

Olga Lasaga Millet, Carmen Parra Rodríguez,
Javier Barrycoa Martínez y Alejandro Belmonte Díaz

**LA PROFESIONALIZACIÓN
DE UNA VOCACIÓN:
EL CASO DE LAS ARTES**

GRANADA, 2019

COLECCIÓN BELLAS ARTES

© OLGA LASAGA MILLET, CARMEN PARRA RODRÍGUEZ,
JAVIER BARRAYCOA MARTÍNEZ Y ALEJANDRO BELMONTE DÍAZ

© UNIVERSIDAD DE GRANADA
Campus Universitario de Cartuja
Colegio Máximo, s.n., 18071, Granada
Telf.: 958 243 930 - 246 220
Web: editorial.ugr.es

ISBN: 978-84-338-6385-0

Depósito legal: Gr./138-2019

Edita: Editorial Universidad de Granada

Campus Universitario de Cartuja. Granada

Fotocomposición: Tarma, estudio gráfico. Granada

Diseño de cubierta: Tarma, estudio gráfico. Granada

Imprime: La Madraza. Albolote. Granada

Printed in Spain

Impreso en España

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra sólo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley.

Agradecimientos:

Durante dos cursos, comprendidos entre 2014 y 2016, un grupo de investigadores de diferentes universidades europeas hemos participado en una investigación en el proyecto OMEGA (Open More Employment Gates for Arts and Musics). Este programa ha sido financiado por el programa Erasmus+ de la Unión Europea cumpliendo todos los requisitos de calidad de los máximos organismos europeos centrados en la investigación.

En dicho proyecto se ha constatado la disonancia existente entre la formación y las necesidades del mercado de trabajo que vienen ofreciendo los departamentos musicales y artísticos de los conservatorios y las universidades. El colectivo que ha sido analizado está necesitado del desarrollo de ciertas competencias.

La formación que tradicionalmente se imparte en las instituciones que preparan a los futuros artistas, no ofrece competencias básicas como el trabajo en equipo, adaptabilidad, autocontrol, liderazgo, entre otras muchas. También hay un déficit notable en la orientación de las salidas profesionales y la concreción de conocimientos prácticos que puedan facilitarla: conocimientos de trámites administrativos, marketing, responsabilidades contractuales o tributarias, financiación o, por ejemplo, formas de autoempleo.

Todas estas ausencias en los planes formativos, pueden afectar a la empleabilidad de los estudiantes y futuros egresados. Con la finalidad de proporcionar herramientas para el desarrollo de sus futuras carreras profesionales, se realizó el proyecto OMEGA, en el que participaron los siguientes investigadores:

Paolo Susanni y Payam Susanni de la Yaşar University

Hugh Ward-Perkins del Conservatorio Estatal de Música E. F.

Dall'Abaco (Italia)

Andie D. Chantzí de Be Artive (Grecia)

Michael Joyce del Instituto Tecnológico de Cork (Irlanda)

Dimitra Trypani de la Universidad Jónica (Grecia)

M. Emin Bakay y Güldan Kalem del Instituto de la Asociación de Estudios sobre Educación y Juventud (Turquía).

A todos ellos queremos agradecerles la profesionalidad, compañerismo y dedicación que volcaron en este proyecto que lo convirtieron en una gran experiencia.

Tras desarrollar dicho proyecto nos dimos cuenta que era imprescindible hacer una adaptación a la realidad española. En este camino hemos contado también con excelentes compañeros que nos han ayudado a bajar el proyecto a la realidad por ello agradecemos a:

Isabela Santisteban del Instituto Andaluz de Enseñanzas Artísticas Superiores

Blas Calero Ramos de la Escuela de Arte de Granada

Celia Ruiz Bernal del Conservatorio Superior de Música "Victoria Eugenia" de Granada

Por su interés e implicación en esta fase final que nos ha permitido llegar a los artistas.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	13
1. DESCUBRE TU POTENCIAL	17
1.1. Conócete a ti mismo	18
1.2. Voy a trabajar... ¿Para mi o para otro?.....	26
1.3. Trabajar por un mundo mejor.....	32
1.4. Historias de una aventura profesional.....	36
2. COMPETENCIAS PARA LA EMPLEABILIDAD	43
2.1. Descubriendo el mundo de las competencias ...	44
2.2. Las competencias transversales en las artes	48
2.3. Trabajo en equipo	53
2.4. Gestión del estrés	61
2.5. Habilidades sociales	68
3. EL EMPRENDIMIENTO Y LOS PLANES DE EMPRESA	73
3.1. ¿Qué es un plan de empresa? ¿Para qué sirve? ¿De qué está compuesto?	74
3.2. El resumen ejecutivo.....	76
3.3. La visión y la misión de la empresa	77
3.4. El entorno empresarial	80

3.5.	Describiendo tu empresa y tomando decisiones ...	83
3.6	Visualizando tu empresa: El plan de marketing...	99
4.	LA GESTION DE PROYECTOS Y LA CAPTACIÓN DE FONDOS	113
4.1.	Qué es un proyecto y cómo se gestiona	114
4.2.	Fase de análisis	117
4.3	Fase de planificación	122
4.4.	La redacción del proyecto.....	129
4.5.	Ejecución y evaluación.....	130
4.6	La captación de fondos	132
5.	DOCUMENTOS PARA LA EMPLEABILIDAD.....	141
5.1.	Destacando lo mejor de ti.....	142
5.2.	El curriculum vitae.....	148
5.3.	La carta de presentación	155
5.4.	El portfolio artístico.....	160
5.5.	La entrevista de trabajo.....	166
	EPÍLOGO	173
	BIBLIOGRAFÍA.....	175

INTRODUCCIÓN

Antes de que te sumerjas en estas páginas, queremos aclarar algunos aspectos generales para que te entiendas la intención de los que nos hemos arriesgado con un texto tan sorprendente. Entre esos aspectos a considerar, te proponemos: cuál es el panorama laboral general para los jóvenes artistas; qué requisitos se les exigen a los jóvenes artistas que se incorporan ahora al mercado laboral; y, por último, qué papel pueden jugar las instituciones de educación superior (academias, conservatorios y facultades universitarias) en este complejo escenario.

Actualmente se considera que la mayoría de oportunidades de trabajo disponibles para los graduados en artes se encuentra en el ámbito de las industrias culturales o industrias creativas. De acuerdo con la clasificación propuesta por la británica Creative Industries Production System (CIPS), estas industrias abarcan cuatro categorías de actividad: creación, producción, distribución y consumo (UNESCO, 2006). Sí, aunque parezca mentira, hay gente que se dedica a estudiar cosas de este tipo.

En lo que se refiere a los ámbitos incluidos en las industrias culturales y creativas, la página web británica de Creative Industries propone la siguiente lista (en orden alfabético): arquitectura, arte y cultura, artesanía, cine, diseño, industria editorial, juegos, moda, música, publicidad, tecnología y televisión. Desde luego, cada uno de los sectores mencionados puede dividirse en otros subsectores. Por ejemplo, el sector de la música puede dividirse en los siguientes: composición de obras musicales y publicación musical; producción, venta y distribución de instrumentos musicales y equipos de sonido; promoción, gestión y actividades relacionadas con las agencias; actuaciones en directo; grabación; venta y distribución de grabaciones; educación y formación. (Dumbreck, 2003) Si se desea, esas mismas categorías pueden dividirse en perfiles profesionales específicos. Vamos, tú que creías que esto de ser creativo era una maravilla, ahora resulta que nos podemos perder con tanta clasificación para saber cómo nos denominarán “científicamente”.

Por otra parte debes tener en cuenta que el espectro de los empleadores es igual de variado. Incluye a grandes organizaciones (agencias gubernamentales, radios, televisiones y periódicos, estudios cinematográficos, escuelas, universidades, museos); pequeñas, medianas y grandes empresas (de creación, marketing, publicidad, grabación, distribución, promoción); negocios especializados (galerías de arte, estudios de fotografía, empresas de desarrollo web); y organizaciones sin ánimo de lucro o especializadas en distintos ámbitos artísticos (compañías de teatro, orquestas, organizadores de eventos, editoriales, agencias de modelos, empresas sociales o comunitarias). Prometemos que no queremos desmoralizarte nada más empezar. Luego resulta más fácil de lo que parece.

Además, dentro de todas esas categorías, las condiciones laborales también varían mucho, con contratos de larga duración, contratos cortos, empleos a jornada completa y empleos temporales, trabajos por proyecto u obra... Y, por supuesto, teniendo en cuenta que cada vez más trabajadores independientes y pequeñas empresas (trabajadores autónomos, sociedades, estudios, start-ups, organizaciones sin ánimo de lucro) son las que se ocupan de realizar la labor artística, muchas oportunidades de empleo consisten necesariamente en distintas formas de trabajo independiente, autoempleo e incluso trabajo desde casa.

Además y para acabarlo de complicar, lo habitual al inicio de la vida profesional es los graduados en artes se impliquen —a menudo al mismo tiempo— en muchas tareas y actividades distintas, como pueden ser la creación, la composición, la organización y la interpretación (en situaciones que van desde actuaciones, obras de teatro, conciertos o sesiones de grabación formales hasta acoger eventos ocasionales e informales); la docencia, la escritura, la impartición de lecciones y la divulgación (en escuelas, campamentos, comunidades u otros contextos); la gestión, la organización, la promoción y el diseño (para la industria u otros ámbitos); la venta y la colaboración con medios de comunicación. En cada una de esas situaciones, se espera que interactúen (de forma interdisciplinaria) con distintos asociados/socios y clientes/públicos. “El mundo es complicado”, ya nos lo decían nuestros padres.

Se pueden extraer varias conclusiones de este estado de cosas, pero existe el consenso general de que el trabajador medio del sector artístico actual cumple estas condiciones:

- Cambia de empleo a menudo a lo largo de su vida.
- Está implicado en más de un trabajo al mismo tiempo.
- Desempeña distintas tareas, incluso dentro del mismo trabajo.

Para afrontar esta situación necesitas tanto tus competencias (o habilidades) artísticas específicas, como también la capacidad de gestionar una situación laboral compleja como la que te hemos expuesto. En otras palabras, necesitarás competencias empresariales.

Esas competencias no son muy habituales encontrarlas entre los estudiantes de artes, aunque subyacen de forma latente en muchos de nosotros. Así que ¿dónde puedes aprenderlas? ¿Imparten las instituciones de educación superior los cursos preparatorios necesarios para desarrollar las competencias empresariales? Son preguntas muy pertinentes, porque esos cambios en el mercado laboral no han sucedido de repente. El proceso ha sido gradual, pero en los últimos años (gracias, sobre todo, a la crisis económica), ha habido una rápida aceleración. Las instituciones de educación superior han reaccionado (o no lo han hecho) de muchas maneras distintas. Si nos centramos en las soluciones prácticas que están implementándose, vemos que las instituciones de educación superior más adelantadas están abordando la cuestión de muchas maneras distintas. En particular, están haciendo lo siguiente:

- Renovar los cursos y los métodos pedagógicos existentes.
- Introducir nuevos cursos (sobre emprendimiento, competencias comunicativas...).
- Crear experiencias laborales en forma de prácticas.
- Ofrecer servicios de asesoramiento individualizados.
- Organizar más cursos de desarrollo profesional continuo sobre gran variedad de temas (técnicos y de otra índole).

Estos cambios son positivos de por sí. Sin embargo, al mismo tiempo, es evidente que las instituciones de educación superior no pueden anticipar todas las necesidades profesionales ni ofrecer formación en todos los sectores y subsectores laborales. Lo que sí pueden hacer –y tal vez sea lo más importante– es ayudar a los estudiantes a desarrollar una mentalidad emprendedora; es decir, una actitud, una visión, una metodología o una filosofía que les ayude a desarrollar una carrera más exitosa en el mundo actual.

Hemos pensado este texto para todos aquellos que quieran hacer de su vocación, una profesión. ¡Anímate!

1

DESCUBRE TU POTENCIAL

Había una vez una hormiguita y una cigarra que eran muy amigas. Durante todo el otoño, la hormiguita trabajó sin parar, almacenando comida para el invierno... No aprovechó el sol, la brisa suave del fin de tarde, ni la charla con amigos tomando una cervecita después de un día de labor. Mientras, la cigarra sólo andaba cantando con los amigos en los bares de la ciudad. Pasados unos días empezó el frío. La hormiguita, exhausta de tanto trabajar, se metió en su pobre guarida repleta hasta el techo de comida.

Pero alguien la llamó por su nombre desde afuera y, cuando abrió la puerta, se llevó una sorpresa. Vio a su amiga Cigarra dentro de un Ferrari y con un valioso abrigo de pieles. La cigarra le dice: -¡Hola amiga! Voy a pasar el invierno en París. ¿Podrías cuidar de mi casita?

La Hormiguita respondió: -¡Pero claro! Sin problemas. Pero ¿qué ocurrió? ¿Dónde conseguiste el dinero para ir a París, comprar ese Ferrari y ese abrigo tan bonito y caro?

Y la Cigarra respondió: -¡Imagínate! Estaba cantando en un bar la semana pasada y a un productor le gustó mi voz... Firmé un contrato para hacer shows en París. A propósito, ¿necesitas algo de allá?: - Sí, dijo la Hormiguita. Si te encuentras con La Fontaine (autor de la fábula original), mándale de mi parte a freír espárragos.

Esta sorprendente reinterpretación de la fábula de la cigarra y la hormiga es un intento de reclamar la atención de un colectivo que a lo largo de su vida profesional se verá agitado por altibajos y sorpresas, desilusiones y alegrías. El propósito de este primer capítulo es transferir unas claves de reflexión, que permitan afrontar esos retos que, tarde o temprano, aparecerán en el camino hacia el objetivo vital que te hayas propuesto.

1.1. Conócete a ti mismo

Se inicia este capítulo, más que como un manual de instrucciones para construir un artefacto frío y abstracto, como un conjunto de reflexiones, consejos e ideas. Liberados de esquemas rígidos, pero sin abandonar la lógica que nos impone muchas veces la realidad, te ofrecemos pequeñas señales para seguir una ruta en la que todos aquellos que en un momento de su itinerario vital tuvieron una ilusión, la siguieron para cumplirla.

En la introducción del capítulo se esconde la moraleja –inversa a la fábula tradicional- que se querría transmitir tras acabar este primer capítulo del libro. Tanto la hormiga como la cigarra se sorprendieron del inesperado éxito de esta última. El imprevisto final y sus respectivas reacciones no eran predecibles pues ambas, en el fondo carecían de un conocimiento de sí mismas. Ni la cigarra era capaz de comprender su potencial de éxito en un contexto determinado, ni la hormiga era consciente que su seguro y rutinario trabajo le arrastraba a la insatisfacción vital.

El cambio de paradigma que hemos creado con esta inversión de la fábula de La Fontaine, no pretendemos elevarla a la categoría de dogma, ¡ni mucho menos! Para muchas personas, el trabajo rutinario y estable es un bien deseable, pues proporciona sensación de seguridad, cálculo y previsión. Ello elimina altas dosis de incertidumbre vital que otro tipo de trabajos comportan. Por eso, Henry Ford (el famoso ejecutor de la cadena de montaje) escribía que muchísimos trabajadores prefieren realizar labores tipificadas y estandarizadas que no supusieran riesgo ni toma de decisiones.

Por el contrario, siempre hay espíritus emprendedores capaces de romper con ciertos esquemas preconcebidos respecto a las expectativas vitales y laborales que nos ofrece la sociedad. El mundo de los artistas, por la propia naturaleza del arte, pertenece a ese extraño ámbito de la existencia donde se entrecruza lo vocacional, lo profesional, lo vital, lo motivacional y, quizá algo poco pensado, la configuración de la identidad. Esto es así, hasta tal punto que los artistas parecen participar de un mundo diferente del resto de los mortales. Esta singularidad, que es virtud, también puede conllevar desajustes y desarmonías, pues los equilibrios en tantos aspectos de la existencia no son fáciles.



ME GUSTA ...

- La previsión
- El sueldo fijo
- Asumir mínimas responsabilidades
- La estabilidad

O ME GUSTA ...

- Arriesgar y cambiar
- Seguir mis intuiciones
- Que me sorprenda la vida

La fábula de la hormiga y la cigarra podría tener muchos finales: que la cigarra muriera de una sobredosis en París; que triunfara y la hormiga decidiera comprar acciones de su empresa; que la cigarra fuera dirigida por un manager sin escrúpulos y la arruinase. De paso que la hormiga inversora consiguiera independizarse –con sus ahorros– del hormiguero y siguiera con su trabajo hasta jubilarse feliz; que la cigarra y la hormiga dejaran de hablarse por no estar de acuerdo en el reparto de beneficios; que la hormiga acogiera a la cigarra arruinada... ya se ve que la vida da para muchas tramas y finales. Pero lo que sí sabemos es que uno de los principales factores para que las ilusiones se conviertan en realidad, es que cada uno ha de desarrollar en la vida un proceso de autoconocimiento. Conocerse a sí mismo, las propias limitaciones, las flaquezas y fortalezas, las virtudes y potencialidades, es lo que –en el fondo– nos permitirá tomar decisiones adecuadas y proporcionadas.

Dividiremos este primer capítulo en tres procesos necesarios para potenciar la toma de decisiones lo más correctas posibles, aunque parezcan arriesgadas.



Es evidente que, incluso adoptando las mejores decisiones, hay circunstancias que de forma imprevisible pueden alterar el objetivo propuesto; pero sin esos pasos previos la historia de un éxito puede trastocarse en una frustración.

1.1.1 El autoconcepto de uno mismo

Una de las claves de la maduración psicológica, emotiva, racional y relacional, es lo que algunos psicólogos llaman el autoconcepto. Con otras palabras la capacidad de llegar a un verdadero conocimiento de lo que somos, de nuestras potencialidades y limitaciones. Ello parece algo fácil de lograr, pero no es tan obvio, pues los seres humanos tendemos muchas veces a generar sentimientos de superioridad o inferioridad, a sublimar la realidad o a volcar sobre ella nuestras frustraciones, deformando su percepción.

Muchas de nuestras actitudes relaciones se ven condicionadas por el autoconcepto que tenemos de nosotros. Podríamos ensayar una definición, junto a Rueda (2011):

Autoconcepto: estructura mental compleja cuyo contenido se refiere al conocimiento que la persona tiene de sí misma. En cierta medida el autoconcepto modela la identidad y la forma de ser de las personas. La forja de un correcto autoconcepto, puede eliminarnos altos niveles de incertidumbre vital.



Este término de autoconcepto durante mucho tiempo fue considerado como una estructura fija de la mente que nos prevenía de cambios incómodos e inciertos. Vendría a ser como una estructura rígida que consolidaría una personalidad inamovible. Igualmente, lograría que el sujeto estableciera una relación con el entorno de precaución y desconfianza. Los psico-sociólogos actuales, por el contrario, tienden a definir el autoconcepto más que como una prisión autoconstruida, como una estructura más flexible que permite reconfigurar muchas dimensiones de nuestra vida, tanto positivas como negativas.