

FORO INTERNACIONAL

“Responsabilidad Social en Cultura”

Lunes 24 y martes 25 de enero del 2011
Centro Cultural de San Marcos
INGRESO LIBRE

Organiza:



Con el apoyo de:



En el marco del
Proyecto Eje Central



No es común asociar el concepto de responsabilidad social al sector de la cultura y las artes. De hecho en el Perú, si bien en la práctica encontramos casos de empresas e instituciones que se interesan por la cultura, a nivel académico y de análisis de buenas prácticas, no se han generado espacios de reflexión y debate que analicen los beneficios mutuos que puede generar la alianza entre la empresa y la cultura en el campo de la responsabilidad social.

Pero, ¿qué entendemos por responsabilidad social? En un informe del 2007 elaborado por *Oxfam Internacional* en el Perú, se menciona que dicho concepto “en sus inicios se refería prioritariamente a actividades de corte caritativo, y hoy involucra una noción mas amplia, que está vinculada a una forma de hacer negocios considerando los impactos sociales, ambientales y económicos de la actividad empresarial e integrando en su accionar el respeto a principios éticos, la salud y seguridad ocupacional, las buenas prácticas laborales, el respeto a los derechos de las personas y el cuidado del medio ambiente”¹.

Como vemos, desde un punto de vista antropológico, la cultura aparece incluida en la definición de responsabilidad social pero desde un punto de vista de gestión y políticas culturales, dicho concepto aparece más vinculado al medio ambiente que a la cultura.

Por su lado, para *Perú 21*, una asociación civil sin fines de lucro, la “responsabilidad social de las empresas es la forma ética de gestión que considera e incluye las expectativas de todos los grupos de interés para lograr el desarrollo sostenible (crecimiento económico, desarrollo social y sostenibilidad ambiental)”. En esta definición, nuevamente no se alude directamente a la cultura, aunque podemos entender que el interés por el desarrollo social alude también al desarrollo cultural.

La responsabilidad social se asociaba en el pasado a la filantropía, es decir, la financiación de un proyecto por el mero hecho de sentirse identificado con él. Luego, la responsabilidad social se definió como aquella acción empresarial que reemplazaba al Estado. Actualmente, el sentido de la responsabilidad social es el de fomentar la inclusión social, es decir, preocuparse por la formación de las personas, fomentar su participación, apoyar a las pequeñas y medianas empresas para que se formalicen, mejoren, y crezcan, formar buenos proveedores, trasladar conocimiento, etc.

Ser socialmente responsable es, y así lo definía Luis Velasco, experto español en el tema, “como ser un buen vecino y si lo eres, lo más normal es que te vaya mejor”. De hecho, al día de hoy, los consumidores son cada vez más exigentes y responsables cuando compran un producto, en tanto se preocupan por el comportamiento de la empresa que lo elabora. Ser socialmente responsable es conseguir resultados sostenibles pero también es seguir creciendo a la par que se cuida el medio ambiente, se protege y cuida a las personas que laboran en la empresa, se atiende a la comunidad, y se escucha al entorno.

El sector cultural peruano ha logrado sobrevivir a una inercia estatal gracias al interés de algunas empresas nacionales y organismos internacionales, que sin mayor incentivo o reconocimiento, han apostado por la cultura. En el Perú, destacan las entidades de la cooperación internacional, (AECID y el Centro Cultural de España, la Alianza Francesa, el ICPNA, el Centro Cultural Británico y algunas embajadas), las fundaciones (Fundación Telefónica, Fundación Endesa, Fundación Wiese, Fundación Backus, etc.) y las áreas de relaciones públicas y marketing de empresas como Claro, algunos bancos, AFPs, entre otros. La apuesta de estas entidades –aunque debemos diferenciar la lógica de la cooperación internacional de la responsabilidad social de la empresa privada- se ha traducido tanto en diseñar sus propios proyectos culturales como en apoyar financieramente a proyectos de terceros. Sin embargo, hay algunos desencuentros entre ambos sectores.

Por el lado de la cultura, la búsqueda de fondos económicos es incesante y agotadora, tanto por que la gama de empresas dispuestas a apoyar es relativamente pequeña y todos terminan tocando las mismas puertas o porque los proyectos que se elaboran no encajan con las políticas e intereses de las empresas que actúan en el país. Muchas veces, la vehemencia del artista no le permite analizar previa

¹ OXFAM INTERNATIONAL / SOCIAL CAPITAL GROUP (2007). *Responsabilidad Social Empresarial en el sector minero en el Perú*.

y fríamente, las estrategias y políticas culturales que desarrolla la empresa a la que ha decidido acercarse. En realidad, el profesional de la cultura compete con otros proyectos culturales, muchas veces de su misma especialidad pero también compete con proyectos que provienen del campo educativo, deportivo, turístico, medioambiental, etc.

Por el lado de la empresa, encontrar aliados serios y capaces en el sector cultural de producir y gestionar iniciativas culturales creativas, innovadoras y de calidad ha resultado ser una tarea igual de compleja. Además, el lenguaje empresarial que exige indicadores, resultados, presupuestos y metas bien planteadas ha sido inentendible por mucho tiempo para el profesional de la cultura y las artes.

La relación entre las empresas y el sector cultural se ha limitado a ser una relación entre un mendigo que pide y un millonario que niega su ayuda, cuando en realidad sabemos que la relación puede ser beneficiosa para ambas partes en tanto la cultura se convierte en la mejor aliada para las empresas que buscan la inclusión social y el desarrollo social integral. Los creadores y gestores de la cultura deben acercarse a las empresas con la seguridad de llevar consigo, proyectos que solucionan y ayudan a las empresas a relacionarse mejor con su comunidad, a mejorar su imagen y a lograr sus objetivos sociales.

El valor del proyecto cultural puede ser enorme y puede superar con creces al valor monetario que recibe a cambio. Una película, una exposición de arte, una obra de teatro o danza, un libro, una excavación arqueológica o una nueva producción musical pueden suponer una transformación de mentes y comportamientos en la sociedad de forma más contundente que otros productos que no conllevan el mismo valor simbólico de la cultura. Lo que falta probablemente es que tanto el empresario como el creador reconozcan este valor, el primero, comprendiendo el alcance de la inversión en cultura y el segundo, atendiendo al mismo tiempo, sus necesidades.

Con el objetivo de analizar a profundidad los problemas que enfrentan los artistas y gestores culturales peruanos en su búsqueda de financiamiento para sus proyectos ante la empresa privada y los problemas que enfrentan los empresarios al momento de tomar decisiones financieras sobre los proyectos –culturales o de otros sectores- en los que van a invertir, es que la *Asociación Cultural Arena y Esteras*, con el apoyo de la asociación civil *Tándem, gestión cultural para el desarrollo* y el *Centro Cultural de San Marcos*, en el marco del proyecto **Eje Central: La emprendeduría sostenible para el desarrollo cultural** que lidera ITD con el auspicio de la AECID, vienen organizando un foro internacional denominado “Responsabilidad Social en Cultura”, programado para los días 24 y 25 de enero del 2011.

El foro busca reunir a gestores y creadores de la cultura y a empresarios preocupados por la responsabilidad social para analizar conceptos, intercambiar experiencias, conocer las expectativas de cada sector y acercar posiciones que les permita trabajar en conjunto con resultados beneficiosos para ambos lados. Para ello, se han planteado mesas con expertos académicos en responsabilidad social, mesas con empresarios con amplia experiencia en la gestión y financiación de la cultura y mesas con gestores y creadores con mayor o menor éxito en la búsqueda de empresas aliadas para sus proyectos culturales. Tanto al inicio como en la última mesa del foro, se compartirá con los asistentes los objetivos, resultados y experiencias del Proyecto Eje Central en cada país participante (Perú, Chile y Bolivia), espacios que permitirán además abordar la lógica y necesidad de contar con redes culturales.

¡Los esperamos!

Diana Guerra Chirinos

Tándem - Gestión Cultural para el Desarrollo

Programa Tentativo
Foro Internacional
“Responsabilidad Social en Cultura”

Lunes 24 de Enero del 2010

2:30 p.m. Registro de Participantes

3:00 pm. Inauguración del Foro y presentación del Proyecto Eje Central (ITD - AECID)

3:30 pm. Mesa 1: Responsabilidad Social en Cultura. ¿Qué es y cómo se aplica al sector cultural?

Joan Pedregosa (ITD, España)

Rafael Varón Gabai (Varón Consultores Asociados)

Alfredo Luna (CENTRUM, Católica)

4:30 pm. Mesa 2: Relaciones e intercambios entre el sector cultural y las empresas: la óptica empresarial

Cristóbal Gumucio (Coordinador Eje Central Chile)

Álvaro Carulla Marchena (Banco Crédito del Perú)*

Daniel Alfaro (Ministerio de Cultura del Perú)

María José Egaña (Trinomio gestión Cultural Chile)

6:00 pm. Receso.

6:30 pm. Mesa 3: Relaciones e intercambios entre el sector cultural y las empresas: los gestores culturales.

Ana Sofía Toguchi (Asociación Cultural Arena y Esteras)

Vanessa de Britto (Coordinadora Eje Central Bolivia)

Lucho Quequezana (Músico)

Diana Guerra (Tándem, Gestión Cultural para el Desarrollo)

Martes 25 de Enero del 2011

2:30 p.m. Registro de Participantes

3:00 p.m. Mesa 4: Balance de la responsabilidad social en cultura en el Perú

Mauricio Salas (Ministerio de Cultura del Perú)

Fernando Torres (ICPNA)

Luis Repetto (Museo de Artes y Tradiciones Populares de la PUCP)

Guillermo Cortés (Coordinador Eje Central Perú)

4:30 pm. Mesa 5: Casos de Responsabilidad Social en Cultura

Marco Aveggio (Fundación Wiese)*

Mirko Chang (Asociación Ancash – Compañía Minera Antamina S.A)

Mariella Vera (Asociación Atocongo-Cementos Lima)

Claudio Sarmiento (Fundación Banco de la Nación)

6:00 pm. Receso.

6:30 pm. Mesa 6: Experiencias locales del Proyecto Eje Central: La generación de redes culturales en Latinoamérica.

Mariana Pfenniger (ITD, España)

Bolivia:

- El Bunker - La Paz

- Martadero - Cochabamba

Chile:

- CECAL - Chillán

- Centro Cultural Casablanca - Casablanca

Perú:

- Asociación Cultural Arena y Esteras – Villa El Salvador

- Centro Cultural Centenario - Chimbote

8:00 pm. Clausura.

* Por confirmar

**Dirección CC San Marcos: Av. Nicolás de Piérola 1222 - Parque Universitario -
Centro Histórico de Lima**