siendo en español, no contenga tantos localismos, ya que puede ocasionar una barrera comunicativa con el público:

Se deben analizar las obras listas para viajar y comprobar que funcionen en cada lugar. Hay que analizar qué es internacionalizable y qué no.

Antes de viajar, se deben sentar y responder algunas preguntas para tener muy claro el motivo del viaje. Estas preguntas pueden ser: ¿para qué quiero internacionalizar mi trabajo? ¿Es viajar sólo por viajar? ¿Qué

se tiene que hacer para lograrlo? ¿Qué quiero obtener? ¿Reconocimiento? ¿Contactos para futuro? ¿Para otro proyecto?).

Aunque este punto de vista es desde la exportación, también es aplicable a todos aquellos que quieran llevar propuestas a sus países. Una obra por el hecho de que haya tenido éxito en otro país, no significa que lo tendrá en el país al que se quiere ingresar. Se debe conocer el contexto actual de cada país, así como el idioma, para determinar si es posible o no el ingreso de dicha propuesta.

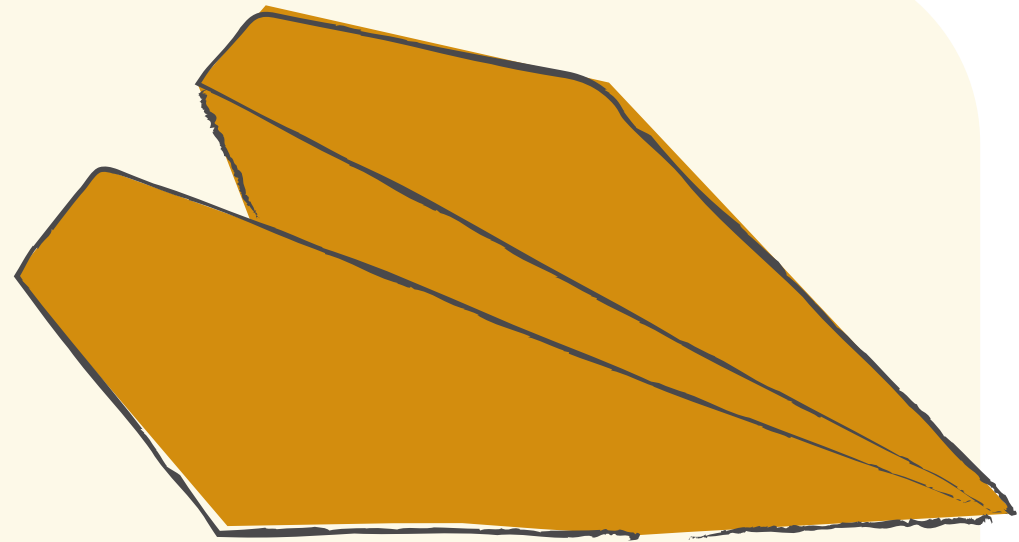
Otra área dentro de la comunicación es la que tiene que ver con cada una de las personas que integra el sistema de la movilidad artística. Una de las recomendaciones de Markus Rindt para los exportadores es encontrar un representante en el país al que se viajará.

Es esencial que encuentres a alguien en la ciudad a donde se viaja. Por ejemplo, para las presentaciones que hicimos en México encontramos a un alemán que ha vivido ahí por veinte años, y habla muy bien español. Fue muy fácil comunicarme con él por Skype o teléfono casi todos los días para desarrollar el proyecto. Mi experiencia es que, si no tienes un manager local, es más difícil de realizar un proyecto.

Un ejemplo negativo fue el que tuvimos en una gira por Israel, West Bank. Nos recomendaron a un manager local, pero que resultó poco eficiente. El problema fue la comunicación, ya que no reportaba el progreso del proyecto, la información de las reuniones a las que acudía, los acuerdos que cerraba... Nunca supimos qué hacía y se convirtió en un gran problema. Por suerte, encontramos a otra manager que era una mujer alemana que vivía en Tel Aviv. Ella fue muy buena elección. Fue una gran decisión.

La comunicación es el obstáculo más grande al que se pueden enfrentar los trabajadores de las artes escénicas y musicales, junto con la diferencia del idioma y las costumbres entre cada país. A pesar de que la tecnología ha hecho posible acercar a las personas, la imposibilidad de poder asistir a una reunión cara a cara, o realizar una llamada telefónica, hace que el proceso sea lento y, en algunas ocasiones, con muchos obstáculos. Por ejemplo, cuando se escribe un mail o se deja un mensaje, es raro que se comuniquen o haya una respuesta inmediata.

Es por esto que se debe seguir estudiando e investigando acerca del fenómeno de la movilidad artística. A partir de los impedimentos y retos que surjan como resultado de los análisis de cada territorio, como los presentados en esta guía, se podrán crear o modificar las políticas culturales internacionales referentes al tema, así como diseñar nuevos programas de financiamiento por parte de instituciones nacionales e internacionales



Entrevistas y recursos bibliográficos

LIBROS

- Allen, P. (2007). *Artist Management for the Music Business*. Borrego Publishing.
- Atlas, A. W. (2002). *La música del renacimiento*. Ediciones Akal España.
- Baranchuk, M. (2007). *Mecenazgo cultural: estado, poder y Financiación de las expresiones artísticas*. Araraquara
- Biederman, D., Silfen, M., Berry, R., Pierson, E., & Glaser, J. (2001). *Law and business of the entertainment industries*. Praeger Publishers.
- Castells, M. (2001). *La era de la información. Volumen II, El poder de la identidad*, Siglo Veintiuno Editores.
- Farinha, C. (2012). *Bound to mobility: the building up of a performing arts community in the European Union*. Facultad de Letras de la Universidad de Porto.
- Gómez de la Iglesia, R. (2011). *Manual práctico para la búsqueda de patrocinio*. Colección Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya.
- Herreros O. (2011). *Guía jurídica para la movilidad cultural en España*. Infopunto PRACTICS.
- Jonhson, J. (2002). *Who Needs Classical Music? Cultural Choice and Musical Value*. Oxford University Press.
- Klaic, D. (2007). *Mobility of imagination*. Budapest. Center for Arts and Culture Central European University.
- Palencia-Lefler, M. (2007). *Donación, mecenazgo y patrocinio como técnicas de relaciones públicas al servicio de la responsabilidad social corporativa*. Universitat Pompeu Fabra.
- Poláček, R. (2007). *Impediments to mobility in eu performance sector and possible solutions*. Mobile.Home, IETM – International Network for Contemporary Performing Arts/Pearle – Performing Arts Employers Associations League Europe.
- Simonet, A. (2014). *Making your life as an artist*. Published by Artists U.
- Staines, J. (2010). *Excited atoms. An exploration of virtual mobility in the contemporary performing arts*. On the Move research dossier
- Staines, J. (2009). *International mobility and networking*. Published by Russian Theatre Union and Seeds of Imagination.
- Staines, J. (2009). *Movilidad de las artes escénicas: Obstáculos, retos y oportunidades*. Ediciones y Publicaciones Autor S.R.L.
- Reitov, O., Hjorth, H. (2008). *VISAS / the discordant note: a white paper on visa issues, Europe & artists' mobility*. FREEMUSE | ELMF | ECA.
- Yeoman, I., Robertson, M., Ali-Knight, J. (2004). *Festival and Events Management An international arts and culture perspective*. Elsevier Butterworth- Heinemann.
- Artículos y notas periodísticas
- Avcioğlu, N., Barry, F. (2010). *Globalizing Cultures: Art and Mobility in the Eighteenth Century*. *Ars Orientalis*, vol. 39. 7-38.
- Casani, F., Rodríguez- Pomedá, J., Sánchez, F. (2012). *Los nuevos modelos de negocio en la economía creativa: Emociones y redes sociales*. *Universia Business Review*, (número de páginas) Primer trimestre.
- Castañeda, I. (2014). *Apuestan roqueros por los patrocinadores.*, Milenio: en: http://www.milenio.com/hey/musica/Apuestan-roqueros-patrocinadores_o_230976926.html



EFE. (2013). Uruguay acusa a Argentina de vulnerar Mercosur por exigir visa a sus artistas. 14 /10/2013, ABC Sitio web: <https://www.abc.com.py/internacionales/uruguay-acusa-a-argentina-de-vulnerar-el-mercosur-628304.html>

Galindo, J. (2009). Comunicología de la Cultura y Tratado de Libre Comercio de América del Norte: Sistemas De Información Y Sistemas De Comunicación En La Vida Nacional Y Transnacional el Tratado de Libre Comercio y La Cultura. Mirada Quince Años Después. Razón y Palabra, vol. 70, 1-12.

Giorgi, L. (2003). Sustainable mobility, challenges, opportunities and conflicts – a social science perspective. International Social Science Journal, vol. 55, 176-179.

Jaque, J. (2010). Principios E Introducción A La Doble Tributación Internacional. Revista Impuestos. No. 162.

Loredo, A. (2012). Derecho Comparado: Derecho de Autor y Copyright. Dos caminos que se encuentran. Portal for e-government, digital inclusion and the knowledge society en: <https://egov.ufsc.br/portal/conteudo/derecho-comparado-derecho-de-autor-y-copyright-dos-caminos-que-se-encuentran>

Ocampo, J. (1991). Las Nuevas Teorías del Comercio Internacional y los Países en Vías de Desarrollo. Pensamiento iberoamericano, 20, 193-214.

Pellegrino, G. (2013). Queja uruguaya: Argentina les exige visa a sus artistas. El Clarín Sitio en: http://www.clarin.com/politica/Queja-uruguaya-Argentina-exige-artistas__o_1011498868.html

Rivas, F. (2014). Productoras podrían subir precios de entradas a conciertos tras quedar en la mira del SII. Biobio Chile en: https://www.biobiochile.cl/noticias/2014/07/21/productoras-podrian-subir-precios-de-entradas-a-conciertos-tras-quedar-en-la-mira-del-sii.shtml#google_vignette

Talero, M. (2013). Export Area Manager uno de los perfiles más demandados por las empresas españolas. GBS Recursos Humanos en: <https://www.gbsrecursoshumanos.com/blog/export-area-manager-uno-de-los-perfiles-mas-demandados-por-las-empresas-espanolas/>

ESTUDIOS Y REPORTE

Di Federico, E., Le Sourd, M. (2012). Artists' mobility and visas: a step forward Final report of On the Move's workshop on artists' mobility and Schengen visas. On the Move.

Gómez, M., Davida, I., Albarrán, M., Malgesini, G., El Harchi, Y. (2010). Migraciones y codesarrollo en la relación entre la Unión Europea y América Latina y el Caribe. CELARE.

González, T. (2010). Plan estratégico para la internacionalización de las artes escénicas de Euskadi. Escena internacional BCN.

Instituto Nacional de las Artes Escénicas y de la Música. (2010). La movilidad de artistas y producciones de artes escénicas y música en la Unión europea. Reunión de Directores Generales y responsables de artes escénicas y música de los Ministerios de Cultura de los países miembros de la Unión Europea. Ministerio de Cultura de España.

López, J. (2005). La política cultural como instrumento de la política exterior de México. [Tesis de Licenciatura]. Universidad de las Américas Puebla.

Montiel, E. (2010). Diplomacia cultural un enfoque estratégico de política exterior para la era intercultural. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco).

Open Method of Coordination (OMC) Working Group of EU Member States' Experts on Cultural and Creative Sectors. (2014). Good practice report on the cultural and creative sectors' export and internationalization support strategies. European agenda for culture, work plan for culture 2011-2014. Publish by Shutterstock.

Poláček, R. (2010). Artists Moving and Learning, National Report – Belgium. Prepared by Mediana Consulting and Project Management.

San Cristobal, B. (2022). Re | pensar las políticas para la creatividad. Plantear la cultura como un bien público global. Unesco.

Staines, J. (2004). Artists' International Mobility Programs D'Art Reports. International Federation of Arts Councils and Cultural Agencies.

USC Center on Public Diplomacy at the Annenberg School. (2014). A New Era in Cultural Diplomacy: Rising Soft Power in Emerging Markets. Conference Report. Publish by USC Public Diplomacy.

ENLACES O HIPERVÍNCULOS PARA CONSULTA EN LÍNEA:

Agencia Mexicana de Cooperación Internacional para el Desarrollo: www.gob.mx/amexcid/que-hacemos

Artists from abroad: www.artistsfromabroad.org

Australian Performing Arts Market: www.apam.org.au/

Centro de las Artes de Canadá: www.nac-cna.ca/en/

Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio: www.cultura.gob.cl/

Secretaría de Cultura de México: www.gob.mx/cultura/

Coordinadora de Ferias de Artes Escénicas del Estado Español (COFAE): www.cofae.net/

Departamento de Extranjería y Migración de Chile: www.extranjeria.gob.cl

Dirección de Asuntos Culturales del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto de Argentina: <https://www.cancilleria.gob.ar>

Dirección General de Asuntos Internacionales de la Secretaría de Cultura: www.cultura.gob.mx/dgai/#.VIGxUMnbFSE

Embajada de Bélgica en Chile: <https://diplomatie.belgium.be/en>

Estímulo Fiscal a Proyectos de Inversión en la Producción Teatral Nacional: www.inba.gob.mx/efiartes2022

Euro-Lex Access to European Union Law: www.eur-lex.europa.eu/homepage.html?locale=es

GIRART Mercado de las Artes Escénicas y la Música de Argentina: www.girart.org/

IBERESCENA: www.iberescena.org/

IEG Sponsorship Consulting: www.sponsorship.com

Información acerca del visado Schengen: www.visadoSchengen.com/

Información de Incoterms, Exportación e Importación en México: www.comercioyaduanas.com.mx/

International Society of the Performing Arts (ISPA): www.ispa.org

Institute for Cultural Diplomacy: www.culturaldiplomacy.org

Internal Revenue Service (IRS) de Estados Unidos: www.irs.gov



Instituto Nacional de Bellas Artes de México <https://inba.gob.mx/ConoceInba/Misioninba>

Instituto Nacional de Migración de México: <https://www.inm.gob.mx/spublic/portal/inmex.html>

Organización de Estados Iberoamericanos: www.oei.es

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD): www.oecd.org

Mercado Común del Sur – MERCOSUR: www.mercosur.int/

Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europa y Cooperación de España <https://www.exteriores.gob.es/Consulados/nador/es/Consulado/Documents/Visados/VIS/14.pdf>

Nanthaveth and Associates: <https://austinimmigrationattorney.com/>

Performing Arts Market in Seoul: <http://en.pams.or.kr/>

Red Salas de Teatro de Santiago: <https://redsalasdeteatro.cl>

Secretaría de Hacienda y Crédito Público: www.sat.gob.mx

Secretaría de Relaciones Exteriores de México: www.sre.gob.mx

Servicio de Impuestos Internos de Chile: www.sii.cl

SchengenVisa Info: <https://www.Schengenvisainfo.com/es/Schengen-paises/>

Sistema de Apoyos a la Creación y Proyectos Culturales: <https://sistemacreacion.cultura.gob.mx/>

Sistema de Información sobre comercio exterior de la Organización de los Estados Americanos (OEA): www.sice.oas.org/trade/mrcsrs/decisions/dec1603s.asp

Sociedad Chilena del Derecho de Autor (SCD): www.scd.cl

Sociedad General de Autores y Editores (SGAE): <https://www.sgae.es/wp-content/uploads/2022/10/Glosario-de-Terminos.pdf>

Sociedad de Autores Nacionales de Teatro, Cine y Audiovisuales (ATN): www.atn.cl

Sociedad General de Autores y Editores (SGAE) de España: www.sgae.es/

The Saison Foundation: www.saison.or.jp/en/

U.S Citizenship and Immigration Services (USCIS): www.uscis.gov

AGRADECIMIENTOS

Para crear esta guía me acerqué a diversas instituciones y especialistas del intercambio internacional y la gestión cultural con el propósito de entrevistarlos. Doy las gracias por el apoyo otorgado a cada una de las personas que participaron, por el tiempo, conocimientos y experiencias aportadas a esta investigación. Así pues, agradezco a:

- Mariana Arteaga Vázquez, coreógrafa, directora y gestora internacional, de México.
- David Baile, director general del International Society for the Performing Arts (ISPA), de E.E.U.U.
- Eduardo Cruz Vázquez, periodista, gestor cultural, ex diplomático y analista del sector cultural. Fundador e integrante del GRECU, de México.
- César Cuadra Bastidas, director general de la Sociedad de Autores Nacionales de Teatro, Cine y Audiovisuales de Chile (ATN).
- Lily Duffau Morales, Programadora del Centro Cultural de España en Chile.
- Horacio Franco, flautista y director musical, de México.
- Carmen Gloria Larenas De La Fuente, directora general del Teatro Municipal de Santiago, de Chile.
- Patricia Lobos, encargada del área de Artes Escénicas de la División de las Culturas, las Artes, el Patrimonio y Diplomacia Pública, de Chile.
- Rafael Luna Pimentel, gestor cultural y exgerente de la Orquesta de Cámara de Bellas Artes, de México.
- Lorena Martínez Mier, productora y gestora cultural, de México
- Roberto Mejía Murillo, ex director de operaciones en la Orquesta Filarmónica de la Ciudad de México.
- Nicole Merritt, coordinadora de programación y desarrollo del International Society for the Performing Arts (ISPA), de E.E.U.U.
- Markus Rindt, gerente de la Dresdner Sinfoniker, de Alemania
- María Emilia Sosa Cáceres, docente y miembro de la Orquesta de Instrumentos Autóctonos y Nuevas Tecnologías, de Argentina
- María Paulina Soto Labbé, investigadora, docente y gestora cultural, de Chile.
- Alejandra Szczepaniak, ex arts manager del British Council de Chile
- José Yáñez Henríquez, director académico del Centro de Estudios Tributarios en la Facultad de Economía y Negocios - Universidad de Chile, de Chile.

Por último, pero no menos importante, a Pablo Medel, por su asesoría y buenos consejos.



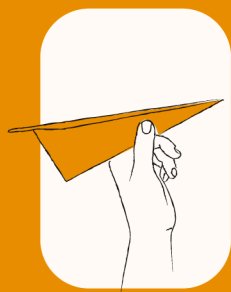
Fotografía: Mario Castañeda Casillas

José Luis Espinosa Torres (Ciudad de México, 1981) es Project Manager y Gestor Cultural con experiencia de más de 15 años en el sector privado y público, este último dentro de los tres niveles: federal, estatal y municipal.

Estudió en el Centro de Investigación y Estudios de la Música (CIEM), donde obtuvo el grado de Crítico Musical otorgado por el Trinity College de Londres, Inglaterra. Cuenta con especialización y maestría en Gestión Cultural por parte de la Universidad de Chile. Su tesis, investigación sobre la cual se desprende este libro, fue guiada por el actual Subdirector General de Cultura de la UNESCO, Ernesto Ottone.

En el ámbito de la gestión cultural, ha desempeñado roles destacados como Director de Difusión Cultural en el Instituto Politécnico Nacional, Director del Complejo Museístico La Constanza Mexicana de Puebla, y Subdirector de Música en la Secretaría de Cultura de Puebla, entre otros cargos relevantes. Asimismo, ha colaborado con instituciones de renombre como el Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA), donde coordinó giras artísticas de danza, teatro y música, y también ha colaborado en agencias independientes como APMC Marketing Cultural, dedicada a la representación de músicos de renombre como Horacio Franco.

En el área de la promoción artística ha sido productor de conciertos de rock, jazz y música clásica, así como booker en México y Latinoamérica de los músicos Jef Neve (Bélgica), Alexi Tuomarila (Finlandia), el grupo jazz/rock Dock In Absolute (Luxemburgo), entre otros.



Guía de vuelo

Un acercamiento a la movilidad internacional
de las artes escénicas y musicales

José Luis Espinosa Torres



PUEBLA
Un gobierno *presente*



Secretaría
de Cultura