



EL CENTRO BOTÍN: DESARROLLO DE LA CREATIVIDAD SOCIAL A TRAVÉS DE LAS ARTES

Resumen ejecutivo

Contenido

- 04 PRÓLOGO**
- 05 EL CENTRO BOTÍN: COMPROMETIDO CON EL DESARROLLO DE LA CREATIVIDAD PARA EL PROGRESO Y BIENESTAR SOCIAL**
- 07 OBJETIVOS DEL ESTUDIO**
- 08 MARCO CONCEPTUAL Y METODOLÓGICO**
- 10 ENCUESTA**
- 11 CONSUMO CULTURAL DE LOS VISITANTES DEL CENTRO BOTÍN**
- 13 CONCLUSIONES**
- 17 AUTORES**

Prólogo

Este informe ofrece datos objetivos y fiables sobre cómo la participación en las actividades artísticas y culturales del Centro Botín está íntimamente relacionada con cambios en la creatividad y, con ellos, la generación de beneficios personales y sociales.

Fruto de un acuerdo de colaboración entre la Fundación Botín, la Fundación IE e IE University para medir el impacto del Centro Botín en el desarrollo de la creatividad, se trata de un primer paso para seguir impulsando la transferencia de conocimiento a través de iniciativas y proyectos que fomenten el debate, la discusión y la acción en torno a nuevas ideas, perspectivas y pensamientos relacionados con el gran potencial y los beneficios que nos aportan las artes.

El Centro Botín es un centro de arte de referencia internacional con una misión social: despertar la actitud y la capacidad creadora, facilitando a todos los públicos el acceso y la convivencia con las artes y utilizando su enorme potencial para desarrollar su inteligencia emocional y creatividad con el objetivo de generar riqueza económica y social.

En IE apostamos por las humanidades para entender el mundo que nos rodea y, en este contexto, la creatividad, base de toda innovación, forma parte de nuestra identidad y de nuestro compromiso con el desarrollo cultural y humanístico.

Esperamos que los resultados de este estudio resulten inspiradores. ¡Buena lectura!

Diciembre 2019



Fátima Sánchez Santiago
Directora ejecutiva del Centro Botín



Carlos Mas Ivars
Vicepresidente ejecutivo de Fundación IE
Chairman IE Center for Families
in Business

El Centro Botín: comprometido con el desarrollo de la creatividad para el progreso y bienestar social

Potenciar la creatividad de las personas es la esencia de la misión del Centro Botín

El Centro Botín abrió sus puertas el 23 de junio de 2017 en Santander siendo el proyecto más importante de la historia de la Fundación Botín. El Centro Botín es un centro de arte internacional que se distingue por su misión social. "La misión educativa del Centro Botín es despertar la actitud y la capacidad creadora de las personas para que quieran y puedan mejorar su vida y su entorno. El objetivo es facilitar el acceso

y la convivencia con las artes a todos los públicos, utilizando su enorme potencial para desarrollar su inteligencia emocional y su creatividad"¹. Es decir, el fin último no es la creatividad en sí, sino la creatividad como camino hacia el bienestar personal, el desarrollo social y la generación de riqueza, objetivo último de la Fundación Botín desde hace 50 años.

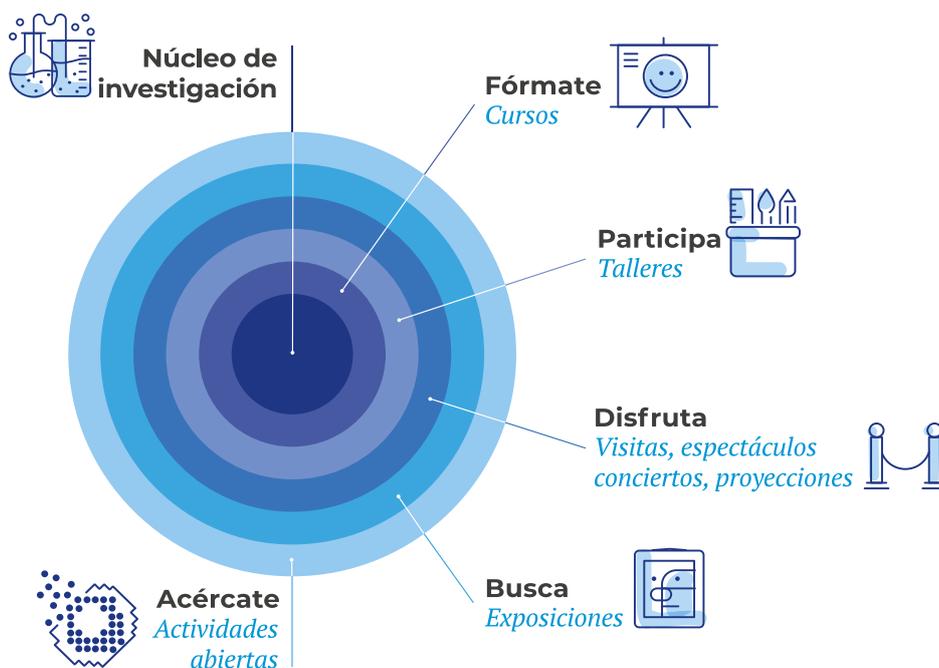
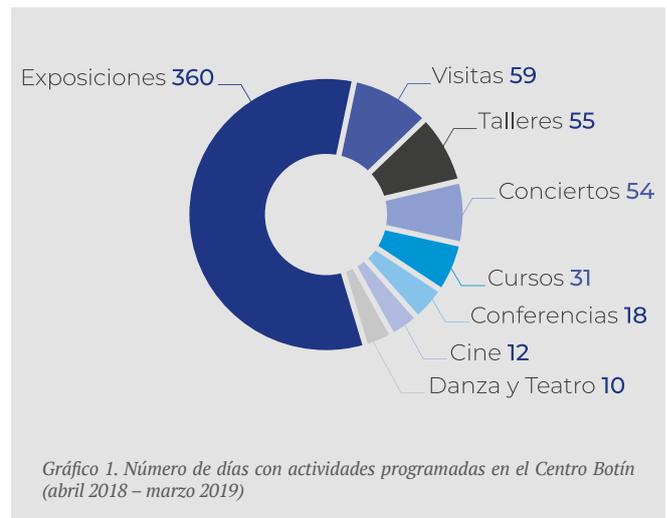


Ilustración 1. Estructura de actividades desarrolladas en el Centro Botín por niveles e intensidad de involucración de los participantes

El Centro Botín quiere potenciar los procesos de aprendizaje a través de las artes para descubrir y explorar nuevas formas de hacer las cosas, convirtiendo los problemas en oportunidades de crecimiento y contribuyendo así a mejorar el bienestar personal, laboral, familiar y social.

En línea con esta visión, el Centro Botín desarrolla diferentes actividades que pretenden despertar la actitud y la capacidad creadora de las personas para que quieran y puedan mejorar su vida y su entorno. El objetivo es llegar a todos los públicos (niños, jóvenes y adultos) a través de todas las artes con las que trabajan (artes visuales, música, literatura, danza, teatro y cine). Las actividades se clasifican según un grado creciente de "intensidad" o implicación por parte de los visitantes de la manera siguiente: (i) actividades abiertas, (ii) exposiciones, (iii) visitas guiadas/comentadas, visitas experiencia, espectáculos de danza y teatro, conciertos y proyecciones de cine, (iv) talleres y (v) cursos (ver Ilustración 1).

- Las exposiciones, que se pueden visitar a lo largo del año, son el tipo de actividad más relevante del Centro. Dentro de las actividades puntuales, las visitas guiadas a estas exposiciones junto con los conciertos son las actividades desarrolladas en mayor medida en el Centro Botín (ver Gráfico 1).



La Fundación Botín y, ahora, su centro de arte están impulsando un ambicioso programa de investigación y publicación en el ámbito de la inteligencia emocional, social y el desarrollo de la creatividad. En 2013, se inició en este ámbito una línea de investigación con la Universidad de Yale, a la cual viene a unirse ahora IE University. Estas investigaciones tienen una doble función: (i) crear nuevo conocimiento y difundirlo a través de una línea editorial y de otras importantes publicaciones y (ii) dar fundamento y base científica a las actividades que el Centro ofrece a sus visitantes. De esta manera, el Centro Botín pretende convertirse en un lugar pionero en el mundo para el desarrollo de la creatividad a través de las artes.

Objetivos del estudio



Vista de sala exposición CRISTINA IGLESIAS: ENTR\SPACIOS © Fundación Botín-Centro Botín

En este marco, este estudio, desarrollado conjuntamente por la Fundación Botín y la Fundación IE, procura analizar el impacto del Centro Botín en sus visitantes, centrándose en los cambios personales y sociales percibidos por estos. Esta iniciativa permitirá validar la pertinencia de las orientaciones estratégicas del Centro, al tiempo que proporcionará información de utilidad tanto para el mundo académico como para el desarrollo de otras iniciativas de este tipo en el mundo.

Más específicamente, el objetivo general del estudio es entender el desarrollo de la creatividad social en los visitantes del Centro Botín en función de la acumulación de las diferentes experiencias desarrolladas en el Centro.

En este estudio, se define la creatividad social como el proceso por el cual los visitantes del Centro Botín

acumulan experiencias que les permiten cambiar su perspectiva sobre la realidad y, de esta manera, implementar cambios en aspectos de su vida personal y/o profesional con el fin de mejorar su bienestar y el entorno que les rodea.

En línea con este objetivo general, este estudio explora las siguientes preguntas:

- ¿Cuál es el impacto en creatividad social en los visitantes del Centro Botín?
- ¿Qué actividades influyen más en su creatividad social?
- ¿Cuál es la influencia de la participación en las diferentes actividades en las distintas dimensiones de creatividad social?

Marco conceptual y metodológico

Un indicador de percepción de creatividad social para medir el impacto del arte en los individuos.

La medición del impacto del arte en los individuos es un proceso arduo y novedoso. Si bien algunos estudios previos (Matarasso, 1997²; Bollo, 2013³) sugieren que los centros de arte pueden tener el potencial de promover la creatividad en los individuos tanto dentro del propio centro como en esferas aparentemente más alejadas (entornos domésticos, familiares o profesionales), el impacto del arte en los individuos raramente se ha medido. Estas mediciones requieren del desarrollo de indicadores adecuados que permitan conocer la huella del centro de arte tanto en el individuo como en aspectos sociales y de relación con su contexto.

Basándose en los estudios de Matarasso, se diseñó para este estudio un indicador de percepción de creatividad social de los individuos, compuesto por siete dimensiones, relacionadas con la percepción de los individuos sobre su desarrollo personal, la cohesión social, su bienestar y la imagen e identidad (ver Ilustración 2). El indicador de creatividad se calcula como la media de la percepción de los individuos respecto a los diferentes elementos, en una escala de 0 a 4.

2. Matarasso, F. (1997). *Use or ornament. The social impact of participation in the arts*, 4 (2).

3. Bollo, A. (2013). "Measuring Museum Impacts". *The Learning Museum Network Project*.



DESARROLLO PERSONAL

1 *Ha cambiado algún aspecto de su vida profesional*

2 *Ha explorado nuevas ideas y acciones*

3 *Interés en nuevas actividades del CB*



SALUD & BIENESTAR

4 *Disfruta de las actividades del CB*

5 *Ha podido conocer a nuevas personas*



COHESIÓN SOCIAL

6 *Ha tenido un impacto positivo en su vida*



IMAGEN LOCAL & IDENTIDAD

7 *Se encuentra mejor en Santander*

Ilustración 2. Indicador de creatividad social

La percepción de los visitantes sobre el impacto de las actividades del Centro Botín en su creatividad social se recogió a través de una amplia encuesta.

A partir de los datos recogidos, se analizaron los elementos que podrían influenciar la creatividad social, recurriendo a varios modelos de regresión lineal simple:

- El primer modelo muestra la relación entre la creatividad social y el número de visitas al Centro Botín.
- El segundo modelo muestra la relación entre la creatividad y el tipo de actividades realizadas en el Centro Botín por los participantes,

de manera agregada, es decir, sin tomar en cuenta el número de veces que acudieron a las actividades (solo teniendo en cuenta si participaron o no de estas actividades).

- El tercer modelo muestra el impacto en creatividad social de cada una de las visitas al Centro Botín, por tipo de actividad (teniendo en cuenta el número de veces que participaron en cada actividad).

Encuesta

La encuesta fue lanzada el 12 de marzo de 2019 a través de la base de datos de 'amigos' del Centro Botín, así como a los visitantes que disponen del Pase Cántabro. Los amigos (joven⁴, familiar, individual o premium) son visitantes con tarjetas de fidelización con beneficios para la participación en las actividades del Centro Botín, además de la entrada sin restricciones a las exposiciones. Los titulares del Pase Cántabro son los residentes o nacidos en Cantabria, que por 2 euros pueden acceder de forma ilimitada a todas las exposiciones.

Se recogieron 2.852 respuestas válidas, totalmente anónimas. Además, los resultados no parecen mostrar sesgos de autoselección en la muestra.

De las 2.852 respuestas válidas, 2.315 fueron de titulares de Pase Cántabro y 537 de amigos del Centro.

Los grupos de edades más representados son los visitantes que tienen entre 46 y 55 años y entre 56 y 65 años. Representan respectivamente 26% y 28% de los visitantes. Más del 60% de los visitantes trabajan, entre los cuales, el 23% trabaja o ha trabajado en sectores relacionados con el arte y la cultura (ver Gráfico 2).

En cualquier caso, es importante destacar que la muestra recogida puede no representar el impacto o los hábitos de todos los visitantes del Centro Botín, sino de aquellos que tienen un vínculo previo con el mismo en forma de tarjeta de fidelización de algún tipo.



4. Los amigos jóvenes tienen entre 16 y 25 años o son mayores de 65 años.

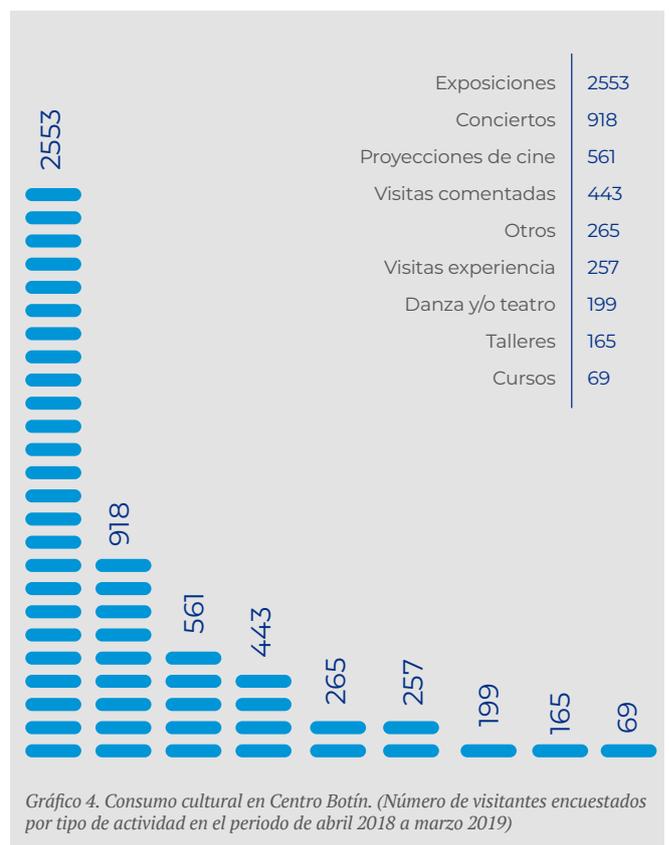
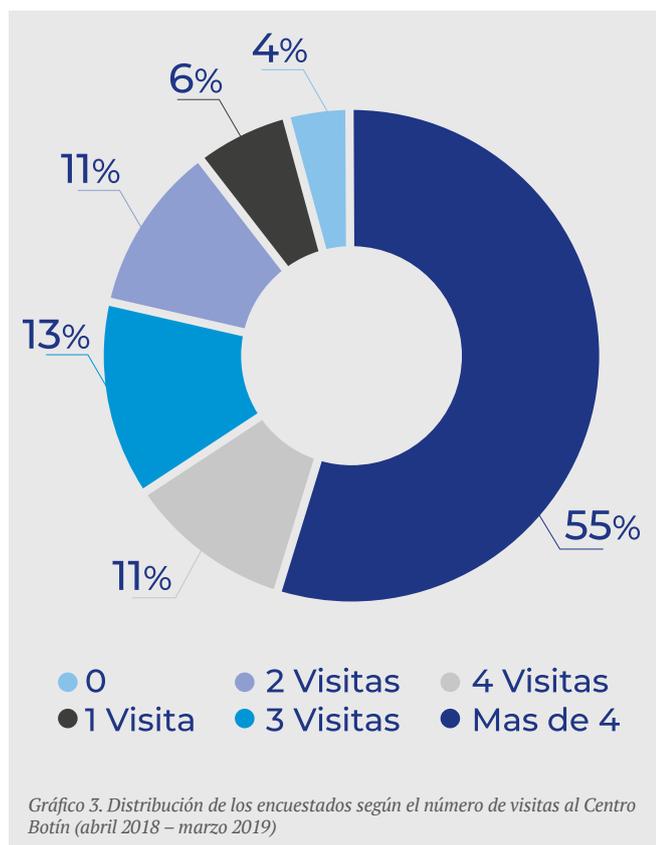
Consumo cultural de los visitantes del Centro Botín

Más de la mitad de los encuestados realizaron 4 o más visitas. El 55% de los encuestados reportan haber visitado el Centro Botín más de 4 veces durante el año analizado (ver Gráfico 3).

Las exposiciones son las actividades más populares y recurrentes, seguidas de los conciertos y proyecciones de cine. El 90% de los encuestados ha visitado alguna de las 11 exposiciones realizadas en el Centro Botín en el año 2018. Los conciertos (30%) y las proyecciones de cine (20%) son las siguientes actividades en nivel de popularidad. La asistencia a cursos junto con la participación en actividades de danza y teatro son las más minoritarias.

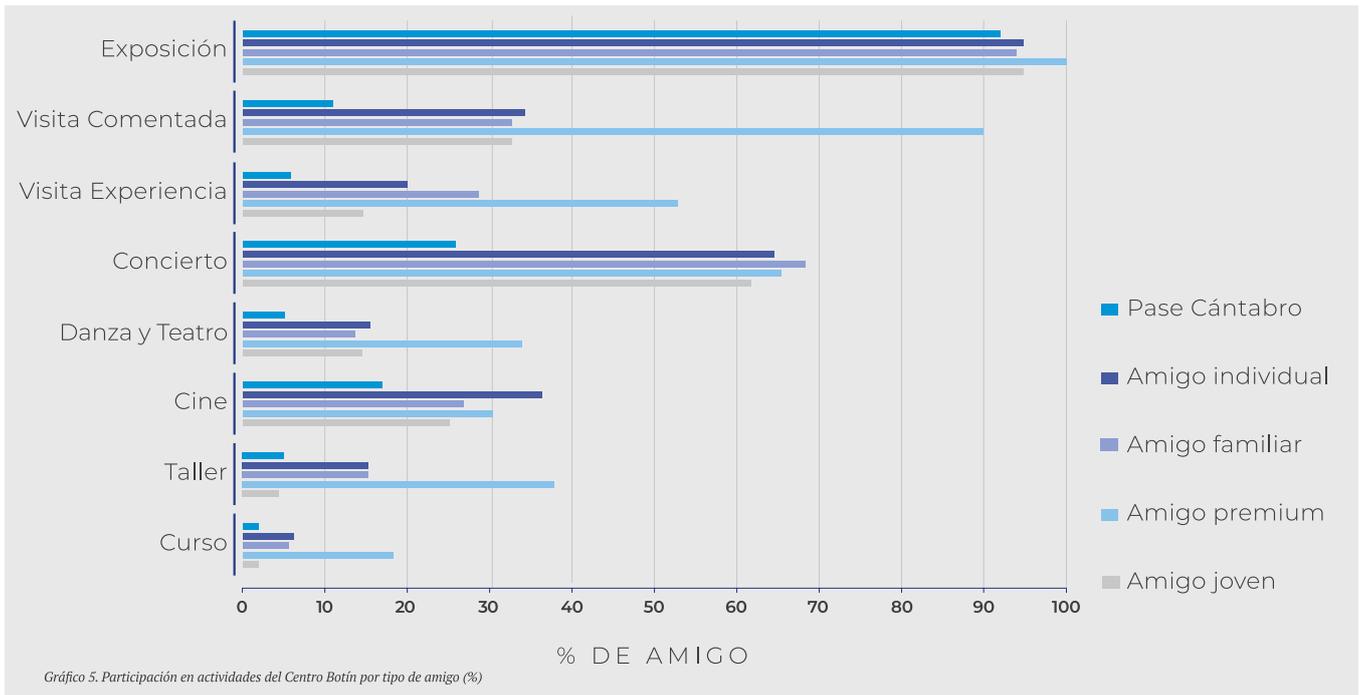
Las actividades que más recurrencia generan son las exposiciones, los conciertos y las proyecciones de cine. Los visitantes de exposiciones han acudido en promedio a 2,8 exposiciones. Los visitantes han acudido en promedio a 2,5 conciertos, igual que los visitantes de proyecciones de cine. Sin embargo, todos los tipos de actividades del Centro gozan de una notable recurrencia (ver Gráfico 4).

Mientras que las exposiciones son visitadas por todo tipo de perfiles (jóvenes, mayores, con o sin hijos, etc.), los talleres son especialmente atractivos para las familias con hijos: estas familias representan alrededor de la mitad de los participantes en talleres.



Las exposiciones y las proyecciones de cine son las actividades más realizadas por los menores de 35 años. Los mayores de 65 años son habituales de las exposiciones y de los conciertos (el 93% ha visitado alguna exposición en el Centro Botín y un 42% de los mayores de 65 años ha ido a algún concierto).

Los amigos premium son proporcionalmente el tipo de amigo más activo. Desglosando por tipo de amigos, los amigos premium son los que, proporcionalmente, más participaron en la mayoría de las actividades organizadas en el Centro, excepto en los conciertos y las proyecciones de cine, donde son respectivamente los amigos familiares e individuales los que encabezan el número de visitas (ver Gráfico 5).



Conclusiones

El estudio pone de manifiesto cómo la participación en actividades artísticas está íntimamente relacionada con cambios en la creatividad y, con ellos, beneficios personales y sociales. Las actividades artísticas y culturales que se desarrollan en el Centro Botín son motor de desarrollo humano, entendiendo dentro de este concepto la mejora del bienestar de las personas que lo visitan. Estos beneficios quedan vinculados directamente al acto de participación en sus actividades y a la frecuencia de las visitas al Centro Botín. Todo ello posiciona al Centro Botín como centro catalizador de la creatividad, el bienestar y el desarrollo humano.



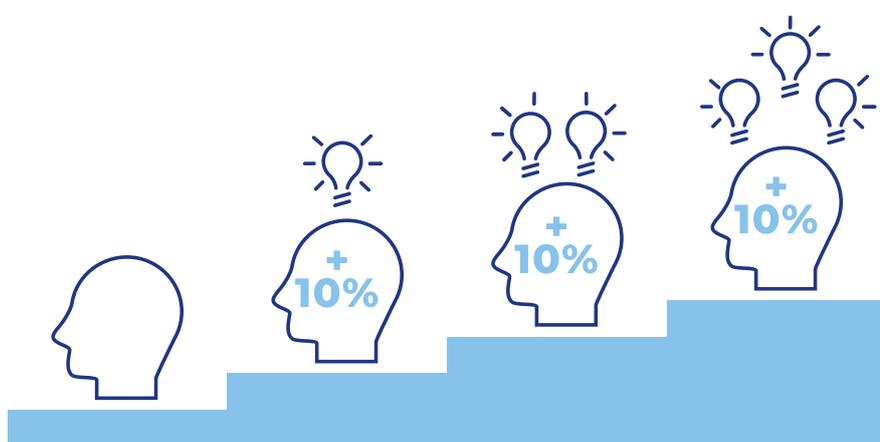
Vista de sala exposición CALDER STORIES
© Fundación Botín-Centro Botín

1. ¿CUÁL ES EL IMPACTO EN CREATIVIDAD SOCIAL EN LOS VISITANTES DEL CENTRO BOTÍN?

La creatividad social de los individuos crece un promedio de 10% con cada visita al Centro Botín.

Cada visita al Centro Botín agrega en promedio un 10% de creatividad social a los participantes. Según el indicador de creatividad social que se definió para

el estudio, la creatividad parte de 1,6 (sobre 4) y crece 0,17, un 10% en promedio, con cada visita al Centro Botín (ver Ilustración 3).



Por cada visita que un individuo realiza al Centro Botín, su creatividad social aumenta un

10%

Ilustración 3. Impacto en la creatividad social por número de visitas al Centro Botín

El impacto en la creatividad crece cuando los visitantes son de menor edad, tienen hijos y/o trabajan, mientras que el género y el nivel de estudios no muestran un efecto diferencial significativo.

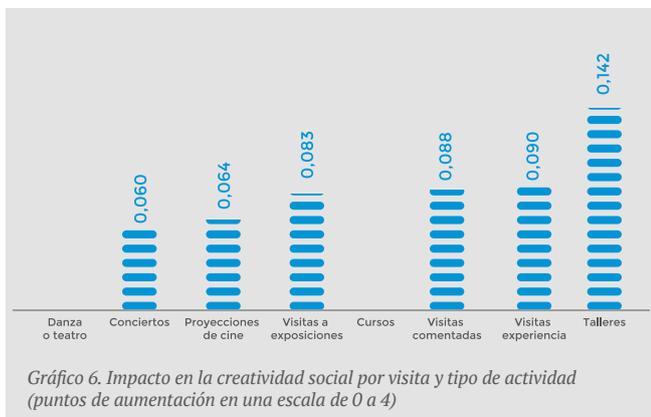
El consumo cultural pasado afecta a la creatividad social de las actividades del Centro Botín. El consumo

cultural pasado (los hábitos de consumo artístico y cultural, como asistencia a exposiciones, cine, teatro, etc.) son importantes determinantes del efecto sobre la creatividad social de las actividades del Centro Botín. Los visitantes que suelen participar en actividades culturales y artísticas experimentan un impacto social mayor que los que no tienen estos hábitos culturales.

2. ¿QUÉ ACTIVIDADES INFLUYEN MÁS EN SU CREATIVIDAD SOCIAL?

Mayor impacto por visita: Los talleres son el tipo de actividad que tiene el mayor impacto en la creatividad, seguidas por las visitas experiencia y visitas comentadas.

Las actividades del Centro Botín que suponen una implicación activa de los participantes son las que generan un mayor impacto. Por cada visita realizada al Centro Botín, los talleres son el tipo de actividad que tiene el mayor impacto en la creatividad de sus visitantes, seguidos por las visitas experiencias y las visitas comentadas. Estas actividades aumentan la creatividad social de las personas en 0,142 (para el taller), 0,090 (visita experiencia) y 0,088 (visita comentada). El impacto de las actividades de danza, teatro y cursos no pudieron ser medidos por falta de información.



Mayor impacto sobre la totalidad del periodo de estudio: Los talleres son el tipo de actividad que tiene el mayor impacto en la creatividad social seguidas por las exposiciones.

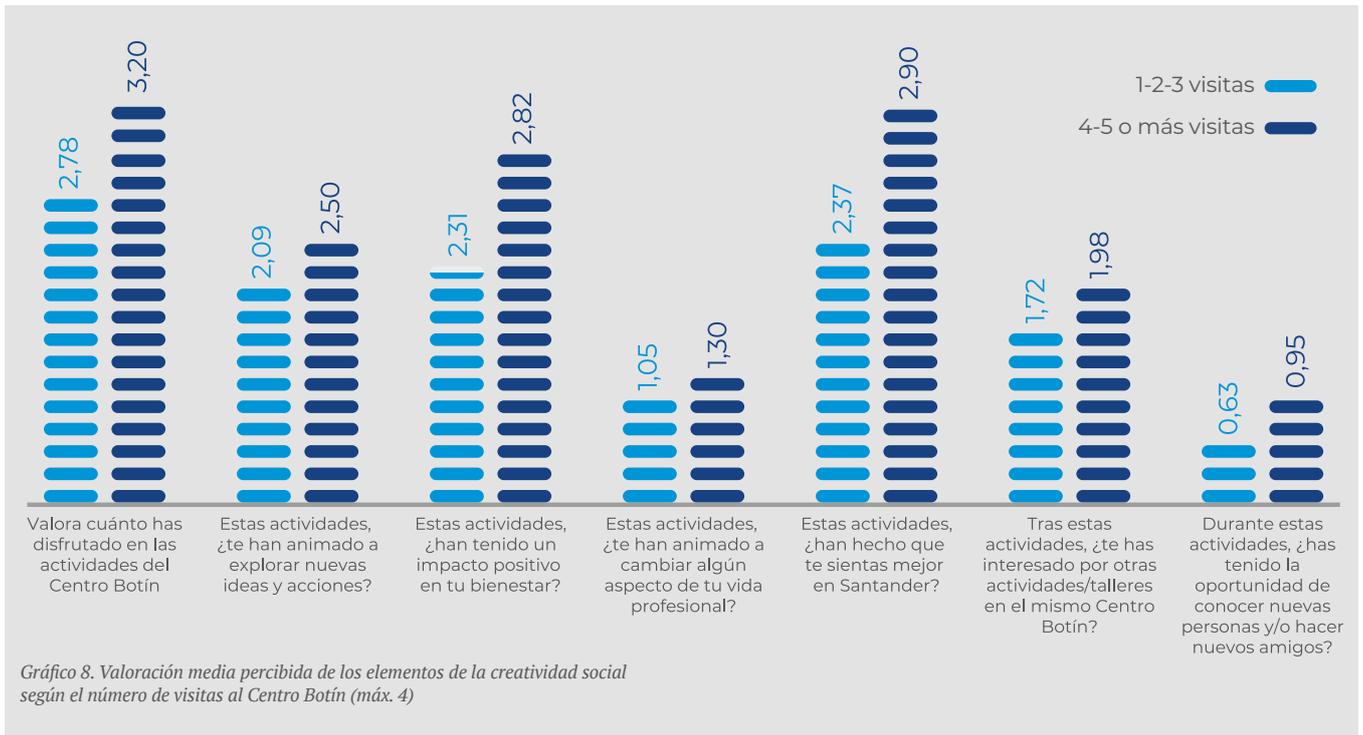
No obstante, si medimos el impacto no por visita, sino sobre la totalidad del periodo considerado de abril 2018 a marzo 2019, las exposiciones suben al segundo puesto de las actividades con más impacto, después de los talleres. Eso se explica por la recurrencia con la cual los visitantes del Centro Botín acuden a exposiciones, presentes a lo largo del año.



3. ¿CUÁL ES LA INFLUENCIA DE LA PARTICIPACIÓN EN LAS DIFERENTES ACTIVIDADES EN LAS DISTINTAS DIMENSIONES DE LA CREATIVIDAD SOCIAL?

Todas las dimensiones de la creatividad social se ven incrementadas con el número de visitas al Centro Botín.

Los participantes en las actividades del Centro Botín valoran especialmente el disfrute de las actividades desarrolladas, y una mejor relación con Santander, así como un importante impacto positivo sobre el bienestar de los participantes. Aunque el impacto sobre los aspectos profesionales y en la creación de amigos es más limitado, también muestran un importante crecimiento conforme aumentan las visitas al Centro Botín.



El Centro Botín, emblema para Santander e instrumento de acercamiento al arte y la cultura.

Finalmente, el análisis cualitativo de los comentarios recibidos en la encuesta muestra, en líneas generales, la visión del Centro Botín como instrumento de

acercamiento al arte y la cultura, así como la relevancia del Centro Botín como emblema para Santander y sus habitantes.



Autores



Patricia Gabaldón

Patricia Gabaldón es profesora de Economía en IE University. Doctora y licenciada en Economía, ha investigado temas relacionados con la economía de la familia, los servicios y el tiempo libre. En la actualidad es profesora de Entorno Económico en IE University y directora del Grado en Economía. Ha sido reconocida como una de las mejores docentes de la institución y ha continuado investigando sobre el papel de la cultura en la economía y extendiendo su investigación hacia el rol de las mujeres en el desarrollo económico. Ha colaborado con importantes organizaciones internacionales y su trabajo ha sido reconocido tanto en revistas especializadas como en los medios de comunicación.

Laura Zimmermann es actualmente profesora asistente en Ciencias del Comportamiento en IE University. Tiene un doctorado en Administración de la London School of Economics. La investigación de Laura gira en torno al comportamiento y al bienestar del consumidor. En su trabajo, está interesada en comprender qué factores influyen en los procesos de toma de decisiones de los consumidores y en cómo mejorar las decisiones con un enfoque específico en el bienestar y el papel de la tecnología digital. En IE, Laura actualmente imparte cursos sobre Métodos de Investigación y Comportamiento del Consumidor, así como un taller sobre atención para un alto rendimiento. Anteriormente, Laura ha impartido seminarios en LSE y en la Universidad de Pekín para estudiantes de pregrado y maestría en Comportamiento del Consumidor, Toma de Decisiones Gerenciales y Emprendimiento.



Laura Zimmerman

FUNDACIÓN BOTÍN

La Fundación Botín contribuye al desarrollo integral de la sociedad explorando nuevas formas de detectar talento creativo y apostando por él para generar riqueza. La Fundación desarrolla programas en los ámbitos del arte y la cultura, la educación, la ciencia y el desarrollo rural, apoya a instituciones sociales y cuenta con un Observatorio de Tendencias para profundizar en el conocimiento de la sociedad.

<https://www.fundacionbotin.org/>

CENTRO BOTÍN

El Centro Botín es el proyecto más importante de la Fundación Botín. Inaugurado en junio de 2017 en Santander, es un centro de arte que tiene por objeto generar desarrollo social y riqueza aprovechando el potencial que tienen las artes para despertar la capacidad creativa.

<https://www.centrobotin.org/>

FUNDACIÓN IE

La Fundación IE es una organización sin ánimo de lucro que trabaja para mejorar el impacto social de IE University a través de la aplicación de sus propios recursos, así como la colaboración con socios estratégicos. Su actividad se apoya en 3 pilares fundamentales siendo estos la inversión en educación a través de becas, iniciativas de impacto y la generación y difusión de conocimiento.

Este estudio se enmarca bajo el tercer pilar siguiendo la línea de filantropía familiar impulsada por IE Center for Families in Business.

<https://www.ie.edu/es/fundacion-ie/>

IE CENTER FOR FAMILIES IN BUSINESS

El Centro de investigación, experiencia y networking Families in Business es la iniciativa estratégica de la Fundación y la apuesta diferencial de IE University para aportar valor a las familias empresarias.

<https://familiesinbusiness.ie.edu/es/>



