Conexiones Creativas

Think & Do Tank en Economía Creativa en Iberoamérica

Ecosistema Arte II

Agitando y comprendiendo las estructuras

ENCUENTRO PROFESIONAL | BOGOTÁ

Septiembre 22-23, 2017

Conexiones Creativas

Think & Do Tank en Economía Creativa en Iberoamérica

Ecosistema Arte II

Agitando y comprendiendo las estructuras

ENCUENTRO PROFESIONAL | BOGOTÁ

Septiembre 22-23, 2017

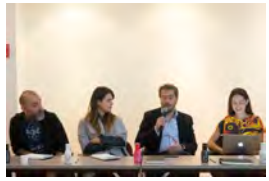
Este proyecto fue posible gracias al apoyo de las siguientes instituciones y empresas aliadas: Comfama, Istituto Europeo di Design-Firenze, Mundo Único, Alcaldía de Medellín, Alcaldía de Barranquilla, Alcaldía Mayor de Bogotá, Programa Artbo de la Cámara de Comercio de Bogotá, Fundación Gabriel García Márquez para el nuevo periodismo latinoamericano, La Balsa Arte, Revista Arcadia, La Silla Verde, Tripartita comunicaciones, Fundación Artnexus, Soca, Carolina Ortega, SOY y Hatsu.

El encuentro profesional **Ecosistema Arte 2017: agitando y comprendiendo las estructuras** se realizó en la sede norte de la Cámara de Comercio de Bogotá los días 22 y 23 de abril de 2017.

CONTENIDOS | Conexiones Creativas
IMÁGENES | Cámara Lúcida

CC BY ND NC

¡Porque una conexión puede cambiarnos la vida!



| CCCreativas
| www.cccreativas.com

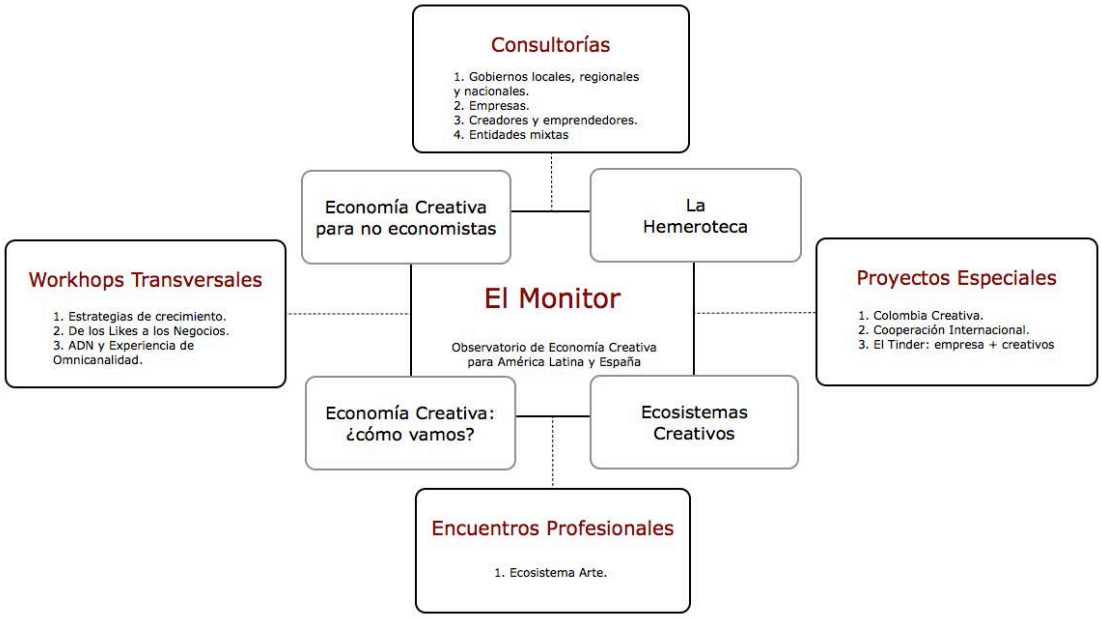
Conexiones Creativas

Think & Do Tank en Economía Creativa en Iberoamérica

La plataforma **Conexiones Creativas** es un Think & Do Tank que opera desde América Latina y Europa, promoviendo la Economía Creativa y su aporte al desarrollo territorial. A través de metodologías integrales y rompedoras busca generar espacios de discusión, fortalecimiento y aprendizaje en torno a las Industrias Creativas y Culturales.

Esta Plataforma que se nutre de la Comunidad Creativa Iberoamericana, se estructura alrededor de **El Monitor** u **Observatorio de Ecosistemas Creativos** que mapea, entre otras, las acciones público-privadas dinamizadoras o no de ese tejido creativo. A partir de éste se diseña toda una agenda de contenidos, espacios y publicaciones que buscan acercar este tema a decisores de diversas instancias, pero sobre todo a los gestores mismos (creadores, artistas, diseñadores, etc.), pues su empoderamiento es fundamental.

Conexiones Creativas se despliega de las siguientes maneras:



Workshops Transversales

Talleres periódicos (anuales), caracterizados por su carácter rompedor, en los que se emplean metodologías transdisciplinares y se abordan temáticas visionarias, en sintonía con las macro-tendencias globales. En los wokshops diseñamos agendas de trabajo que por su carácter transdisciplinar son de interés para diversos sub-sectores de la economía creativa.

Encuentros Profesionales

Están orientados a satisfacer las necesidades y retos de sub-sectores específicos, agregando valor e innovación a sus prácticas profesionales, y propiciando la generación de proyectos que favorezcan la integración activa y más equitativa de los diferentes actores.

Consultorías

Agendas de trabajo que por su carácter transdisciplinar son de interés para diversos sub-sectores de la economía creativa, reuniendo a creadores, agentes del Estado, la academia y el sector privado con contenidos disruptivos y poderosos. También podemos hacer talleres a la medida, según las necesidades de nuestros aliados o clientes.

Proyectos Especiales

Colaboraciones y proyectos con un componente internacional de tipo multilateral.

Encuentro profesional Ecosistema Arte 2017 | Septiembre 22-23, Bogotá

Ecosistema Arte 2017

Ecosistema Arte continúa en su 2ª edición con la premisa fundamental de pensar el campo de las artes visuales y plásticas desde la noción de ecosistema. Este concepto, apropiado de otras disciplinas, connota varios asuntos que se consideran vigentes y de interés:

1. Reflexionar desde la idea de una **comunidad de actores en interacción**.
2. Comprender que las distintas **relaciones e articulaciones** –definidas por razones tanto internas como externas– son determinantes para el desarrollo de todo el conjunto de **individuos, plataformas, organizaciones, colectivos, instituciones** que habitan dicho campo.
3. Entender **dinámicas locales y globales** que afectan la toma de decisiones y la definición de estrategias adecuadas a los desafíos actuales.

Desde su primera edición, Ecosistema Arte ofrece un estado de la cuestión del campo de las artes visuales analizando el rol del mercado como árbitro en la escala de valores y generador de unas dinámicas dentro del sistema. El punto de partida es ¿qué podemos hacer para fortalecer el ecosistema en su conjunto y trabajar mejor juntos? Es por eso que cada caso es escogido en virtud de su pertinencia y capacidad para fortalecer ámbitos sostenibles de creación en su contexto de acción.

1. Asistentes al Encuentro profesional Ecosistema Arte 2017
2. Mauricio Reina
3. Catalina Casas, Alex Mor y Rocío Arias

4. María Paz Gaviria, Eduardo Brandão y Rocío Arias
5. Alex Mor
6. José Ignacio Roca
7. Rafael Londoño
8. Gabriel Mesa

En el encuentro se abordaron las siguientes preguntas: ¿qué impacto tienen los entornos geopolíticos en las dinámicas de las artes visuales? ¿Cuáles son las mejores estrategias de gestión según cada caso? ¿Por qué un determinado territorio se hace más atractivo que otro para los distintos actores del campo?

Único encuentro profesional de las artes visuales y plásticas en América Latina

1. María Belén Sáez de Ibarra
2. María Cristina Moreno, Daniel Urrea y Harold Ortiz
3. Ángel Moreno
4. Tomasso Sacchi y Alessandro Colombo

I. ENTORNO GEOPOLÍTICO Y ECONÓMICO.

Por: Mauricio Reina

Economista e investigador asociado Fedesarrollo. Uno de los analistas económicos más respetados en Colombia y América Latina.

Las condiciones o factores geopolíticos tienen implicaciones que trascienden distintos campos y prácticas. El sector de las artes visuales no sólo tiene que estar atento a lo que acontece en los diferentes territorios con el objetivo de señalar situaciones e imaginar posibles soluciones; también debe ser consciente de las transformaciones y tensiones de tipo geopolítico que tienen impactos profundos en sus ecosistemas. Debemos ver el mundo no como queremos que sea, sino tal como es. Es por eso que hemos escogido revisar las condiciones actuales que –por sus diferentes tipos de tensiones– afectan directamente las dinámicas del campo de las artes visuales en América Latina y a sus agentes.

1. ¿De dónde venimos?

El sector de las artes visuales ha vivido un auge en los últimos años. ¿Cuáles son las razones que explican este crecimiento? El crecimiento económico general vivido en Colombia entre el 2004 y el 2014, constituye sin duda un terreno fértil para explicar dicho florecimiento. En concomitancia con lo anterior, el país ha visto un desarrollo y aumento de la clase media: 10’000.000 de personas han engrosado la clase media colombiana, y 5’000.000 más han superado la pobreza.

Sin embargo, la capacidad de gasto general comienza a erosionarse. Según el Banco Mundial, los últimos dos años (2015-16) muestran una desaceleración del producto interno bruto (PIB) per cápita. Junto al desaceleramiento de la economía del país, se debe considerar el hecho de que las izquierdas han comenzado a hacer agua a nivel mundial, como es el caso de la vecina república de Venezuela. El mercado laboral colombiano se ve impactado no sólo por situaciones propias de esas dinámicas económicas, sino también por las sociales: 330.000 venezolanos han llegado al país en el último año vs. 450.000 empleos que puede generar Colombia para amortiguar dicha crisis.

El PIB de Venezuela acumula una caída del 30% en los últimos 3 años. Esta economía en crisis, ha provocado que el 74,3% de los venezolanos haya perdido al menos 8,7 kilos de peso en el último año ¿Qué podemos hacer cuando tenemos una economía destrozada al lado?

En otro ámbito, los últimos dos años (2015-17) han visto una evolución en la tasa de cambio marcada por una considerable depreciación del peso en relación con el dólar. El cambio ha pasado de estar en cerca de 1900 COP por 1 U$D en enero de 2015, a un poco más 3000 COP en enero de 2017. El resultado es que lo que se produce en Colombia se deprecia por efecto de estas tasas de cambio (inflación).

Así mismo, en el 2014 los precios promedio del petróleo cayeron de los 100 U$D por barril a los 53 U$D, fenómeno que se ha presentado sólo 2 veces en los últimos 100 años. El petróleo es crítico para el mercado colombiano y representa el 5% de la economía del país. La disminución en las aportaciones del petróleo afecta monumentalmente a las finanzas públicas. Y si bien los precios se han venido recuperando desde febrero de 2016, estos movimientos son importantes en cuanto a que el deterioro de las economías latinoamericanas está asociado a la caída de los precios de los productos básicos.

Con todo lo anterior, una economía que ofrece menos y una tasa de cambio que aumenta, se está revirtiendo el avance de la economía. "El palo social no está para cucharas."

2.1 ¿Dónde estamos? Entorno internacional

La apreciación del peso durante los meses de septiembre y octubre de 2017 obedeció principalmente a:

- Las perspectivas de continuidad de expansión monetaria de los Estados Unidos.

- El incremento que mantuvo el precio internacional del petróleo en el mes de septiembre de 2017, y que sigue en alza para el mes de noviembre. Los inventarios de crudo han presentado una reducción importante motivando el alza de los precios.

¿Cómo nos afecta el factor Trump y la economía de EEUU? Este mercado es clave para todos los productos que no son derivados del petróleo. Desde el 2009 sus tasas de interés son negativas. Con todo y que Trump es un presidente molesto, con una política económica pasmada, el PIB de este país se aceleró durante el segundo trimestre del año. El mercado laboral se fortaleció con una tasa de desempleo de 4,3% en julio. Tanto la inflación básica como la núcleo se han desacelerado, ubicándose por debajo del 2%.

Se cierne sin embargo una amenaza sobre el país: según la Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito (UNDOC), los cultivos ilegales aumentaron un 50% en 2016, hasta alcanzar las 146.000 hectáreas. Este escandaloso aumento en el área sembrada, implica una posible descertificación por parte de EEUU, un varapalo que llegaría en pleno posconflicto y significaría una reducción en los subsidios para las familias de campesinos cultivadoras y las infraestructuras que suelen ser necesarias en las zonas donde habitan. La estrategia colombiana ante esta problemática es dudosa: reducir 100.000 hectáreas, 50% a través de la erradicación manual y el 50% restante vía sustitución cultivos. Colombia sigue siendo el mayor exportador de coca del mundo.

¿Qué otras amenazas globales aparecen en el panorama?

- Venezuela. Ya se ha comenzado a mencionar algunas de las características que marcan el contexto en este país. De acuerdo con Migración Colombia, esos 330.000 venezolanos que han ingresado a Colombia se distribuyen así: 50.000 venezolanos con visa; 150.000 (con documentos vencidos), pero que han recibido permiso especial de premanencia; y hasta 130.000 que están de forma ilegal en el país. Aparte de lo anterior, alrededor de 1'000.000 de colombianos han regresado, todo lo cual representa una enorme fuerza laboral.

- Riesgo de conflicto con Corea del Norte. El país asiático ha realizado 6 ensayos nucleares (el último, diez veces mayor que Hiroshima o Nagasaki), lo que le ha significado 8 rondas de sanciones de la ONU. Ante este panorama, Estados Unidos (cuyo armamento nuclear es de 7.000 ojivas, 1.800 de las cuales están en bombarderos) ha exhibido siempre una actitud beligerante, mientras que China ha mostrado cierta ambigüedad geopolítica. La vía política se ha mostrado ineficaz para solucionar efectivamente este conflicto de talla mundial.

2.2 ¿Dónde estamos? Entorno local

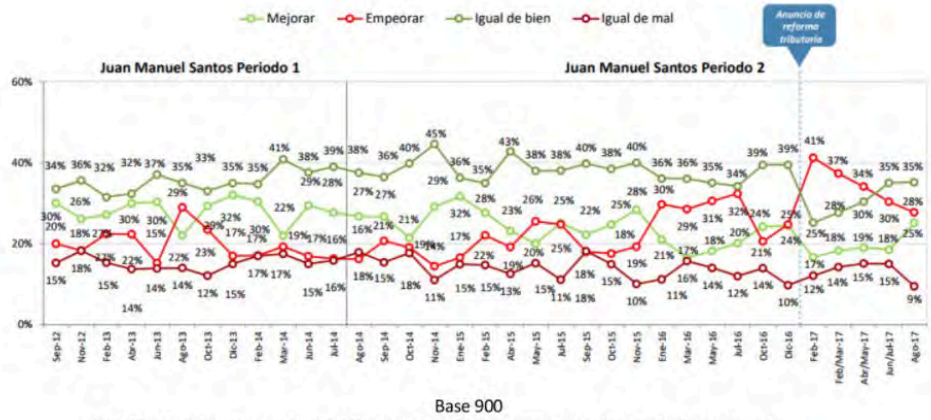
- Las remesas van reduciendo la importancia que han tenido en el pasado.

- Se recupera el gasto de los hogares colombianos descontando la inflación.

- La confianza de los consumidores parece dar señales de recuperación.

- La disposición a comprar, a la baja desde febrero de 2016, ha presentado una recuperación.

- La inflación continúa en el rango meta pese al incremento en agosto.



Base 900

* El diferencial con respecto al 100% corresponde a las respuestas de no sabe/no responde.

Fuente: Opinómetro. Medición septiembre de 2017

FEDESARROLLO

3. ¿Para dónde vamos?

¿Cómo percibe la gente su situación económica y la de su familia, cree que tiende a mejorar, a empeorar o sigue igual?

Desde febrero hasta septiembre de 2017 ha mejorado la percepción de mejora, aunque la disposición a comprar sigue estando en números negativos. Para el 2017 se espera un incremento total en el PIB nacional de 1,7%, y de 2,4% (3,5% en el mejor de los escenarios posibles) para el 2018. No se puede olvidar que el 2018 es un año de elecciones presidenciales, y que el panorama actual (noviembre de 2017) presenta a muchos con opciones.

A favor de estas cifras están argumentos como el Impacto en la reducción de las tasas de interés; el efecto de una menor inflación sobre la capacidad de compra en los hogares; el impacto diluido del aumento del IVA en los primeros meses del año; y el impacto del ajuste salarial del sector público, rezagado a julio. Los riesgos principales son: la construcción de edificaciones en estratos medios y altos; el hecho de que la Industria no muestre señales de recuperación; la situación del sector minero; la incertidumbre social que vive el país en la actualidad.

PANEL DE DISCUSIÓN

Catalina Casas, directora de la galería Casas Riegner
María Paz Gaviria, directora del Programa Artbo de la Cámara de Comercio de Bogotá.
Alex Mor, co-fundador y co-director de la galería Mor Charpentier
Eduardo Brandâo, co-fundador y director de la galería Vermelho

Moderadora: Rocío Arias, directora La Silla Verde

Pues bien, las tres clases de personas que las costumbres modernas han creado son: el hombre que trabaja; el hombre que piensa; el hombre que no hace nada. De ahí derivan tres fórmulas de existencia […]: la vida ocupada; la vida de artista; la vida elegante.
Balzac. Tratado de la vida elegante, "Prolegómenos"

Ideas principales del debate

- ¿Son los galeristas hombres (y mujeres) de la vida ocupada que se consideran a sí mismos artistas y que aspiran a vivir la vida elegante?

- ¿Cómo es la relación de cada una de las galerías representadas en el panel con los mercados locales e internacionales? Para una galería como Casas Riegner el 90 % del mercado de sucede fuera de Colombia. Para la galería Mor-Charpentier –basada en París, pero con uno de sus fundadores de nacionalidad colombiana– es similar: el país representa un 20% de su mercado. El caso opuesto lo representa la galería Vermelho, para la que un 80% de su mercado tiene lugar ensu base, la ciudad de Sao Paulo. Esta megalópolis es una ciudad financiera en la que el arte es también visto como un business, que alimenta un número aproximado de 450 galerías.

- La pregunta que emerge tras analizar la información anterior, particularmente para el caso local, es: ¿qué se entiende entonces por mercado del arte en Colombia, cuando representa tan poco para las galerías de arte, y ya no sólo para las extranjeras sino incluso para aquellas que tienen un fuerte arraigo con el país?

PANEL DE DISCUSIÓN: Ideas principales del debate

- Como ha afirmado José Roca, en Colombia todo es emergente. Esa marginalidad puede ser enriquecedora, pero hay que avanzar. ¿Cómo fortalecer, por ejemplo, la circulación por los espacios?

- El mundo del arte es muy pequeño, incluso a nivel global. Es necesario fortalecer las bases de la estructura y así atacar los problemas desde uno de sus principios. Para muchos artistas en Colombia las galerías son una realidad tan distante que ni siquiera se las plantean como una posibilidad.

- ¿Es sostenible el sistema ferial internacional? Las ferias exigen la producción de proyectos artísticos y el mantenimiento de un espacio físico. De las ventas que se hacen en los contextos feriales, hasta un 60% corresponden a obras que no están físicamente presentes. ¿Para qué sostener entonces un espacio cuando, para muchas galerías, la mayor parte de las ventas se hacen en las ferias, y hasta las ⅔ partes de dichas ventas corresponden a obras que no necesariamente están ahí?

- Muchos galeristas manifiestan una "Art Fair Fatigue" que los está llevando a reducir su participación en el calendario anual de ferias. ¿Este "activismo" artístico es beneficioso para el coleccionismo? Las ferias, al haberse convertido en lugares cuasi-obligados de visita y trabajo para muchos agentes del sector mundial de las artes visuales, están "robando" el tiempo de los coleccionistas para visitar y conocer las galerías.

- El mercado debe ser nutrido de modos distintos. La educación es una de las formas de garantizar la sostenibilidad de mercados difíciles, en los que lo digital aparece como una oportunidad para abrir nuevas puertas. Una articulación en estos dos ámbitos –educación y digitalidad–, podría contribuir a acercar públicos, resignificar espacios, acortar brechas.

II. ART & MANAGEMENT
Casos de estudio

La sostenibilidad, y ya no digamos la generación de lucro, constituyen un desafío para muchos –sino todos– los "organismos" que pueblan el ecosistema de las artes visuales. ¿Estamos en disponibilidad de compartir herramientas y estrategias con nuestros pares, permitiendo así que se fortalezca la comunidad y consecuentemente todo el campo? El análisis de los nuevos sistemas de producción ha demostrado que el valor de compartir no sólo está en el ámbito de lo cognitivo, lo cual es ya importante. Compartir (conocimientos y recursos) genera mayor sentido de pertenencia a una comunidad en la medida en que posibilita que otros desarrollen sus propios proyectos. Y al mismo tiempo, mejora la interconexión entre diferentes actores, permite nuevas estrategias de resiliencia, y favorece el crecimiento en general. Ecosistema Arte promueve el compartir estrategias de gestión en un espacio público de construcción y trabajo.

¿Se puede sobrevivir en la franja media del mercado?

Por Alex Mor. Co-fundador y co-director de la galería mor charpentier

La galería mor charpentier fue fundada en 2010 por Alex Mor y Philippe Charpentier. Localizada en París, la galería representa artistas emergentes y bien establecidos cuyas prácticas conceptuales están ancladas en las realidades sociales, la historia y la política de regiones geográficas contrastantes.

En París se contabilizan hasta 450 galerías de arte. El reto es: ¿cómo diferenciarse? El proyecto comenzó apostándole a ser una vitrina del arte más arriesgado que se produce en América Latina. Fue así como consiguió realizar los primeros solo shows en París de grandes artistas de esta región como Oscar Muñoz y Liliana Porter. Pero no hay que dormirse en las buenas ideas.

Desde la perspectiva Parisina, francesa y europea, mor charpentier ofrece un programa nicho que ante la globalización del sistema, ha buscado dar respuestas sostenibles en el tiempo buscando salidas –desde las prácticas del arte- a zonas como Asia, Medio Oriente y la propia América Latina. Es por eso que su programa actual incluye artistas como **Lawrence Abu Hamdan** (Jordania), **Marwa Arsanios** (Estados Unidos), **Cevdet Erek** (Turquía), aparte de otros latinoamericanos como **Milena Bonilla** (Colombia) o **Alexander Apóstol** (Venezuela). El tamaño pequeño del nicho es contrarrestado, sin embargo, con la fidelidad que genera entre los interesados y seguidores. Es por eso que en este momento la pregunta es por la replicabilidad del modelo en un contexto como el latinoamericano.

La ampliación del foco y la cuestión por la expansión a otros territorios son maneras de atender la necesidad de la internacionalización del programa, una pregunta que debe hacerse toda galería en este momento. En este sentido, la participación en las ferias es tanto una manera de activar el mercado como de hacer presencia en "Brand Events", algo útil tanto en el ámbito económico como en el simbólico (construcción de marca y "good will").

Las ferias actualmente tienen la supremacía con respecto al mercado. La relación de las galerías con ellas es de amor y odio. Para el caso de mor charpentier, la relación en las ventas entre lo que se genera en los contextos feriales vs. las ventas por fuera de ellas es de 60/40. Y como el negocio del arte es infiel, es necesario potencializar los contactos que brindan las ferias y alimentarlos a lo largo del año. Así mismo, no se deben dejar de lado o menospreciar los proyectos feriales pequeños, o vinculados con mercados incipientes y locales como el latinoamericano. Se debe entender que las velocidades de cada contexto son diferentes.

Uno de las responsabilidades de una galería es la de ubicar las obras de sus artistas en colecciones coherentes –en las que la obra de un artista dialoga con el resto– y/o potentes –capaces de dar visibilidad y ayudar a afianzar el lugar de un artista. En este sentido, las colecciones institucionales siempre tienen un lugar relevante puesto que validan la obra de un artista y la insertan dentro de las narrativas histórico-críticas. Colaborar con una institución puede generar círculos virtuosos y reacciones encadenadas que conducen a su vez a otras instituciones.

¿Independiente de qué?

Por José Roca. Director artístico de FLORA ars+natura

Los espacios independientes o autogestionados se caracterizan por la tensión que generan con lo institucional. A su vez la independencia debe ser comprendida como la libertad y la capacidad de autodeterminación con respecto a sus criterios: artísticos y programáticos. Es por eso que quizás el término "para-institucional" sea pertinente para comprender su lugar dentro del ecosistema. Otra forma de verlas es desde la perspectiva de lo privado. Pero en realidad sólo resultan "privadas" de toda una serie de beneficios que se disfrutan en el ámbito institucional: el carro, las vacaciones y las pensiones.

La independencia no sucede exclusivamente en el ámbito "para-institucional". Es posible también ser independiente dentro de lo institucional. Sin embargo, no hay nada más terrible que la inercia de las instituciones: son como trasatlánticos a los que cuesta mucho cambiar de rumbo. Quizás aquí se encuentre otra condición de los proyectos independientes: son mucho más "responsive", es decir, sensibles y responsivos. ¿Y dónde queda el trabajo del curador independiente? Este tipo de profesionales, que han aparecido en las últimas décadas como unos nómadas más del sector de las artes visuales, en su "independencia" sólo consiguen cohesionar su propia hoja de vida y no así cohesionar unas audiencias o unos públicos puesto que éstos siempre son cambiantes. Desde Flora se comprende la tarea curatorial como la construcción de comunidad.

Flora es un sitio de reunión para artistas e interesados en el arte contemporáneo, un espacio de escala doméstica y carácter abierto, inclusivo, y de alto nivel de calidad. El propósito es constituirse en sitio de referencia de la escena artística en Bogotá, estableciendo vínculos con el resto del país y el exterior a través de residencias artísticas internacionales, proyectos comisionados, y una intensa actividad pedagógica. De hecho, es este componente educativo, el de la Escuela Flora, el que ha visto la mayor ampliación dentro del proyecto.

¿Se puede enseñar el arte? Quizás sólo sea posible inspirar. Es por eso que Flora explora otras formas de enseñar a través de un currículum consistente únicamente en un programa de asesores que visitan con regularidad a un grupo de artistas en residencia para discutir abiertamente sus procesos creativos. No hay una estructura pedagógica pero sí un buen grupo de tutores con los que establecen diálogos claros en sesiones grupales en los que se realiza un análisis crítico de los procesos creativos de los artistas en residencia. Al mismo tiempo, las visitas están complementadas por una serie de salidas de campo. Flora ha recorrido un camino que la ha conducido a pasar de la exposición a la formación.

¿Es Flora un proyecto sostenible? La gestión cultural es el único ámbito en el que son lícitas todas las formas de lucha. Las tareas actualmente se concentran en la búsqueda de becas para los artistas en residencia, y en la gestión de múltiples tipos de benefactores. En las ocasiones en las que se han realizado subastas, el dinero se reparte entre el artista y Flora. El proyecto no tiene un endowment. Tampoco deja pérdidas, pero depende en buena medida del nombre de José Roca. Sus costos anuales ascienden a los 1200 millones de pesos al año. Es por todo esto que cuando se cumplan 10 años de trabajo (en el año 2022), se hará una revisión crítica del proyecto basada en dos conceptos: necesidad y temporalidad. Podrá darse por terminado el proyecto si ya no se considera pertinente.

¿Cómo es la relación con otros espacios? Es en clave de colaboración. Sin embargo, Flora ha tomado la decisión de reducir su actividad expositiva para evitar confusiones cuando la colaboración se hace con una galería. En estos casos, y si existe algún interés por la compra, se re-dirige siempre el/la interesado/a al galerista. En este sentido hay que reconocer que la presencia de Flora en el barrio San Felipe ha movilizado la llegada de un buen número de galerías y otro tipo de proyectos artísticos a la zona, ascendiendo a más de 20 nuevos espacios los que se han instalado recientemente allí. El impacto de Flora en el barrio es real, pues ha contribuido a activar dinámicas sociales y económicas.

¿El pez grande se come al chico? Museos y sostenibilidad

Por María Belén Sáez de Ibarra. Directora de Patrimonio Cultural de la Universidad Nacional de Colombia.

La gestión en cultura es un continuo aprendizaje que sucede en la marcha. Desafortunadamente en Colombia las políticas culturales están retrasadas en relación con las necesidades de las artes contemporáneas. Además de que su ministerio, junto al Departamento de apoyo a las ciencias y la innovación, ha visto recientemente grandes recortes en sus presupuestos. Es por eso, entre otras razones, que en el país no hay un museo de arte contemporáneo. La ausencia de una institución de este tipo restringe la fuerza que tiene el arte para movilizar la opinión y la conciencia crítica al ahondar en problemáticas de nuestro aquí y nuestro ahora, lo y refuerza la idea de que estas prácticas pueden no ser de importancia para el país.

Alemania, por ejemplo, ha empleado el arte como un vehículo para la renovación de la conciencia colectiva espiritual y trascendente, tramitando temas importantes a través de espacios culturales: la evocación del duelo profundo, el reconocimiento de la gran equivocación cultural y humana del genocidio, la posibilidad de la reconciliación. Para gestionar estos asuntos, para expiar estas atrocidades, nunca se ha hecho el arte y la cultura a un lado, todo lo contrario: hay un respeto por lo que estos campos de la actividad humana puedan aportar en tanto que formas de pensamiento.

El arte no sólo es entretenimiento y conocimiento: permite también estructurar realidades sociales. Sus prácticas generan formas eficientes para comprender problemáticas como la otredad. En el arte hay herramientas para conocer de nuevas maneras, para religar socialmente comunidades fracturadas. El arte contribuye a desarrollar otras formas de inteligencia, a superar prejuicios y comprender al otro en profundidad.

Los países que des-potencializan la creación pierden parte de la capacidad para generar pensamiento propio, formas inéditas de conocernos, algo que nos condena a muchos a la subalternidad y a concentrar la economía en la explotación de materias primas. Si no somos creativos e innovamos, ¿cómo vamos a afrontar nuestros retos? Aún en coyunturas negativas hay que comprender el liderazgo al que estamos convocados desde la cultura y las prácticas creativas. Al generar conocimiento propio favorecemos la transformación social. **¡Somos agentes de cambio!**

¿Qué puede aprender Colombia de estas experiencias? ¿Cómo podemos ayudar a cambiar las retóricas de subalternidad desde las cuales Colombia se piensa a sí misma? ¿Qué rol le corresponde a un museo en un contexto de posconflicto? La gestión de una institución no se puede realizar de manera aislada. Un museo, especialmente vinculado con una universidad, sólo puede operar en relación con su contexto y en colaboración con otros museos y universidades.

¿Y cómo conseguir la sostenibilidad? Por aquí algunos "tips":

- Partir siempre de una base económica, de un ahorro que genere un “colchón” para la operación de la institución.
- Buscar los recursos de manera amplia, sin precisar exactamente cuál es el destino específico de tales o cuales dineros. Los proyectos en artes visuales no son usualmente bien considerados por su valor económico. Esto se reconoce en el hecho de que las empresas o posibles patrocinadores de un proyecto no se escandalizan por los valores de una película o una ópera, pero sí del valor que puede alcanzar una exposición.
- El agenciamiento de una institución museal sólo es posible desde la transnacionalidad y el cosmpolitanismo.
- Todos los días comienzan de 0 en la gestión cultural. Cada proyecto debe tratarse de manera individual y encontrar sus propias fórmulas de gestión.
- Estamos llamados a involucrar otras disciplinas. El arte tiene que salirse de su propio círculo pues sus prácticas no están exclusivamente reguladas por asuntos estéticos. En toda producción de conocimiento hay una estética, así como hay un conocimiento en las producciones estéticas. Es por eso que la intromisión flagrante del capitalismo es muy nocivo para el arte. Estas producciones culturales no pueden ser vistas únicamente como mercancías o "commodities".

Pasión por el arte: el coleccionismo comprometido

Por Rafael Londoño. Empresario y coleccionista.

Lo primero que hay que señalar es que la colección Maraloto de la que voy a hablar es una colección de dos, construída a dos voces: la de mi esposo Mauricio Torres y la mía, en la que ambos tenemos la posibilidad de veto.

El comienzo del proyecto se da con María José Arjona y el apoyo a una residencia de trabajo por solicitud de la propia artista. Esto fue muy importante pues marcó el comienzo de una serie de colaboraciones y complicidades con los artistas, así como de un interés por lo inmaterial. A lo largo del tiempo, el contacto también con importantes galeristas como Catalina Casas y Juan Gallo ha permitido dar continuidad a la toma de ciertas decisiones.

El siguiente paso fue el de definir un grupo de artistas que se pudieran seguir, acompañar, a lo largo de su vida profesional. No hay marcos geográficos en el proyecto, pero sí existen unas líneas conceptuales que definen el interés con la colección, las cuales pueden definirse como cuerpo y espacio. El concepto de lo que se entiende por arte cambia con el tiempo y con el contexto. Es por eso que uno de los objetivos con el proyecto Maraloto es entender cómo cambian algunas de esas nociones en el tiempo.

El coleccionismo no es algo que se pueda enseñar, aunque sí es posible aprender sobre el coleccionar. El coleccionista con una visión construida es una especie en vías de extinción, pero nos equivocaríamos al pensar que hay modelos ideales de agentes, tanto en el ámbito institucional, en el galerismo y en el coleccionismo.

El coleccionismo siempre debe implicar una visión, una toma de posición. La mayoría de las personas compran lo que es seguro, tanto desde el punto de vista de la inversión como desde el punto de vista artístico.

Hay pues muchas oportunidades para equivocarse con una colección. Desde nuestra perspectiva, lo único peligroso es comprar por razones económicas. El coleccionista como inversor, es una especie peligrosa que puede acabar con la carrera de los artistas. Puede hablarse entonces de varios niveles o tipologías de coleccionista. Es por eso que los galeristas se esfuerzan en identificar muy bien a los coleccionistas, esta es una de sus responsabilidades con los artistas y las obras.

En la actualidad la colección Maraloto está cedida al Banco de la República con dos condiciones:

- Anónima: sin referencia a los propietarios de la colección.

- Itinerante: debe viajar por Colombia, y ser exhibida en las distintas sedes de la entidad para alcanzar el mayor público posible.

Esta relación con una gran institución obedece también al convencimiento de que se consigue mucho más con un ejercicio de este tipo, colaborando con una plataforma de tales dimensiones, que tiene un alcance nacional y cuenta con una gran infraestructura.

Y ya retomando perspectivas más personales e íntimas, el reencuentro con las obras (a su regreso) es como volver a ver la familia. Convivir con el arte es una experiencia absolutamente enriquecedora pues produce una enorme rentabilidad emocional y cognitiva que no tiene que ver con lo económico. Hay que ser consciente de que el patrimonio que se tiene y se acumula con una colección está realmente allí, en lo simbólico.

¿Por qué apoyar la creación? Mecenazgo empresarial

Por Gabriel Mesa. Artista, médico y empresario.

Premisas:

1. Es posible generar transformaciones desde el arte.

2. La función más importante del arte es motivar la capacidad de imaginar.

3. Las sociedades con arte son mejores sociedades.

El homo sapiens es un invitado de último minuto en La Tierra, uno que además está a punto de enfrentar la sexta extinción en masa del planeta. Nunca han habido en la historia cambios tan fundamentales como los que se han sucedido desde la revolución industrial. A finales del siglo XVII fue la máquina de vapor. Esta vez, serán los robots integrados en sistemas ciberfísicos los responsables de una transformación radical. Los economistas le han puesto nombre: la cuarta revolución industrial. Marcada por la convergencia de tecnologías digitales, físicas y biológicas, esta revolución cambiará el mundo tal como lo conocemos. Estamos pues al borde de una revolución tecnológica que modificará la forma en que vivimos, trabajamos y nos relacionamos. La revolución afectará el mercado del empleo, el futuro del trabajo, la desigualdad en los ingresos; sus coletazos impactarán en la seguridad geopolítica y en los marcos éticos. ¿Cuál es nuestro futuro y cuál queremos que sea nuestro futuro?

En ese minuto de existencia de la humanidad, el arte ha sido un testigo fundamental de la historia, de su historia. ¿Cuál es su rol hoy en día? ¿Y cuál puede ser entonces la responsabilidad social de las empresas para con el arte, más allá de los incentivos fiscales y la inversión financiera?

El arte genera vínculos con un pasado que todos compartimos, con momentos claves de la historia decisivos para definir el mundo en que vivimos. Los objetos y prácticas artísticas tienen una excepcional capacidad para hablar por encima del tiempo y el espacio, y esta capacidad debe ser compartida tanto como sea posible.

Nuestro presente es conflictivo, coyuntural. Pocas veces en la historia reciente de la humanidad hemos visto procesos de extremismo ideológico y división como los que atestiguamos en la actualidad: polarización política, populismos de distinto cuño, nacionalismos, etc. Será necesaria la intervención de muchas instancias políticas para que esas divisiones puedan ser reconciliadas tanto a nivel local como global.

Pero es justamente por lo anterior que los roles que pueden jugar las artes y la cultura en el fortalecimiento de las sociedades, la promoción de la cohesión social y el impulso de la transformación y evolución de los grupos humanos, son fundamentales. Estos retos siguen siendo esenciales. ¿Son las corporaciones conscientes del impacto social trascendental que pueden tener en este sentido? Nunca ha sido mayor la responsabilidad moral del arte y la necesidad de que el público entienda la finalidad de que existan sus prácticas: estimular el sentido compartido de ser humanos, de tener una historia común, de vivir en un único planeta, de ser responsables de un futuro común que no solamente se halla en juego sino –cada vez más en una época de nacionalismo en alza y violencia sectaria– en peligro.

Es evidente que la cultura, la educación y las artes pueden tener un papel decisivo a la hora de cimentar procesos que cohesión y volver a unir a personas distanciadas. Cumplir con este objetivo no será posible sin el apoyo de los patrocinadores privados: individuos y organizaciones, corporaciones o empresas. Pero al margen de toda esta filantropía privada es importante entender que la financiación estatal sigue siendo igualmente esencial, puesto que procesos como el fortalecimiento social a través de la cohesión de las comunidades y su transformación están en el corazón mismo de sus responsabilidades.

III. ECOSISTEMAS Y TERRITORIOS: LO BUENO, LO MALO Y LO FEO

A nivel global, algunas megarregiones se han posicionado como lugares de destino para los diferentes actores del ecosistema de las artes visuales. Esas megarregiones son las unidades económicas del mundo actual: ciudades y poblaciones en situaciones de conurbación que a veces cruzan fronteras nacionales formando poderosas franjas de comercio, movilidad, innovación y talento. Entre ellas destacan las franjas territoriales en torno a ciudades como Londres, Nueva York, Berlín, o Los Ángeles. Para el caso de América Latina, Bogotá, Sao Paulo, México y Miami son quizás las megarregiones más atractivas. ¿Qué ha pasado en dichas regiones para su posicionamiento internacional? ¿Qué iniciativas (públicas o privadas) han impulsado las dinámicas internas en cada una de ellas?

1. Sao Paulo (Brasil)

Por Eduardo Brandão.
Co-fundador y director de la galería Vermelho

En São Paulo y en Brasil tenemos una tara con la modernidad. Brasilia, por ejemplo, es una utopía que existió primero en el plano y en el concepto. Fue por eso que Mário Pedrosa organizó en 1959 el Congreso Internacional de Críticos de Arte en Brasilia, al tiempo que en São Paulo y Rio de Janeiro, para debatir el urbanismo moderno como búsqueda de la integración de las artes y producción de una obra artística colectiva, mientras tenía lugar el nacimiento de Brasilia como un ensayo real de estos mismos debates.

Hasta 1961, las dinámicas más destacadas en el sector de las artes visuales en Brasil tenías lugar en Río de Janeiro. Esto en un contexto determinado por la dictadura (1964–1985), período en el que Brasil estuvo cerrado al mundo: ni se importaba ni se exportaba cultura. No se dejó de hacer arte, pero Brasil no dialogaba con el exterior. Eso propició un diálogo entre Río y São Paulo, con todo y que son ciudades muy diferentes. En 1992 aproximadamente el mercado del arte emerge. Y a partir del año 2000, São Paulo toma el testigo de Río y se convierte en la ciudad líder en el tema creativo en en el país. Otras ciudades y regiones han ido fortaleciéndose en ámbitos como el de la producción cultural (Recife) o el mercado secundario (Curitiba).

São Paulo en este momento es una ciudad en la que tiene lugar la transformación cultural puesto que es abierta a las ideas, las personas y el mundo. En ella los artistas encuentran oportunidades y entornos propicios para la creación, proceso para el cual es muy importante que las ideas estén en constante movimiento. ¿Cómo generar mejores relaciones entre las regiones y las producciones culturales, y de ese modo superar distancias entre ellas? Una idea puede nacer en una ciudad, pero fortalecerse en otra. Esta conversación entre ciudades es altamente enriquecedora, y es una situación que Colombia debe favorecer combatiendo el centralismo.

São Paulo hoy es la ciudad con el mercado artístico más fuerte de Latinoamérica. Sus galerías de arte no sólo venden arte contemporáneo, sino que comienzan a tener una especialización. En ese fortalecimiento del sector de las galerías, ha contribuido la aparición de ABACT, la Asociación Brasilera de Arte Contemporáneo, un modelo asociativo que ha ayudado a superar rencillas e individualismos.

El proyecto de de Internacionalización del mercado del arte de Brasil fue iniciado en 2007 por Apex-Brasil, la Agencia Brasileña de Promoción de Exportaciones e Inversiones, y la Fundación Bienal de São Paulo, con el objetivo principal de promover el sector de galerías de arte contemporáneo brasileño, apoyando la búsqueda de oportunidades para proyectos y negocios en el extranjero. En el 2012 recibió el nombre de Latitude. Hoy en día 47 galerías de arte contemporáneo están vinculadas, representando a más de mil artistas brasileños contemporáneos.

El modelo asociativo permite generar una conciencia colectiva y compartida del trabajo, fortalecer el renglón medio del mercado y contribuye a la sostenibilidad general del ecosistema (el pago que hace cada galería es proporcional a lo que perciben económicamente). Los galeristas asociados saben que pueden trabajar juntos, lo que significa compartir bodegas, proyectos, ventas, coleccionistas, información útil e incluso ayudar en la venta de obras de otras galerías. Desde una perspectiva macro, una asociación permite tener impactos políticos de fondo: modificar leyes, hacer lobbies gremiales, reducir ciertos costes, etc. Y desde un punto de vista micro, las galerías en riesgo tienen más posibilidades de supervivencia al pertenecer a una asociación. Es la fuerza de ir juntos, como bloque.

2. Florencia (Italia)

Por Tomasso Sacchi. Director de la secretaría de cultura de la Alcaldía de Florencia-Italia.
Alessandro Colombo, director del Istituto Europeo di Design - Firenze.

Florencia es una de las ciudades más visitadas en el mundo. Como parte de su infraestructura cultural cuenta con más de 100 museos y un número que supera las 250 asociaciones culturales. Literalmente, es una ciudad en la que hay una institución cultural en cada esquina.

Para la otrora ciudad estado, cuyo legado renacentista la convierte en un obligado referente en este sentido, lo contemporáneo es un desafío. Un buen ejemplo de programación en esta línea, es lo que sucede en el Fuerte Belvedere, donde se hace una apuesta e inversión en los nuevos lenguajes de las artes visuales. Así mismo, la Villa Romana es un lugar para residencias artísticas, exposiciones e investigaciones que favorecen la producción contemporánea. Estos esfuerzos que se hacen por alentar las prácticas artísticas más actuales, se ven fortalecidos por estímulos fiscales a la inversión privada en instituciones culturales.

En lo que se refiere a otras prácticas artísticas, vale la pena señalar que en Florencia está basado el único centro de danza y coreografía que trabaja tanto con niños como con adultos. Además, es una ciudad de acogida para algunos de los mejores pianistas del mundo, quienes la escogen para residir en ella. Y precisamente en el sector de la música, destaca la escena jazz, con músicos e investigadores potentes en este género musical. No se puede dejar a un lado que anualmente van a Florencia 1000 estudiantes a formarse en algún tipo de disciplina artística. Estas profesionales viven en ella un período promedio de 4 meses, y terminan siendo sus embajadores culturales por todo el mundo.

En lo que se refiere al consumo, hay que distinguir dos tipos de públicos: los locales y los visitantes, lo cual genera dos perspectivas diferentes con respecto a las producciones: ¿qué consumen los locales vs. los que no lo son?. Pero al mismo tiempo invita esta coexistencia invita a pensar en perspectivas de mestizaje en el consumo de cultura que sucede en este contexto urbano.

Una de las preocupaciones más grandes de la municipalidad de Florencia es la de favorecer tanto la producción como el consumo local ("producir y pagar aquí"), como una política que robustece dinámicas de creación e impacto económico en el territorio. Y el objeto es favorecer estas dinámicas desde muy temprana edad en las personas.

En términos generales, características como las descritas propician relaciones en doble vía en la ciudad: los viajeros y residentes temporales oxigenan la vida de la urbe al tiempo que se alimentan de sus dinámicas. La ciudad es un laboratorio que pone la cultura en el centro. Sus prácticas son tanto motor de desarrollo como una forma efectiva de generar narrativas globales.

3. Medellín (Colombia)

Por María Cristina Moreno, asesora de la Secretaría de desarrollo de Medellín;
Daniel Urrea, asesor del concejal Daniel Carvalho;
Harold Ortiz, director proyecto Timebag

La Secretaría de Desarrollo Económico de Medellín lidera la Política de desarrollo productivo. Dentro de esta estrategia de ciudad se encuentra el plan intersectorial para el fomento y dinamización de la economía creativa, el cual tiene previsto 4 componentes: Caracterización económica del sector, Formación, Financiación, y Acceso a mercados. Dichos elementos le apuntan a los siguientes objetivos transversales:

- Fomentar y consolidar la Economía Creativa y Cultural, generando el reconocimiento de los saberes y prácticas culturales como actividad económica y productiva a través del fortalecimiento de habilidades empresariales con el propósito de capturar una creciente demanda a nivel nacional e internacional.

- Robustecer la comercialización de bienes y servicios creativos a través de un adecuado y pertinente Ecosistema de Emprendimiento, en el que entren en juego la innovación, la puesta en valor del patrimonio del territorio, así como la generación, atracción y retención del Talento Artístico y Creativo.

- Conocer el ecosistema creativo de la ciudad a través de la formulación y consolidación de una agenda pública que, con una sistematización de inventarios e iniciativas, identifique el estado actual de la ciudad en el área y promueva un plan intersectorial para el fomento y la gestión de la economía creativa en Medellín.

Perpetuo Socorro: el barrio de las ideas

El Distrito creativo de Medellín es un proyecto que quiere construir un ecosistema haciendo uso de las Industrias Creativas y Culturales como un elemento de transformación y una apuesta por el crecimiento de la ciudad. Este Territorio debe convertirse en un espacio urbano para el emprendimiento de la ciudad y la experimentación, en el que la Economía Creativa sea el elemento promotor y protagónico, y el diseño, la moda, las artes, la cultura, el entretenimiento, los ejes de desarrollo.

Se asume que la ciudad está lista para asumir los retos que exige la competitividad global y las industrias creativas y culturales son una de las herramientas claves para alcanzarlo. En la historia reciente de Medellín además, la cultura y la creatividad han tenido un lugar como eslabones de inclusión social y desarrollo cultural.

El Distrito creativo deberá ser un espacio de cohabitación en el que se propenda por una internacionalización del discurso. Con sus 2500 m2, reciclará y renovará el uso de infraestructura de la ciudad. Los signos de alarma deberán estar puestos en 3 áreas: procesos de gentrificación que propicien la especulación inmobiliaria del sector; una predominancia de lo productivo (la cual puede resultar favorecida por el hecho de que el proyecto surge como el resultado de la vinculación de varias entidades privadas); y la creación y consolidación de los públicos.

Necesidades identificadas desde el Concejo de Medellín, en el sector de la economía creativa de la ciudad:

- Articular acciones para los diferentes actores y agentes de la creatividad en la ciudad.
- Prácticas como la minga (el trueque y la solidaridad) son fundamentales para entender las dinámicas de la economía creativa.
- Los ecosistemas creativos surgen de manera natural, lo que no quiere decir que no se deban liderar acciones para su fortalecimiento.
- El emprendimiento cultural no es una traición a los principios. Con la adecuada información y conocimiento se pueden superar lugares comunes frecuentes como los de "aquí no hay nada para hacer"; "no se puede vivir del arte"; "no hay dinero para apoyar los proyectos".
- El asociativismo y el trabajo en red son importantes, pero es fundamental que las discusiones y los debates se concreten en acciones reales.
- Sigue siendo un gran reto encontrar fórmulas para involucrar al sector productivo de la ciudad.

Bogotá (Colombia)

Por Ángel Moreno. Director el Departamento de Cultura de Colsubsidio.

Bogotá es una ciudad de ciudades, compuesta de 20 localidades, con 7,8 millones de habitantes y 2,4 millones de viviendas.

Para comprender muchos de los logros a los que ha llegado la ciudad en materia de economía creativa, hay que partir de los avances acumulados por el país en las últimas dos décadas. Estos pueden enmarcarse desde la creación del Ministerio de Cultura en 1997 hasta la Ley Naranja del 2017, e incluyen proyectos tan relevantes como: la Política para la promoción de las Industrias culturales en Colombia de 2010; la Ley de espectáculos de las artes escénicas del mismo año; la Ley de cine de 2003, o la Ley de filmación del 2012.

Todo lo anterior ha configurado un fértil caldo de cultivo que ha permitido el surgimiento de una gran cantidad de espacios para el desarrollo cultural-creativo y de negocios en la ciudad. Entre ellos se pueden contar: el Bomm (Bogotá Music Market); el BAM (Bogotá Audiovisual Market); la Feria Internacional de Arte de Bogotá Artbo; los clústeres de música, diseño gráfico, industrias creativas y de contenidos, vestuario y joyas. En simultáneo aparecen una gran cantidad de emprendimientos autogestionados en múltiples áreas. Sólo considerar el elevado número de espacios de trabajo colaborativo existentes, da cuenta de las dinámicas de la capital de Colombia.

Sin embargo, en la ciudad tienen lugar unas enormes brechas en lo que se refiere a:

Capital humano.

Se ha detectado una enorme necesidad de saberes que no están siendo ofrecidos por ninguna institución o escuela.

Investigaciones como la de las Capacidades del sector cultural (British Council, 2016), demostró que muchos agentes culturales deben asumir varios roles –como los de productores o técnicos de montaje– para poder llevar a cabo sus proyectos a cabalidad. Este es el caso específico de curadores y artistas, quienes según dicho estudio se ven muchas veces obligados a contratar técnicos que no logran comprender sus ideas en temas como la iluminación, el sonido, la electricidad o el diseño de espacios. Otros sectores de la cultura ven necesidades similares. Se deben pues potenciar las diversas vocaciones. **¡Menos economía extractiva y más economía creativa!**

Consumo cultural.

En el 2015, aproximadamente el 70% de los bogotanos no asistió a ninguna actividad de las artes escénicas o plásticas y visuales según la Encuesta Bienal de Culturas - EBC (Observatorio de Culturas SCRD). En esa misma línea y según la Organización de Estados Iberoamericanos (2014), a los latinoamericanos "les duele el bolsillo" cuando de gastar en cultura se trata, algo que habría que matizar también con las distancias sociales y educativas de la región, o las asimetrías en las posibilidades de acceso. Para el caso colombiano en todo caso, los consumos pueden ser alarmantes: alrededor de un 60% de las personas no ha ido a cine en todo el año; 60% no ha atendido ninguna función de teatro; 71% no ha ido nunca a un recital musical en vivo. Por el contrario, alrededor del 57% de la población reconoce que ha descargado películas o material audiovisual gratuito desde internet, y que el 67% consume música en dispositivos portátiles o la ha descargado sin costo de la red. En este sentido hay que prender las alarmas. ¡Estamos atrapados en el boom de la economía creativa, pero ni la producción ni el consumo crecen concomitantemente! En la misma línea, el mecenazgo sigue siendo un tema pendiente en el país.

Infraestructura / circulación.

La ciudad presenta problemáticas relacionadas con la concentración de espacios, los usos restrictivos del suelo, la fuga de recursos tributarios y hasta los códigos policiales. Por otra parte, Bogotá cuenta con 166 equipamientos culturales públicos, 335 privados y 12 mixtos, distribuidos especialmente en los barrios de Candelaria, Teusaquillo y Chapinero

En busca de soluciones

La ciudad se encuentra en este momento en la formulación de una política pública de Emprendimiento Cultural e Industrias Culturales y Creativas para Bogotá. Como resultado de esas medidas de política pública, se espera:

- Programas de fortalecimiento empresarial que estimulen la demanda de bienes y servicios creativos.

- Espacios adecuados para el desarrollo cultural y de negocios

- Incentivos a través del desarrollo de distritos creativos para agentes del sector y la ciudad

- Promoción de clústeres para mejora de negocios, desarrollo de cooperación interdisciplinaria y coordinación de actores y actividades

- Apoyo financiero: soporte, financiación focalizada en emprendimientos creativos, incentivos y otras medidas.

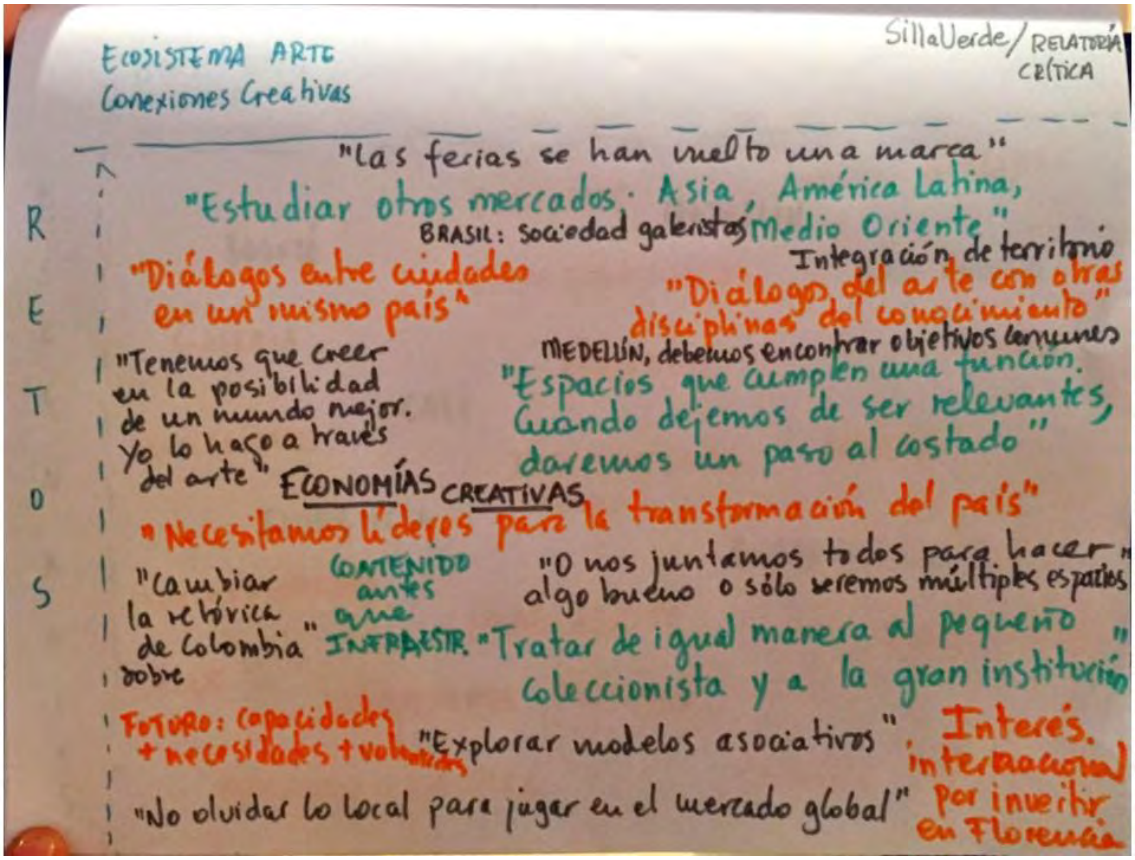
Necesidades

- La multiplicidad de voces en un foro público nos desarma. Hay que buscar mejores maneras de articularnos para sumar.

- ¿Cómo traducir las leyes y reformas para los creativos?

- ¿Qué debe hacerse para que el sector de la cultura pase de la queja y recupere su participación (empoderamiento, agenciamiento) político?

- ¿Cómo conciliar los reglamentos de la ciudad con ciertas necesidades de los creativos? Habría que crear unas "zonas de tolerancia" que permita la legalidad de ciertas prácticas que ahora mismo no lo son.



Retos para Ecosistema Arte 2017
Por Rocío Arias / La Silla Verde

¡Porque una **conexión** puede cambiarnos la vida!

Conexiones
Creativas

Think& Do Tank en
Economía Creativa
en Iberoamérica

CCCreativas
www.cccreativas.com