

Testimonios del difícil arte de generar emprendimientos culturales

EMPRENDE CULTURA. Autores en Vivo de Agadu, Majareta Producciones y el sello discográfico Contrapedal fueron los casos de éxito que se mostraron en el inicio del programa que pretende potenciar los proyectos culturales

POR CAMILO ACOSTA
ESPECIAL PARA EL OBSERVADOR

El desafío de hacer negocios en la industria cultural, es una posta que ha tomado **Emprende Cultura**, una iniciativa financiada por la Unión Europea que involucra a varios departamentos del país. Este programa se plantea como un proceso de tres años, y su puntapié inicial fue dado la semana pasada con un seminario de dos días realizado en el Centro Cultural de España con exponentes de la industria de Alemania, España, Italia, Francia, Brasil, Argentina y Uruguay.

Uno de los casos de éxito analizados en esa instancia fue el ciclo de especiales "Autores en vivo" de la Asociación General de Autores del Uruguay (Agadu), que "surgió ante la detección de una carencia de música nacional en los medios", explicó el directivo de la institución y músico fundador de la banda Cursi, Diego Drexler.

Cada autor que participa en el ciclo -más de cien artistas al momento- percibe derechos por cada emisión, además de "estar exportando cultura".

La selección de los artistas que participan del ciclo tiene como premisa "ser autor registrado en Agadu, ser profesional y contar con un repertorio de música propia". En marzo fue filmado un nuevo ciclo con 30 nuevos artistas emergentes.

"Aquel que tenga una idea o un proyecto que se acerque a Agadu. Yo lo pienso como una startup. Todo proyecto se puede desarrollar, está en nuestra carta institucional", reflexionó el bajista sobre el objetivo del organismo. El músico anunció, además, que se está manejando para un futuro cercano extender el ciclo al teatro, danza y otras manifestaciones artísticas.

Tras haber agotado los canales de difusión a nivel nacional, los productores decidieron exportar el producto. "Cerramos un acuerdo con la red TAL (Televisión de América Latina), integrada por 23 países y 283 canales y el año pasado se empezó a emitir el primer ciclo del programa". Drexler también comentó que productores argentinos se vieron interesados en el proyecto y llevaron a ocho artistas que participaron de ese ciclo a tocar en vivo en la otra orilla.

Artesanal boutique

Otra agente activa de la industria cultural uruguaya es la fundadora y directora de la productora de espectáculos Majareta Producciones, Verónica Piana.

La empresaria -licenciada en Comunicación-, habló acerca de



Diego Drexler, quien basó su oratoria en base al ciclo Autores en vivo. GENTILEZA ANTONUGO DE VERGOTTINI

sus inicios. "Tuve la suerte de haber entrado a trabajar con 19 años al equipo comercial de radio Espectador. La música y la producción no estaba en mis planes, se fue dando", relató.

Para la directora de Majareta, el factor más importante para la reputación que logró su productora fue la cuidada selección de los artistas con los cuales trabajó. En esa búsqueda, se da la comunión entre la productora y el artista Jorge Drexler. "Empezamos a trabajar con él en un momento muy complicado, en plena crisis de 2002. Era mayo y estábamos por empezar la gira de su disco

Sea por el interior del país. Le dije: 'Jorge, es imposible hacer esto, la gente tiene miedo, nadie va a gastar plata, es un caos', a lo que él me contestó: 'Vero, hagámoslo, como sea', y la hicimos. Ése es el espíritu que destaco", recordó la promotora de espectáculos.

Piana recalcó los valores que siempre estuvieron en ella y en su equipo para que los objetivos se cumplan: creatividad, confianza, perseverancia y diseño. "El sello artesanal boutique, es el sello de Majareta. Le ponemos la misma cabeza tanto a un show internacional (por ejemplo el de Aerosmith) como al de un artista de

menor talla", afirmó la manager del Cuarteto de Nos.

Ganar vínculos

Diego Viera es el coordinador general del sello discográfico y productora Contrapedal y además es gestor cultural y agente de prensa. Durante el seminario contó que el mercado al que apunta Contrapedal es de carácter internacional, teniendo como artistas bandera a Dany Umpi, Franny Glass y Max Capote. "Son artistas alternativos, tienen mucho más seguidores en el exterior que en Uruguay porque este es un mercado muy chico", afirmó.

"Con \$ 5.000 por mes los Centros MEC no pueden hacer nada".

Diego Viera

GESTOR DE CULTURA Y AGENTE DE PRENSA. COORDINADOR GENERAL DE CONTRAPEDAL.

Uno de los platos fuertes de la productora, es el festival "alternativo" Fest Contrapedal, que el año pasado recibió el apoyo del Programa de Fomento de las Músicas Iberoamericanas, Ibermúsicas. Esto posibilitó a la productora contratar a una "docena de artistas" de otros países, como Brasil, Colombia, Argentina, España y Argentina.

Destacó la importancia de "generar redes" tanto en el interior como en el exterior. "Veo que nadie tocó el tema del interior, me parece genial que se hable de Europa, pero en el interior con \$ 5.000 por mes los Centros MEC no pueden hacer nada", criticó.

Junto a otros actores del rubro y con "mucho trabajo de hormiga", Viera habló en el seminario sobre la Asociación de Managers y Productores del Uruguay (Prom - www.prom.uy), de la cual es directivo, y convocó fervientemente a todos los presentes en ese ámbito a que se adhieran si son trabajadores del rubro que "no esperan resultados a corto plazo".

En el mundo

La directora del instituto alemán Goethe en Uruguay, Elisabeth Lattaro, sobrevoló el panorama mundial de la industria cultural, y brindó detalles sobre la actuación del gobierno alemán en materia de cultura. Destacó lo importante de la "excelencia" a la hora de emprender en esa área.

Otra participación destacada, fue la del director del CCE, Ricardo Ramón, quien expresó su deseo de que en España pueda existir algún día un ministerio únicamente de cultura, a diferencia de Francia, como explicó el anterior orador (Christophe Dessaux).

Por otro lado, el español resaltó la carencia de festivales nacionales de alto nivel, incluso con la gran cantidad de turistas que ingresan al país, comparándolo con el fenómeno de la isla de Ibiza y su extensa oferta de música electrónica. Ramón se refirió a la isla como una "universidad de la música electrónica".

Kiko Mora, otro español, catedrático de la Universidad de Alicante, expuso el caso de éxito del sello discográfico "Indie" madrileño, "Subterfuge". ●

El desafío de descentralizar la cultura

●●● El ambicioso plan de acción de **Emprende Cultura**, apunta a la integración de todo el país, incluso del interior profundo. Así lo señaló a **Cafe y Negocios Emprendedores** el director del Centro de Innovación y Emprendedurismo de la Universidad ORT, Enrique Topolansky, quien integra la red de instituciones que lleva adelante **Emprende Cultura**. El programa ya recorrió todo el país con más de 25 lanzamientos del plan y con "una respuesta muy positiva" por parte de los actores de la industria.

"Al principio hubo gente que tenía miedo. Nos

decían: 'pero si ustedes hacen esto van a cerrar las convocatorias públicas y la financiación del Estado'. Eso no va a pasar. Nos parece injusto que un proyecto cultural tenga que depender solo del Estado", reflexionó Topolansky. El director del CIE de Universidad ORT -quien se reconoce como un "gran consumidor" de murga y música uruguaya- considera que **Emprende Cultura** "aporta a todos y ayuda a transparentar iniciativas que muchas veces quedan opacadas por falta de posicionamiento de producto".