

PROGRAMA DE  
ESTÍMULO  
AL ARTE

CONTEMPORANEO  
DE LA RURAL

impulsarte

## PREMIOS EIKON 2010

Número y nombre de la/s categoría/s a inscribirse  
**Categoría 9: patrocinio o sponsoring cultural**

Título del programa  
**Impulsarte: Programa de Estímulo al Arte Contemporáneo**

Nombre de la compañía o institución  
**La Rural Predio Ferial de Buenos Aires**

Departamento que desarrolló el plan  
**Dirección de Relaciones Institucionales**

Persona/s responsable/s del plan de comunicación  
**Juan Pablo Maglier, Director de Relaciones Institucionales**  
**Leticia Guolo, Jefa de Relaciones Institucionales y Comunicación**  
**Jorgelina Guandalini, Jefa de Prensa**

### **Historia y naturaleza de la compañía**

Creada en 1866, la Sociedad Rural Argentina (SRA) es una organización que agrupa a productores agropecuarios de la Argentina y que tiene por objetivo fundacional fomentar el desarrollo del país y promover el mejoramiento de la vida rural en todos sus aspectos, así como el de sus industrias complementarias y derivadas, asumiendo la más eficaz defensa de los intereses agropecuarios.

En 1878 la SRA comienza a celebrar la Exposición Nacional de Ganadería en su predio de Palermo, inaugurando allí el recinto ferial La Rural. Con el correr del siglo, la tradicional feria ganadera se convirtió en un clásico de cada año y fue, desde sus comienzos, punto de encuentro de los grupos más diversos de la sociedad local y de la dirigencia nacional.

Hacia fines del siglo XXI, el recinto ferial remodela sus oficinas y pabellones, y se convierte en un complejo con una infraestructura de tecnología e inmobiliaria de última generación. Más tarde, en el año 2002, el Grupo de Narváez asume el gerenciamiento del predio, genera un replanteo de negocio y un reposicionamiento de La Rural como compañía, con un modelo de gestión dinámico y diversificado. Desde ese entonces, La Rural S.A. divide su paquete accionario entre la Sociedad Rural Argentina y el Grupo de Narváez en partes iguales.

Así es como hoy La Rural, Predio Ferial de Buenos Aires es el recinto ferial más importante del país y de Latinoamérica. En 2009, albergó 40 ferias y exposiciones, 57 congresos y convenciones, más de 60 eventos empresariales y cerca de 30 eventos sociales, que recibieron a casi 4 millones de visitantes. Y se calcula que sólo en ese año, gracias a su actividad, La Rural generó directa e indirectamente más de 50.000 oportunidades de empleo.

Entre las ferias y eventos más destacados, en 2009 La Rural fue escenario de arteBA, Feria del Libro, Feria Puro Diseño, el Congreso Forestal Mundial y el 24º Congreso Mundial del Gas. Además, La Rural participó en la organización del espacio Village Dakar del Rally Dakar Argentina-Chile, BAFWEEK, ExpoNieve, Vinos y Bodegas, Nuestros Caballos y la tradicional Exposición Rural, entre otras exposiciones. A su vez, por primera vez La Rural se ubicó primera en el ranking anual de complejos del país que albergaron la mayor cantidad de congresos durante el último año que revela anualmente el medio especializado del sector.

En los últimos años, La Rural fue evolucionando paulatinamente de su carácter de espacio físico al de compañía integral con misión, visión y valores, y perfil institucional, afianzada en sus productos y servicios. Por esta razón y como ícono de la Ciudad de Buenos Aires, centro receptor de múltiples eventos y negocios y punto de encuentro de millones de visitantes, La Rural tiene, siente y cree en el compromiso de contribuir con la sustentabilidad medioambiental y el desarrollo humano de su entorno. De este modo, La Rural cuenta con un plan de Responsabilidad Social Empresaria que incorpora permanentemente nuevas iniciativas y proyectos.

### **Causas por las que se generó el plan**

La Rural trabaja cada día con un destino claro: ser una gran ventana al mundo buscando mostrar lo mejor de la Argentina.

Con un promedio anual de 3.5 millones de visitas, año a año se consolida como plataforma exportadora y polo de atracción cultural, empresarial y social en el corazón de Buenos Aires.

Con esta convicción, en 2009 La Rural entendió que debía profundizar su compromiso con la comunidad que la rodea y con una de las exposiciones más importantes que se realizan en el recinto (arteBA) a través del desarrollo de un programa de mecenazgo empresarial dirigido a la expresión de las artes plásticas.

Desde hace 10 años, La Rural alberga arteBA, la muestra de artes plásticas más destacada de la región que en cada edición reúne a los galeristas más importantes de la Argentina y a expositores extranjeros y está considerada como la meca de exhibición de nuevos artistas locales que buscan contactarse con el mundo.

Con el fin de aportar al desarrollo de las jóvenes promesas del arte nacional y de fomentar la compra de arte como hábito cotidiano en el público general, La Rural creó Impulsarte, Programa de Estímulo al Arte Contemporáneo, que consiste en la selección anual de obras de arte en el marco de arteBA Feria y su posterior exhibición en las distintas ferias, congresos y eventos que tienen lugar en el predio.

### **Objetivos**

*Objetivo principal:* convertir una acción de fidelización comercial en un programa de responsabilidad social.

*Objetivos subsiguientes:*

- Estimular las artes plásticas de artistas argentinos emergentes
- Promover el mercado del arte y a la feria arteBA como vidriera de excelencia para la expresión artística y el espacio donde los artistas de toda América Latina encuentran un punto de expresión y visibilidad
- Fomentar la compra de arte como hábito cotidiano en el público general
- Apoyar comercialmente a arteBA Feria, muestra que se realiza desde hace más de diez años en La Rural
- Fortalecer la imagen de La Rural de compañía socialmente responsable, comprometida con el desarrollo humano de su entorno
- Incorporar un programa al eje cultural del plan integral de Responsabilidad Social de la compañía –el plan está dividido en tres ejes: cultural, social y ambiental-
- Vincular a La Rural con marcas prestigiosas como arteBA y otras grandes compañías que participan con programas de adquisición en la muestra, como Mercedes Benz, Petrobras, Zurich y Citi, entre otras
- Introducir la marca al mundo del arte para revertir su identificación asociada directamente con temas agropecuarios y otros eventos puntuales realizados en el predio, hacia la de una compañía de acciones institucionales sólidas con una imagen de marca abarcadora de una gran diversidad productos y servicios

### **Ejecución del Plan: Descripción de los pasos y procesos**

A raíz del interés de La Rural en realizar una acción de fidelización comercial con arteBA feria, la Dirección de Relaciones Institucionales decidió crear un programa de Responsabilidad Social a partir de la adquisición de obras de arte.

En primer lugar, se definió el monto para tal fin: en 2009, sería un presupuesto aproximado a los US\$9.000.

El segundo paso en la construcción de tal programa fue el encuentro directo entre La Rural (representada por Juan Pablo Maglier, Director de Relaciones Institucionales) y el comité organizador de arteBA feria (Alejandro Corres, vicepresidente de arteBA Fundación y Teresa Frías, directora) para definir la política de adquisición y su perfil. Como resultado se concluyó que el programa apoyaría jóvenes talentos y por tal razón, compraría varias obras de precio accesible. Las compras se realizarían entonces en galerías argentinas que promuevan el arte nacional de jóvenes artistas.

A partir de este perfil, se definió el nombre del programa y su identidad visual: "Impulsarte, Programa de Estímulo a las Artes Plásticas" que, en 2010, cambió hacia "Impulsarte, Programa de Estímulo al Arte Contemporáneo" con el fin de ajustar el programa a la naturaleza de la muestra y ampliar su perfil hacia otro tipo de obras.

Anualmente, antes de la realización de cada edición de arteBA, se designa un comité de selección que recorre la feria y selecciona las obras a adquirir de acuerdo al monto pre-establecido año a año. Este debe ser tripartito ya que busca la imparidad en la elección, con un representante de la compañía que aporte la visión corporativa de La Rural y dos actores de distintos ámbitos del mundo del arte que aportaran su conocimiento.

Así el Comité de Adquisición fue integrado por el Director de Relaciones Institucionales de La Rural, Juan Pablo Maglier, la curadora Eva Grinstein y la periodista crítica de arte Victoria Verlichak.

Eva Grinstein es miembro de la Asociación Argentina e Internacional de Críticos de Arte. Se desempeña como crítica, docente y curadora independiente y corresponsal permanente de las revistas Art Nexus (Colombia) y Arte Contexto (España). Realizó la Maestría interdisciplinaria para artistas y comisarios latinoamericanos en el Departamento de Artes Plásticas de Casa de América (Madrid, 2002-2003) y dirigió el Área de Artes Visuales del Centro Cultural Rojas (Buenos Aires, 2005-2006). Como curadora presentó, entre otras exhibiciones, Sagrada Familia (Centro Cultural de España, Guatemala, 2009), Buenos Aires / Lust for life (feria Arteamericas, Miami, 2009) y Beloved Structure: the Argentine legacy (Alejandra Von Hartz Gallery, Miami, 2009). Creó y dirige el Premio Foster Catena de Fotografía Contemporánea (2008 y 2009), fue cocuradora del proyecto Arte en el Plata (gigantografías exhibidas sobre la fachada del Edificio del Plata, Buenos Aires, 2008 y 2009) y recientemente curó la Operación Pasamontañas para la Trienal de Chile (Valdivia, 2009).

Victoria Verlichak también es miembro de la Asociación Argentina e Internacional de Críticos de Arte. Periodista y escritora especializada en arte, actualmente forma parte de la redacción de Revista Noticias responsable de la sección sobre la temática. Autora de En la palma de la mano y Artistas de los Ochenta (1996/2005), recibió una mención especial del Premio Nacional de Lingüística, Filología e Historia de las Artes y de las Letras, y el Premio Perfil a la Crítica 2004, Editorial Perfil, Buenos Aires. En forma regular integra jurados y participa de seminarios y coloquios, realiza curadurías, como la del envío argentino a la X Bienal de Cuenca, Ecuador (2009), donde Sub [Cooperativa de Fotógrafos] fue premiado por su ensayo fotográfico "San Darío del Andén. La memoria viva de Darío Santillán".

Por otro lado, además de brindar apoyo económico específico para los artistas cuyas obras resultan seleccionadas para ser adquiridas, Impulsarte desarrolla otra serie de actividades destinadas al gran público con el fin de hacerlos partícipes del mismo. Entre las actividades se destacan:

- Visitas guiadas para socios del Club La Rural, Prensa e invitados especiales: se realizan en el marco de la feria ArteBA y con la presencia de curadores con quienes se recorre la muestra y se destacan las obras más valiosas que la componen.
- Montaje de stand propio del programa Impulsarte en el marco de ArteBA con el fin de maximizar la difusión de este programa entre los artistas y la opinión pública.

- Exhibición de la “Colección Impulsarte” en distintas ferias, congresos y eventos que tienen lugar en el predio.

En este sentido, La Rural exhibió por primera vez su colección de 7 obras adquiridas en arteBA '09 en el marco del BAFWEEK Otoño- Invierno 2010, que se realizó del 24 al 26 de febrero de 2010 en La Rural. Dispuso de un espacio propio para Impulsarte donde los visitantes pudieron apreciar la colección 2009 y recibir información sobre el programa de RSE y su proyección para el 2010.

La Rural consideró que el BAFWEEK era un marco propicio para poder compartir la colección de obras de arte con la comunidad, porque es un espacio donde la cultura argentina también se pone de manifiesto, en este caso, a través de la moda.

El espacio de Impulsarte en BAFWEEK contó con la curaduría de Eva Grinstein, miembro del Comité de selección de obras del programa.

En el año 2010, La Rural, Predio Ferial de Buenos Aires será Silver Sponsor de arteBA'10 Feria de Arte Contemporáneo y -por segundo año consecutivo- dará continuidad a Impulsarte, Programa de Estímulo al Arte Contemporáneo.

### **Resultados - Evaluación**

En su primera edición 2009, la selección de obras apuntó a dar cuenta de la amplia variedad de registros que caracterizan hoy a la producción de obra en formato bidimensional: los artistas elegidos utilizan muy diversos medios y técnicas de expresión.

De Florencia Rodríguez Giles (Buenos Aires, 1978) fueron adquiridas tres tintas color de la serie Trademe gente, me las comeré y devolveré renovadas. Rodríguez Giles es una artista representada por la Galería Ruth Benzacar que anteriormente ha exhibido fotografías intervenidas digitalmente e instalaciones, y en esta oportunidad presentó en arteBA por primera vez una serie de delicadas pinturas sobre papel.

San Poggio (La Plata, 1979) es un joven pintor que ha comenzado recientemente a exhibir su trabajo y que ha sido incorporado por el *staff* de la también joven galería Jardín Oculto. El comité de selección de Impulsarte decidió sumar su obra Recital, acrílico sobre madera que sintetiza su personal mundo compositivo, plagado de personajes y situaciones fantásticos.

En el caso de Bruno Dubner (Buenos Aires, 1978), se trata de un fotógrafo que experimenta con la incidencia de la luz sobre la película fotográfica, reproduciendo el sistema de cámara oscura. La pieza seleccionada puede ser apreciada como una suerte de pintura abstracta efectuada por un hilo de luz que se filtra en una sala en penumbras.

Estanislao Florido (Buenos Aires, 1977) ha obtenido ya bastante reconocimiento como videoartista. En esta oportunidad, presentó en la galería 713 una animación digital en formato casi pictórico, a través de una pequeña pantalla empotrada en un marco a la manera de un cuadro tradicional. La pieza, titulada Le reve, implica otro modo diferente de sostener la bidimensión, aunque con una cuota de inmaterialidad implicada en el video digital.

Por último Lola Goldstein (Buenos Aires, 1978), es una sutil dibujante representada por la Galería Dabbah Torrejón. La obra adquirida es un pastel graso de mediano formato, sin título, en el que la artista despliega una idea de paisaje exuberante y colorido, cercano al universo vibrante de la brasilera Tarsila do Amaral pero resuelto con materiales ultrasencillos como lo son el pastel y el papel.



Se destinó un monto de US\$ 9.000 a la adquisición de siete obras pertenecientes a estos 5 artistas plásticos de origen argentino.

En 2010, en el espacio propio para Impulsarte que La Rural dispuso en el BAFWEEK Otoño-Invierno 2010 denominado Espacio Impulsarte, más de 31.200 personas pudieron apreciar las obras e informarse acerca del programa.

En mayo-junio de 2009 cuando se lanzó el programa se obtuvieron 44 menciones sobre Impulsarte en los medios de comunicación nacionales y especializados. El 35% de las publicaciones correspondieron a medios o secciones de arte, el 29% en medios de Información General, el 20% en negocios, el 9% en marketing y el 7% en RSE.

Las distribuciones de las publicaciones se concentró mayormente en diarios (34%), medios digitales (32%) y revistas (23%) mientras que un 7% correspondió a agencias de noticias y un 4% a medios audiovisuales (radio y TV).

En febrero y marzo de 2010 se registraron otras 11 repercusiones en prensa a raíz de la acción en BAFWEEK.