**-Número y nombre de la/s categoría/s a inscribirse.**

9.1: Patrocinio o sponsoring cultural

**-Título del programa:**

Circuito Marta Minujín en Rosario

**-Nombre de la compañía o institución:**

Grupo San Cristóbal

**-Departamento, área (consultoras de relaciones públicas u otras en caso de tratarse de asesores externos de las compañías) que desarrolló el plan:**

Espacio Multicultural, Mutual de Personal Grupo San Cristóbal

**-Un tweet que identifique y defina el propósito del programa**:

Tras 20 años, @martaminujin volvió a #Rosario, con un circuito creado por el #GrupoSanCristóbal, que recorrió la obra de la artista. El grupo también donó a la ciudad dos esculturas, #Marzo y #Abril, que ya forman parte de su patrimonio cultural permanente.

**1) Introducción (planteo y diagnóstico)**

**Se deberá detallar brevemente la naturaleza de la compañía o institución para la que ha sido realizado el plan comunicacional. También deberá identificarse el problema (causa y consecuencia) por el cual se implementó dicho plan y presentarse un diagnóstico de la situación.**

San Cristóbal es un grupo argentino de seguros y servicios financieros con presencia regional. Nació en Rosario, hace casi 80 años, con San Cristóbal Seguros y su origen mutualista se sostiene en cada una de sus iniciativas, especialmente, a través de la Mutual de Personal.

Surgida en 1986, la Mutual del Personal, tiene un espíritu cercano, recíproco, diverso y comprometido. Entre sus acciones, cuenta con un Espacio Multicultural, cuya finalidad es establecer un puente con la comunidad a través de la difusión y puesta en valor de distintas expresiones artísticas. Trabaja a partir de tres ejes: letras, con apoyo a escritores consagrados y promoción de emergentes; música, con conciertos de los más diversos estilos; y arte, orientado al impulso de la pintura, la escultura, la fotografía, el grabado, entre otras manifestaciones. Dentro de este último eje, es de fundamental importancia el lugar que se le da a las instalaciones de artistas de la ciudad de Rosario y del país.

Con una programación muy intensa, el Espacio Multicultural logró posicionarse como un nuevo punto de interés para artistas de distintas disciplinas, convocando a personalidades reconocidas, como Milo Lockett, Nicola Costantino, Luis Felipe Noé, Marcos López, Norberto Moretti, Andrea Ostera, Sandro Alzugaray, Tonolec y Eduardo Sacheri, con jóvenes revelaciones, entre las que podemos mencionar a Bernabé Sedita, Fab Ciraolo y el Dúo Medianeras, entre muchos otras. Artistas que no son de fácil acceso para los rosarinos y que, gracias a San Cristóbal, llegan a ellos de manera gratuita.

Como parte de esta búsqueda, se pensó en la posibilidad de realizar una acción de alto impacto que, además, resultara en una contribución significativa para la ciudad. Así, surgió el nombre de Marta Minujín.

Formada en Buenos Aires, París y Nueva York, entre otras plazas artísticas, su sello personal se fraguó en la bohemia antes que en el mundo académico, con una investigación permanente volcada hacia lo popular.

Pionera del happening, la performance, la escultura blanda y el video, el trabajo de Marta demuestra un profundo rechazo hacia el objeto de arte coleccionable. De hecho, en su obra predominan los materiales efímeros y le confiere un gran protagonismo al espectador. Con esto como horizonte, dio lugar a un arte propio, masivo, espectacular y lúdico, que fomenta la participación espontánea y la desacralización de la obra de arte tradicional.

La convergencia entre su producción, de fuerte impronta popular y participativa, y la filosofía mutualista de San Cristóbal, que ubica a las personas en el centro de sus acciones, resultó la conexión ideal para llevar adelante ese cruce que se deseaba lograr. Además, hacía más de 20 años que Marta no visitaba Rosario, hecho que constituía la oportunidad de invitarla para celebrar su obra y su trayectoria, como uno de los mayores íconos vivos de la cultura pop.

En agosto de 2017 se iniciaron los primeros contactos con Roxana Olivieri, agente de Marta Minujín. Pese a la buena predisposición y a un fluido intercambio de ideas, la materialización de este deseo no era fácil, dada la enorme demanda internacional, que mantenía a la artista viajando permanentemente. Además, faltaban días para que viajara, como invitada especial, a *Documenta 14*, la exhibición más importante para la teoría y la crítica del arte, que se iba a llevar a cabo en Kassel, Alemania y en Grecia.

Pero a su regreso, el contacto se retomó y el trabajo se reinició.

Con el financiamiento del Grupo San Cristóbal, la organización de la Mutual del Personal y más de un año de preparación previa, el 23 de agosto de 2018 se dio inicio a una experiencia única: el Circuito Marta Minujín en Rosario, compuesto por tres paradas, que permitieron al público disfrutar de distintos momentos de la vasta producción de la artista.

**2) Propuesta/enunciado de campaña (estrategia)**

**Detallar los objetivos impuestos para el programa respectivo, incluyendo lapsos y/o tiempos previstos para su cumplimiento. Identificar los públicos a los que el plan apuntó y el mensaje que era necesario transmitir. Detallar cuáles fueron los canales de comunicación (internos y/o externos) utilizados.**

El propósito de San Cristóbal era ambicioso y puede resumirse en los siguientes objetivos:

* Patrocinar la presentación de Marta Minujín en la ciudad de Rosario, a fin de dar lugar a un reconocimiento de la obra de la artista en su país, desde una perspectiva más federal.
* Acercar a una artista de su calibre, ícono y referente internacional de gran popularidad, a todos los rosarinos y, en especial, a la comunidad artística local.
* Realizar un aporte permanente al patrimonio artístico y cultural de la ciudad.

El camino fue largo. Los compromisos asumidos por Marta no hicieron posible un encuentro hasta diciembre de 2017, momento en el que ella misma marcó el paso, con la urgencia y la concreción de una pregunta: “¿qué podemos hacer en Rosario?”.

Las acciones tuvieron como público principal a los rosarinos en general y a la comunidad artística local en particular. Pero también, fue de fundamental importancia el diálogo y articulación con la municipalidad y sus autoridades, en tanto actores centrales en la toma de decisiones.

Se diseñó un circuito de tres instancias. La primera parada sería la explanada del Museo de Arte Contemporáneo de Rosario (MACRO), donde se proyectaba instalar dos esculturas de gran envergadura, *Marzo* y *Abril*, de la serie *Los meses del año*, que serían donadas por el Grupo San Cristóbal al patrimonio cultural de la ciudad. Un legado destinado a permanecer más allá del período de la muestra, integrándose al paisaje, a la vida cotidiana de los rosarinos (ya que se trata de un punto muy transitado de la ciudad) y a la naturaleza.

La Casa Central de San Cristóbal Seguros se pautó como la segunda parada. Allí tendría lugar la exhibición de la escultura *Febrero,* también perteneciente a la serie *Los meses del año*, junto con un recorrido fotográfico por las expresiones de arte público más resonantes de Marta Minujín, tanto en Argentina como en el extranjero.

El Museo Castagnino sería el lugar elegido para la parada 3. Aquí, los visitantes podrían encontrarse con el registro de la muestra de Marta Minujín en *Documenta 14*, la mega exposición internacional, que marcó su consagración definitiva en la escena global. A través de esta muestra, el público iba a poder acceder a la producción más reciente de la artista, un trabajo efímero, que sólo había podido ser visto a través de la crónica de los medios. Su presentación en Rosario permitiría admirarlas de primera mano, a través de fotografías y documentos que hoy se conservan en el Archivo Marta Minujín.

El montaje de la muestra fue cuidadosamente seguido por la propia artista, que se involucró en cada etapa del proceso, y pudo disfrutarse entre el 23 de agosto y el 3 de noviembre de 2018, coincidiendo, en sus últimas dos semanas, con la Quincena del Arte Rosario.

**3) Desarrollo/ejecución del plan (tácticas y acciones)**

**Acciones realizadas que fueron los soportes del plan comunicacional. Descripción de los pasos y procesos. Ajustes que se introdujeron durante su implementación. Dificultades encontradas y solución.**

En diciembre, representantes de la Mutual del Personal viajaron desde Rosario para reunirse por primera vez con la artista, en su taller del barrio porteño de San Cristóbal. En esa visita, y ante la observación de la serie *Los meses del año*, surgió la idea de emplazar *Marzo* y *Abril* frente al Paraná, de manera que pudieran trascender la muestra y convertirse en patrimonio cultural de la ciudad.

Con el correr de las semanas, y a partir de un trabajo conjunto con Marta Minujín, se fue delineando el concepto general de la muestra, que no se iba montar en un solo lugar, sino en tres, constituyendo una experiencia múltiple.

Se determinó que la Casa Central de San Cristóbal Seguros sería un paso obligado y el Museo Castagnino formaría parte de las actividades. La Municipalidad de Rosario fijó el tercer punto: la explanada del museo MACRO, como destino elegido para las esculturas. Esta ubicación cuenta con aspectos de relevancia para la impronta de la artista y su obra, ya que allí se reúnen la institucionalidad del museo, la vida pública y popular, la cotidianidad de los paseantes y el emplazamiento en un entorno natural.

La fecha elegida para la inauguración del circuito fue el 23 de agosto. Para llegar en tiempo y forma, era necesario realizar una gran cantidad de tareas, que comenzaron con la reproducción de las esculturas *Marzo* y *Abril*, bajo la minuciosa supervisión de Marta Minujín.

Construidas con barras de hierro recubiertas por una malla metálica, se trata de estructuras sólidas y, a la vez, de aspecto liviano. Permiten el paso del viento y su complementariedad con el entorno para que, de acuerdo a un efecto buscado por la artista, el medio ambiente se apropie de sus superficies y recovecos, y sean invadidas por el clima, los animales y la vegetación: “mi idea es que interactúen con los cambios atmosféricos y con la naturaleza, que se muevan con el viento, se cubran de nieves o de hojas, se mojen con la lluvia, y que los pájaros aniden en su interior”.

Las obras, además, requirieron de una estructura especial de hormigón armado, que las anclara a la base y les permitiera soportar los embates del clima.

En paralelo, el curador Rodrigo Alonso, con la coordinación general de Roxana Olivieri, avanzó con la selección de los materiales que formaron parte de cada exhibición: la retrospectiva, en el edificio de San Cristóbal Seguros, y *Marta Minujín en Documenta 14*, en el museo Castagnino.

En este período de trabajo también se diseñaron y produjeron todos los materiales de comunicación.

Un día antes de lo previsto, Marta viajó a Rosario, para supervisar personalmente la instalación de las esculturas, definiendo su ubicación y orientación precisas. Allí se concluía la obra y comenzaba su incorporación permanente al patrimonio artístico de Rosario.

El momento de la inauguración fue emotivo, aunque distendido. Darío Trapé, Presidente de la Junta Directiva de San Cristóbal Seguros; Mónica Fein, Intendenta de Rosario; y Marta Minujín, se turnaron en el uso de la palabra, pero también en la narración de anécdotas y recuerdos.

En el edificio de San Cristóbal, en la esquina de San Lorenzo e Italia, aguardaba *Febrero*, otra de las esculturas de la serie *Los meses del año,* y parte de las piezas que dieron forma a la retrospectiva de la artista. Allí, los asistentes pudieron disfrutar de una visita guiada realizada por la propia Marta.

En el registro de las obras efímeras incorporadas a la muestra se encontraban *Carlos Gardel de fuego* (Medellín, 1981); *El Partenón de libros* (Buenos Aires, 1983) y *La Torre de Babel de libros* (Buenos Aires, 2011); *El obelisco de pan dulce* (Buenos Aires, 1979); *La torre de James Joyce de pan* (Dublín, 1980); *El lobo marino de alfajores* (Mar del Plata, 2013), entre otras.

Finalmente, la artista recaló en la última parada del circuito, El Museo Castagnino que, como pocas veces en su historia, se vio colmado al tope de su capacidad por asistentes que, incluso, debieron esperar afuera, tal fue el poder de convocatoria de Marta.

La muestra estaba compuesta por fotografías y documentos sobre la participación de la artista en *Documenta 14*. Una oportunidad única de conocer a fondo la intervención realizada en Atenas, *El pago de la deuda externa griega a Alemania con olivas y arte* (2017), una versión actualizada de la famosa performance *El pago de la deuda externa argentina con choclos, el oro latinoamericano* (1985), que ejecutó junto a Andy Warhol, en Nueva York; y aquella que se llevó a cabo en Kassel, Alemania, una versión actualizada de *El Partenón de los libros prohibidos*, obra realizada originalmente en Buenos Aires, al regreso de la democracia. Se trata de una estructura metálica con la forma del Partenón griego, recubierta por libros prohibidos en todo el mundo.

De esta manera, los visitantes accedieron a la producción más reciente de la artista; un trabajo efímero que sólo pudo verse en vivo, en las ciudades europeas mencionadas, y que, por primera vez, se exhibía en nuestro país.

Una última acción se centró en la popularidad de Marta y en el fervor que es capaz de despertar. Así nació la idea de “Martita”, una figura de la artista a escala real, para que todos pudieran sacarse fotos con ella y difundir el circuito en sus redes, más allá de su paso concreto por Rosario.

**4) Resultados y evaluación**

**Identificación, análisis y cuantificación de los resultados. Beneficios producidos por la puesta en marcha del plan comunicacional (en esta parte del trabajo del participante abundará en los detalles necesarios para demostrar el éxito del programa de comunicación). Recomendación: adjuntar comprobantes.**

El circuito fue declarado de interés municipal por el Consejo Municipal de Rosario, y suscitó un polo de atracción para los rosarinos y para los medios de comunicación.

Los principales diarios de la ciudad le destinaron importantes espacios, así como también revistas y programas radiales especializados, quienes destacaron la donación de las esculturas, hecha por el Grupo San Cristóbal, al patrimonio cultural de la ciudad.

La publicación en gran cantidad de portales de noticias derivó en un intenso tráfico en las redes sociales, que potenció el interés popular en el circuito. De esta forma, San Cristóbal logró uno de sus grandes objetivos: ofrecer a la comunidad una propuesta artística a la altura de los estándares internacionales, con un alcance masivo.

Algunos de los medios de prensa que cubrieron la inauguración del circuito, tanto en sus ediciones impresas como digitales, fueron La Capital (con mención de tapa y nota en la sección Ciudad); Rosario 12; El Ciudadano; Rosario Plus; Punto Biz; ON24; Rosario Nuestro; Rosario3; entre muchos otros.

También participaron de la cobertura medios audiovisuales y radios: Noticiero 5RTV; Somos Rosario (noticiero); Canal 5 (Telefe); Canal 3; Cablehogar; Radio Universidad; Radio Nacional; LT8; La Red Rosario; Radio Clásica; Radio Si; Radio Fisherton; Radio 2; Radio Mitre y Milenium.

Se estima que a la presentación del circuito asistieron unas 2.000 personas, alcanzando los 10.000 visitantes durante los casi dos meses y medio que duró la muestra.

Además, San Cristóbal editó un libro sobre el circuito, su despliegue y preparación, para distribuir de manera libre y gratuita en su Espacio Multicultural. Un modo de dejar registro de lo vivido en esos días y de completar el homenaje a este verdadero ícono de la cultura nacional e internacional. Una crónica con la que se buscó dar cuenta del impacto que tuvo en Rosario esa visita efímeramente trascendente, tal como lo es el posicionamiento de toda la obra de Marta Minujín.