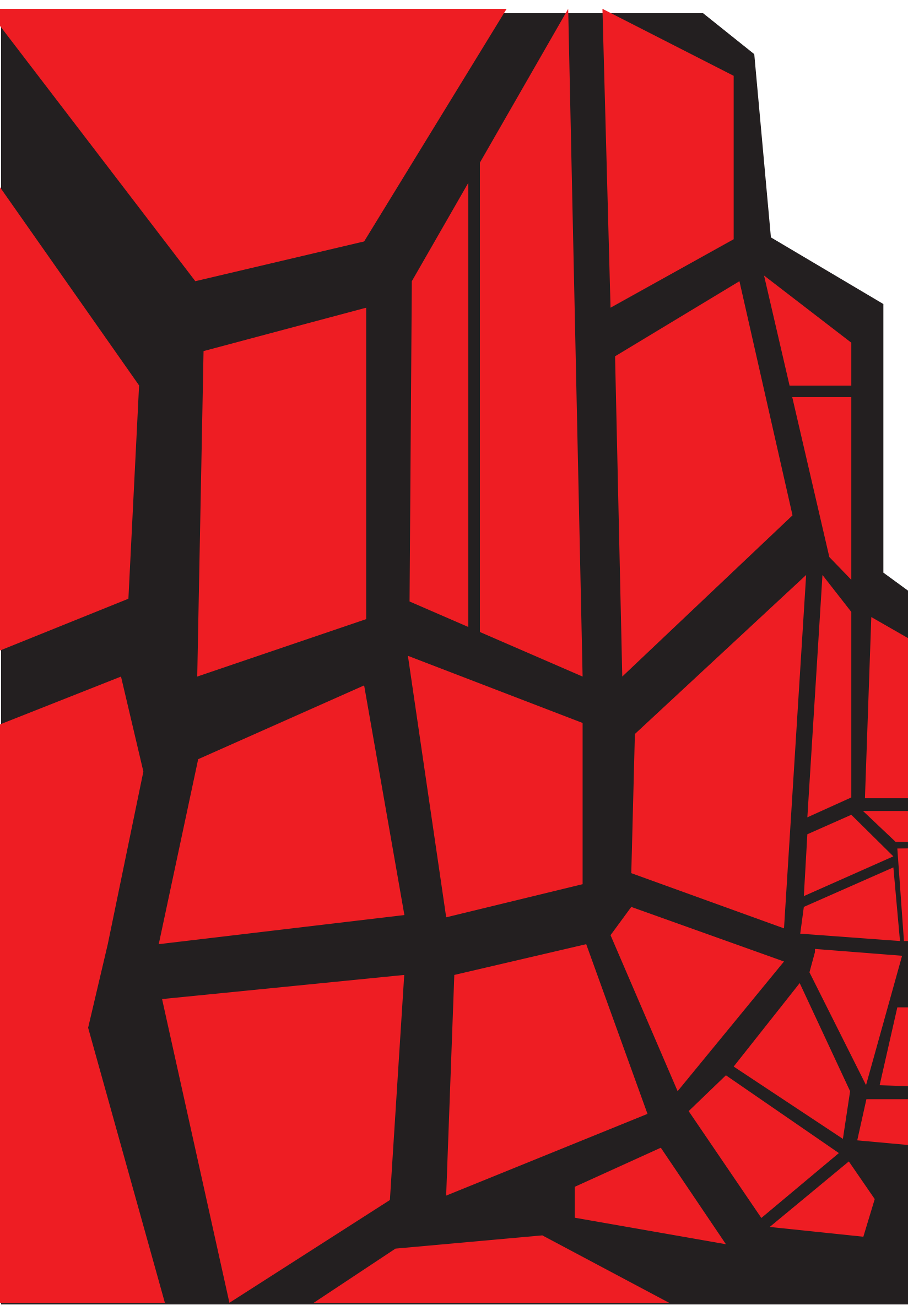
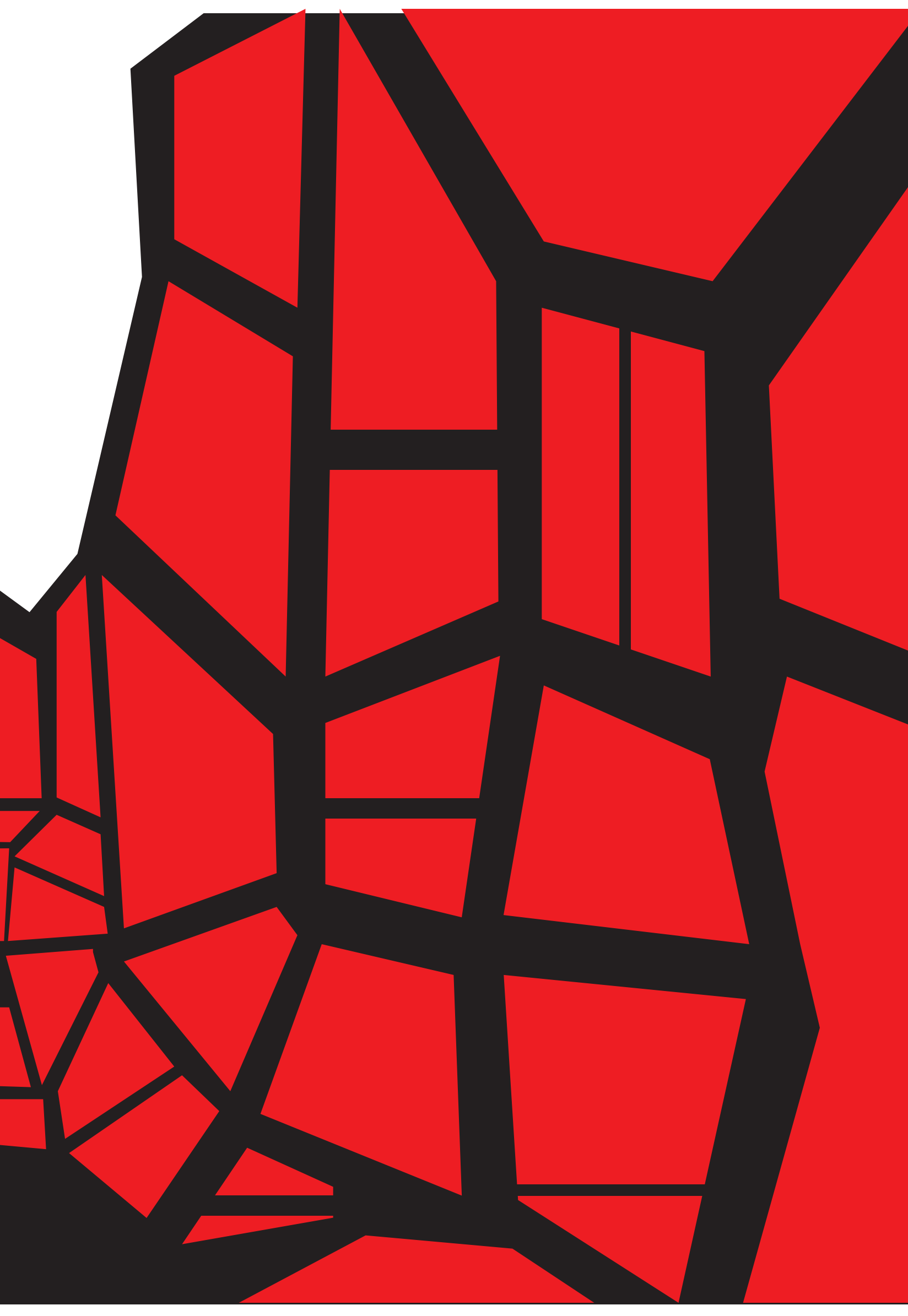


ARTEACTUAL

de la adversidad
¡VIVIMOS!

**I ENCUENTRO IBEROAMERICANO
SOBRE ARTE, TRABAJO y ECONOMÍA**





ARTE ACTUAL – FLACSO ECUADOR

Director FLACSO
Adrián Bonilla

Coordinador Espacio Arte Actual
Marcelo Aguirre

Asistencia
Isabel Cornejo

Primer Encuentro Iberoamericano de Arte, Trabajo y Economía
“de la adversidad ¡vivimos!”
www.delaadversidadvivimos.wordpress.com

Coordinadora del Encuentro
Paulina León

Curadora del Encuentro
María Fernanda Cartagena

Asistente de Producción
María del Carmen Oleas
María José Salazar

Metodología para las Mesas de Trabajo del Encuentro
Gabriela Montalvo

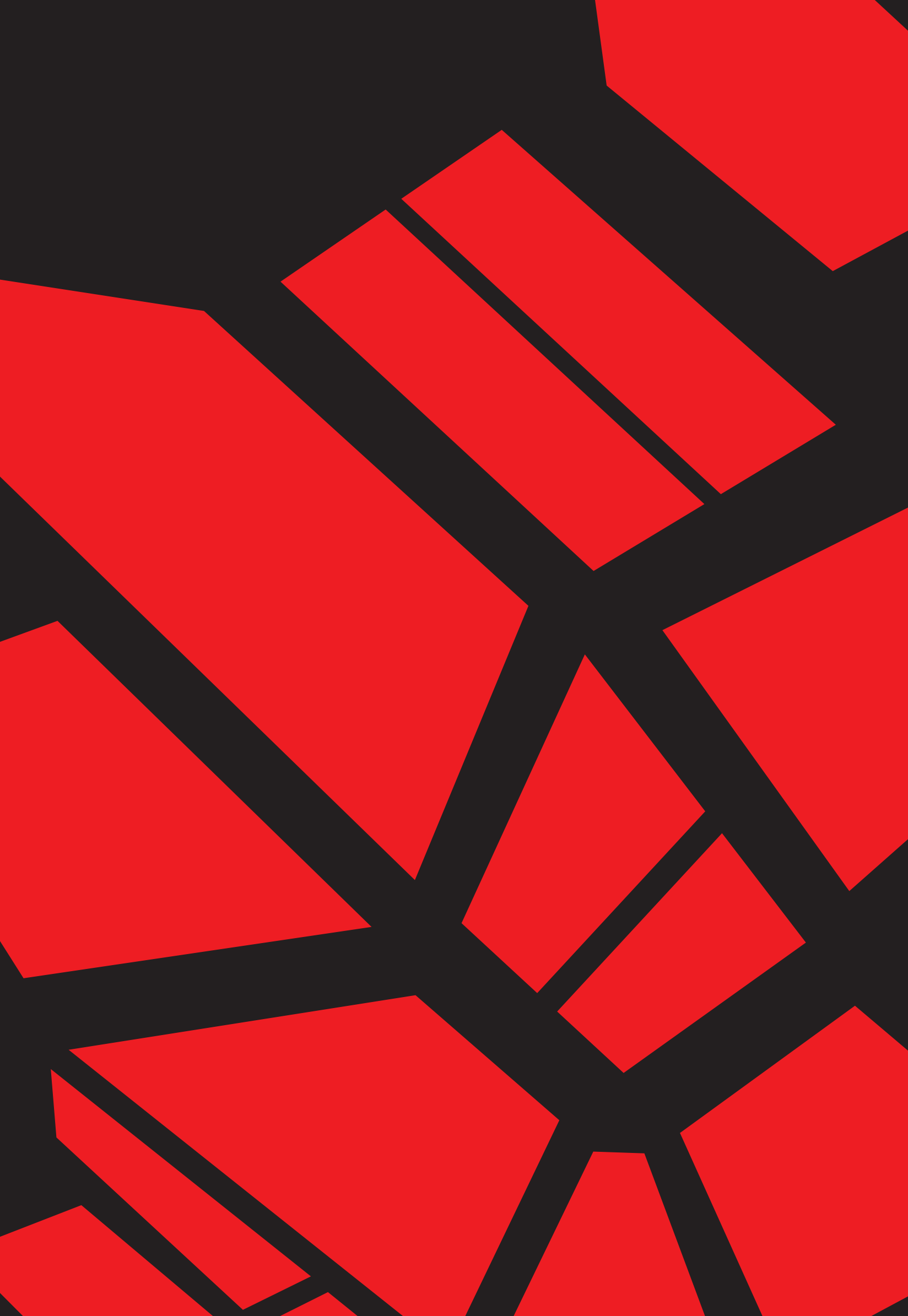
Corrección de textos
Paulina Torres

Diseño e ilustración
Gonzalo Vargas M.
www.pixelmono.com

Fotografía
Federico Castro
José Peña
Pamela Suasti

Impresión
Imprenta Abilit

La Pradera E7-174 y Av. Diego de Almagro
Quito Ecuador
Pbx: +593-2-3238888 ext.2040
arteactual@flacso.org.ec
www.arteactual.ec



ÍNDICE

**Las Memorias del Primer Encuentro
Iberoamericano sobre Arte, Trabajo y Economía** - Paulina León **10**

Coloquio

Coloquio y sus líneas de debate - María Fernanda Cartagena **18**

El Arte y la Economía - Fernando Martín **24**

Economía de la cultura: la relación entre cultura, economía y ¿desarrollo? - Gabriela Montalvo **30**

Políticas de la creación en la deriva transnacional - Suely Rolnik **36**

**Hacer, trabajar, cercar: notas sobre las prácticas artísticas y su relación con el
mercado capitalista** - Alberto J. López Cuenca **42**

NoMínimo. Poniendo un año en blanco y negro - Pilar Estrada **48**

De espacios en crisis a espacios críticos - Marcelo Aguirre **52**

Lugar a dudas - Claudia Sarria **56**

Artistas radicales y vendidos - Tranvía Cero **64**

Crear REDES: Hambre, lab latino y espacio trapézio - Javier Duero **68**

La distribución de la experiencia y la acción de residir - Paulina Varas **72**

**Herramientas conceptuales de regulación y profesionalización del sector: procesos asociativos,
buenas prácticas y código deontológico** - Federico Castro **78**

Mesas de Trabajo

Sobre este informe - Paulina León **90**

Sobre la metodología de trabajo - Gabriela Montalvo **91**

Sistematización de las Mesas de Trabajo - Andrés Cortés, Pablo Bayas, Paulina León, Ángela Mateus,
Markus Nabernegg, Isabel Patiño, María Elena Rodríguez, María Isabel Vargas y Marco Vinuesa. **92**

A manera de conclusiones - Paulina León **128**

Anexos

Concepto del Encuentro - María Fernanda Cartagena **132**

Entrevista: Procesos colectivos para la profesionalización del sector de las artes visuales contemporáneas **135**

**Entrevista: Procesos de sustentabilidad de espacios y proyectos dedicados al arte contemporáneo
en América Latina** **139**

Entrevista: Formas de producción artística dentro y fuera del mercado **144**

Biografías **154**

SISTEMATIZACIÓN DE LAS MESAS DE TRABAJO

Andrés Cortés, Pablo Bayas, Paulina León, Ángela Mateus, Markus Nabernegg, Isabel Patiño, María Elena Rodríguez, María Isabel Vargas y Marco Vinueza

Los facilitadores y sistematizadores

Haciendo honor al lema de este Encuentro, reiteramos que no hubiera sido posible llevar a cabo estas Mesas de Trabajo sin la colaboración de los programas de Antropología Visual, de Economía y de Políticas Públicas de la FLACSO, que han colaborado con ocho becarios, quienes fungieron de facilitadores y sistematizadores de las Mesas de Trabajo durante los tres días del Encuentro. Después de una corta capacitación sobre la metodología, los conceptos y objetivos bases de las Mesas, los becarios provenientes de diversas áreas profesionales (no todos relacionados con el campo del arte) demostraron su entrega y compromiso investigando sobre los temas propuestos, analizando, contribuyendo con ideas y metodologías y llevando maravillosamente la dinámica de cada mesa. Por lo que les agradecemos inmensamente. Ellos son: Andrés Cortés, Pablo Bayas, Ángela Mateus, Markus Nabernegg, Isabel Patiño, María Elena Rodríguez, María Isabel Vargas y Marco Vinueza.

Sobre los participantes

Empiezo resaltando la inesperada y sorprendente aceptación a la convocatoria para la participación en las Mesas de Trabajo del IEIATE. Tuvimos 105 inscritos y 80 participantes efectivos. Número que duplicó nuestras expectativas y nos obligó a replantear la logística de las jornadas. Esto habla de la imperante necesidad de discutir sobre la relación entre arte y economía. La mayoría de participantes acudieron impulsados por la necesidad de analizar y entender la precaria situación laboral de la mayoría de actores culturales y encontrar respuestas y propuestas a su creciente malestar.

Además de la cantidad de participantes debo enfatizar en la heterogeneidad del grupo, tanto en lo referente a lo profesional como en lo referente a lo generacional. Tuvimos participantes desde los veinte años hasta los setenta años y, aunque la mayoría de ellos estaban relacionados de alguna manera con el campo del arte - campo cada vez más complejo de delimitar -, tuvimos también presencia de personas de otras profesiones. Las Mesas estuvieron compuestas por: estudiantes de arte, artistas emergentes, artistas consagrados,

artistas escénicos, periodistas, educadores, curadores, gestores culturales, representantes de instituciones culturales como el Ministerio de Cultura, el Consejo Nacional de Cultura, la Bienal de Cuenca, el Sistema de Museos y Centros Culturales de Quito, un representante del IESS, además de un considerable número de economistas e incluso un par de abogados. Además tuvimos participantes de distintas provincias, de otros países (Colombia, España, Argentina) y ecuatorianos que viven en el exterior o que estaban hace poco de regreso después de estudiar fuera del Ecuador.

Esta heterogeneidad de origen, de edad y de profesión, a momentos compleja de manejarla - no se utilizaba un mismo léxico y el conocimiento sobre el tema propuesto resultaba desequilibrado-, fue de gran aporte para esta primera fase de diagnóstico, pues las opiniones provenían desde dentro y desde fuera del campo del arte, cada una con múltiples puntos de vista. Además contribuyó a un constante análisis comparativo con otros contextos y realidades.

La cantidad de inscritos nos obligó a tener grupos grandes (de veinte personas) en cada mesa, que junto a la diversidad antes planteada, resultaban a momentos discusiones desbalanceadas, en las que por un lado era difícil lograr la participación de todos, y por el otro, los conocimientos y el vocabulario empleado no era siempre asequible a todos por igual. Esto inevitablemente provocaba la activa participación de algunas personas en las discusiones, mientras otras asumían un papel más de espectadores. La diversidad de las discusiones - algunas personas aportaban con conocimiento teórico desde los discursos de distintos autores, otros aportaban desde sus

vivencias personales (de las distintas generaciones presentes) y otros desde su percepción desde fuera de la situación (sea por ser de otra profesión u de otro contexto-país)- fue positiva ya que daba una visión amplia y muy completa de los temas expuestos, pero siempre resultó corto el tiempo para la profundización.

A pesar de la diversidad y la marcada diferencia de orígenes, conocimientos y puntos de vista, la mayoría de discusiones terminaban en consensos y acuerdos que nos remitían a fallas estructurales en el sistema de las artes en nuestro país que afectan a todos por igual.

Día 1

1.- Reconocimiento de la situación actual

El primer día decidimos arrancar las jornadas de trabajo realizando un “reconocimiento de la situación” desde lo personal. Queríamos brindar un espacio para que los participantes se desahoguen y expresen ese creciente malestar sobre la situación económica y laboral de los actores del arte. También dimos cabida a los aspectos positivos que nos hacen persistir en esta profesión. Las preguntas planteadas fueron: ¿De qué viven los actores culturales? ¿Quién les paga? ¿Cómo les pagan? ¿Cómo te sientes con la situación (aspectos positivos y negativos)? ¿Qué te aporta este trabajo?

Como veremos a continuación el malestar entre los actores artísticos es gigante, a nivel estructural no se cuenta con políticas culturales, ni garantías fiscales, ni normas de mercado y de contratación. Siendo el actor artístico un sujeto que vive una constante inestabilidad laboral y precariedad económica y social, con todas las secuelas que esto conlleva también en la vida privada.

Sin embargo, esta misma adversidad ha empujado a los actores del arte a buscar alternativas y estrategias creativas de supervivencia y diversificación de su quehacer. Entendiendo al arte como una actitud de vida y un posicionamiento político que nos hace persistir en esta profesión.

A continuación transcribimos y agrupamos las respuestas más recurrentes a las preguntas planteadas :

1.1. ¿De qué viven los actores culturales?

- Financiamiento de proyectos artísticos por parte de instituciones públicas (MCE, Municipio, Consejo Provincial) e instituciones privadas (ONG, fundaciones, nacionales e internacionales).
- Ingresos de actividades no relacionadas con el arte (gastronomía, negocios varios, consultorías, investigaciones, limpieza, etc.).
- Ingresos de actividades relacionadas con el arte pero no necesariamente con la creación (docencia en varios niveles de la educación, escritura de textos y proyectos para terceros, investigaciones para terceros, trabajos técnicos, etc.).
- Ingresos de actividades relacionados con la producción visual y/ o artesanal (diseño, publicidad, TV, fotografía y video comercial, artesanías, decoración, etc.).
- Venta de servicios artísticos (asesoría creativa, charlas, talleres, documentación, etc.).
- Del aporte de la familia, de la comunidad, de relaciones, de contactos.
- Del trueque (intercambio de productos).
- De la autogestión artística o comunitaria.
- De chauchas (pequeños trabajos temporales e informales).
- Venta de obras (eventual).
- De becas y apoyos (eventual).
- De sueños.

1.2 ¿Quién les paga?

- Nadie.
- Autogestión.
- Universidades, colegios, centros educativos, estudiantes particulares.
- Instituciones públicas (MCE, Municipio, gobiernos

provinciales).

- Fondos de cooperación internacional (embajadas, ONG, fundaciones).
- Otros artistas (canje de servicios).
- Medios de comunicación por servicios prestados (textos, imagen, voz).
- Apoyo familiar.
- Centros culturales.
- Público.
- Sociedad civil (comités barriales, organizaciones).
- Coleccionista (casos aislados).
- Empresa privada (eventual).

1.3 ¿Cómo les pagan?

- Con las gracias y con aplausos (no les pagan).
- Promocionando su obra y dándoles un reconocimiento simbólico (no les pagan).
- Honorarios (dinero en efectivo), bajo facturación pero sin ningún beneficio de ley (ej. seguridad social).
- Trueque por otros servicios o materiales de trabajo.
- Subvenciones y apoyos de la institución pública y privada (tarde y donde reina la burocracia).
- Con relaciones establecidas: capital social (no les pagan).
- Como les da la gana y sin respetar acuerdos previos (en cantidad, tiempo, efectivo, bienes o servicios; los acuerdos son orales, informales, no se suele firmar contratos).
- Derechos de exhibición y uso de obra (medios de comunicación, obras comisionadas festivas, otros - eventual).
- Venta de entradas al público (imprevisible).
- Premios en concursos y salones de arte (eventual).

- Ventas de obra a través de galerías, talleres abiertos, Internet (eventual).
- Residencias de artistas (eventuales – ej.: tickets, hospedaje, gastos para producir la obra).
- Becas internacionales (casos aislados).

1.4 ¿Cómo te sientes con la situación (aspectos positivos y negativos)?

Negativo

- En estado de explotación: se trabajan mucho y no nos pagan, o nos pagan mal y tarde.
- En estado de incertidumbre, desprotegido y en constante riesgo: ausencia de políticas públicas y fiscales respecto a las profesiones artísticas, ausencia de seguridad laboral y social, de garantías para el presente y futuro (ej., beneficios de ley, seguridad social, jubilación, créditos).
- En estado de inestabilidad laboral y psíquica.
- Menospreciado profesionalmente y socialmente inútil: ausencia de un reconocimiento social del artista como profesional y como persona que aporta a la economía del país (“la obra de arte no sirve para nada”).
- En estado de inconformidad frente a la falta de fomento y de valoración de las actividades artísticas.
- Sin apoyo, cansado y desfinanciado: las instituciones culturales no responden a las necesidades de los actores del arte, se malgasta el tiempo intentando encajar un contrato, para mucho tiempo luego cobrar.
- En competencia desleal, pues no hay un sistema de mercado del arte con normas establecidas.
- Forzado a encontrar alternativas de trabajo fuera del arte.
- Desconcertado: hay muchos cambios constantemente en el sector y el manejo de las artes, hay desconocimiento de la historia del sector, no hay investigaciones al respecto, no hay normas que

rigen estas actividades.

- Desgastado e indignado: el oficio es insostenible, no hay oportunidades en el medio, se trabaja a pérdida económica y espiritual.
- En ausencia de nuevos públicos: se sigue convocando al mismo público por los mismos canales de información, no hay apertura de otros públicos para el arte contemporáneo.
- Endeudado: termino gastando mi propia plata y más para sacar proyectos adelante.
- Sin la posibilidad de financiamientos a largo plazo pues no somos sujetos de crédito en ningún banco, lo que no nos permite crecer ni laboralmente ni personalmente (ej. acceso a vivienda propia).
- Atropellado en mis derechos.
- Esclavo de la relación de mi trabajo con el dinero. No me siento libre.
- Rabia: Se piensa erróneamente que aquel que le compra arte a alguien le está haciendo favor.
- Estresada y angustiada por la situación.
- Culpable: son los trabajadores del arte que malacostumbran al medio a no pagar.

Positivo

- Optimista: se han generado más oportunidades y cambios en términos de financiamiento para artistas, hay una producción de gran calidad y mejor infraestructura.
- Se han desarrollado nuevas estrategias desde actores culturales independientes.
- Hay la posibilidad de generar otras formas de circulación creativa, como procesos abiertos de participación, de colaboración, de asociación, de apoyo, de intercambio.
- Me siento libre, manejo mi horario, desarrollo mis propias ideas, no cumplo órdenes.

- Sí existen espacios de encuentro, óptimos para el desarrollo y gestión de proyectos.
- Sí es posible generar auspicios si sabes como moverte.
- Hay la posibilidad de generar cambios en la comunidad.
- Es un proceso decolonial.
- Es una lucha vital, estoy fortalecido en mi pasión y en mi convicción.
- Se ha ampliado la oferta cultural.
- Me fascina lo que hago.

1.5 ¿Qué te aporta este trabajo?

- La posibilidad de soñar y trabajar por los cambios.
- Un poder movilizador: La cultura es importante para la transformación social.
- Un compromiso y posicionamiento político que se refleja en el pensar y accionar en el arte.
- Un compromiso social: saber que la cultura es importante para el desarrollo de la sociedad, tanto a nivel simbólico como económico.
- Satisfacción como creador.
- Reconocimiento.
- Versatilidad y capacidad de diversificación del trabajo (ser curador, crítico, historiador del arte, galerista, artista, etc.).
- Genera muchas relaciones sociales: conocer gente, articulación con otras personas, intercambios.
- Valorarse a sí mismo y al propio trabajo. Valorar el trabajo de mis colegas.
- Aprendizaje constante, crecimiento permanente a nivel personal.
- Nuevas estrategias.
- Mi trabajo es el motor de mi vida: me siento

auténtica y a pesar de lo que me cuesta merece la pena.

- Libertad creativa y de tiempo.
- Diversión y viajes.

2.- La Cadena de Valor en las artes visuales

La Cadena de Valor estaba previamente establecida por el equipo de trabajo con las siguientes etapas: (I) Formación, (II) Creación (compuesta por Investigación y Producción), (III) Circulación (compuesta por Difusión y Consumo) y (IV) Comercialización. Partimos de que la cadena no es necesariamente lineal y que muchas de estas etapas son transversales, pero planteamos este ordenamiento para facilitar el análisis y la visualización global de la situación y sus principales carencias.

La actividad consistió en definir cuáles son los actores involucrados en cada una de las etapas de la cadena de valor de las artes visuales, así como los vacíos que existen en ellas, siguiendo esta grilla:

	Formación	Creación artística: investigación y producción (de obras y proyectos)	Circulación: difusión y consumo	Comercialización
Actores				
Observaciones: ¿Cuáles son los vacíos?				

A continuación la sistematización de los aportes de las cuatro Mesas de Trabajo con respecto a cada etapa:

2.1 Etapa 1: Formación

Los principales actores de la formación

Personas:

- Estudiantes.
- Docentes (artistas, curadores, historiadores de arte, etc.).

Instituciones:

- Estado (Ministerio de Educación, Ministerio de Cultura, SENPLADES).
- Educación formal a nivel superior: universidades públicas (Universidad Central, Universidad de Cuenca).
- Universidades privadas (USFQ, PUCE, UEES).
- Educación formal media: institutos tecnológicos (ITAE).

Otros:

- Educación no formal: instituciones culturales como centros de arte y museos con programas educativos; talleres; encuentros; seminarios; laboratorios; clubes; espacios alternativos
- Formación empírica: autodidacta; transmisión del oficio.
- Medios de comunicación (sobre todo Internet) y libros especializados.
- Emergencias sociales (situaciones de contexto que conduce a la formación y construcción de nuevos conceptos).

Los principales vacíos en la etapa de formación

Costos:

- Altos costos de la formación superior.
- Altos costos de los materiales de trabajo (materiales artísticos, libros de arte: casi todo es importado).
- Ausencia de becas u otros incentivos.

Contenidos:

- Baja calidad de la enseñanza en el campo del arte en la oferta nacional.
- Universidades con mallas curriculares caducas.
- Universidades sin la infraestructura necesaria.
- Universidades basadas en modelos foráneos, desconociendo el contexto local.
- Desvinculación entre teoría-práctica.
- Faltan intercambios estudiantiles con otras universidades nacionales e internacionales.
- Falta de bibliografía especializada accesible.
- Faltan de estrategias de inserción profesional-laboral.

Profesionalización:

- Escasez de docentes de los distintos campos del arte.
- Docentes buenos pero sin titulación que deben retirarse (nueva ley de educación).
- Falta de enseñanza superior y títulos académicos: ausencia de maestrías de Artes Visuales e Historia del Arte; ausencia de licenciaturas y maestrías en: curaduría, periodismo cultural, gestión cultural, crítica de arte, museografía, educación artística, otros; ausencia de posgrados en artes.
- Falta de legitimación de procesos de formación autodidactas u no formales.

Educación a nivel básico:

- Carencia de formación artística a nivel escolar y de colegio.
- Carencia de formación de públicos.
- Necesidad de orientación vocacional para quienes quieren formarse en el campo de las artes

Políticas públicas:

- Falta de leyes y políticas públicas que fomenten y apoyen la formación artística, garantizando una educación de calidad y los derechos del reconocimiento profesional.

Social:

- Percepción negativa (social y económica) frente a la utilidad y rentabilidad del arte en una sociedad.
- Falta de apoyo de la familia a quienes deciden formarse dentro de las artes.

2.2 Etapa 2: Creación (investigación y producción)

La etapa de la creación la hemos dividido en dos sub-etapas: investigación y producción, siendo que cada una responde a características específicas. Estas sub-etapas se refieren tanto a la ejecución de obras de arte como de proyectos artísticos. De cada sub-etapa se enumerará sus principales actores y sus principales vacíos.

2.2.1 Investigación

Los principales actores de la investigación

Personas:

- Actores artísticos: artistas, creadores, curadores, críticos de arte, gestores culturales, productores, historiadores, docentes, académicos, estudiantes, etc.
- Investigadores de otras áreas: sociólogos, antropólogos, economistas, etc.

Instituciones:

- Institución pública: Ministerio de Cultura, municipios, otros.
- Centros de estudio y formación: universidades, institutos, Academia, otros.
- Organismos no Gubernamentales y fundaciones. Centros Culturales.

Otros:

- La comunidad en procesos participativos.
- Medios de comunicación.

Los principales vacíos de la investigación

Entidades de investigación:

- No existen centros de investigación para el arte.
- Existe un vacío institucional – no hay políticas públicas de fomento ni entidades productoras de

investigación.

- Las universidades no han asumido el rol que les corresponde: producir conocimiento.
- Los museos no fomentan la investigación.
- La Casa de la Cultura no participa de procesos de investigación.
- Entidades privadas no participan de procesos de investigación.
- Sólo hay iniciativas personales.

Condiciones de trabajo:

- No existen fondos de financiación (sólo fomentos esporádicos y puntuales de ciertas instituciones, ej. Fondos Concursables del MCE, CEDIC, otros).
- Ausencia de becas y residencias de investigación.
- Es una etapa no valorada ni considerada económicamente.
- Falta de información y espacios para investigar: escasez de fuentes bibliografía, no hay publicaciones especializadas, no hay bibliotecas de arte, no hay laboratorios permanentes de investigación.
- Falta de metodologías para la investigación en el campo del arte.
- Falta de reconocimiento social.
- Falta de oportunidades en relación a la equidad de género y generacional.
- No se valora la innovación en la investigación.
- Costos altos.

Profesionalización:

- Falta de especialistas de investigación en el campo del arte.
- Falta compromiso y rigurosidad por parte de los investigadores (curadores, historiadores de arte,

artistas, críticos, otros).

- No existen ni curadores, ni críticos, ni otros investigadores locales que puedan ayudar a guiar los procesos de los artistas.
- No existen críticos de arte en el país.

Difusión:

- Las pocas investigaciones realizadas no son difundidas ni por el Estado ni a nivel privado, salvo iniciativas personales.

2.2.2 Producción

Los principales actores de la producción

Personas:

- Artistas.
- Otros actores artísticos como gestores, curadores, productores, críticos, museógrafos, docentes, otros.
- Especialistas de otras disciplinas.
- Proveedores de servicios (ej. carpintero, pintor, costurera, imprenta, etc.).

Instituciones:

- Instituciones públicas (MCE, municipios, otros).
- Centros de exhibición, residencias.
- Proveedores de insumos (materiales de trabajo).

Los principales vacíos en la producción

Costos:

- No hay financiamiento ni público ni privado para la producción de obras y proyectos (sólo fomentos esporádicos y puntuales de ciertas instituciones, ej. Fondos concursables MCE, Arte Actual, Bienal de Cuenca, CEDIC, otros).

- No hay apoyo a nivel de impuestos y/o aranceles para materiales de trabajo.
- Los proveedores de insumos son pocos y caros.
- Se invierte mucho tiempo de trabajo no reconocido.

Infraestructura:

- Faltan espacios asequibles con infraestructura adecuada (talleres equipados según las áreas).
- No hay un banco de equipos.
- Acceso limitado a tecnología.

Condiciones de trabajo:

- No se reconoce ni económicamente ni socialmente el tiempo, las ideas y trabajo invertido.
- No hay becas para producción.
- Falta de una plataforma de representación de los artistas visuales que negocie y garantice derechos frente a las distintas instancias.
- No hay pago de honorarios ni de derechos de exhibición.
- Falta de reconocimiento del arte como una forma de conocimiento.
- Falta de redes de cooperación entre los creadores.
- Falta de tiempo para la producción (hay que sobrevivir realizando otras actividades).
- Falta de metodologías y sistematización de los procesos de producción.
- No hay museógrafos.

Profesionalización:

- Falta por parte de los creadores visión a largo plazo en la producción, se trabaja en la inmediatez (concurso, salón, etc.).

- Falta de interrelación y trabajo conjunto entre creativos-gestores-institución.
- Se deben definir mejor los roles de los distintos actores (artista, curador, gestor, institución, etc.).

Políticas públicas (MCE):

- Ausencia de políticas públicas que fomenten y apoyen la producción de arte contemporáneo.
- El MCE carece de un enfoque de sostenibilidad a mediano y largo plazo: no da apoyo y seguimiento a proyectos comenzados, no establece políticas públicas ni fiscales, no invierte en infraestructura y equipos de los que se podrían beneficiar muchos creadores, no incentiva el mercado del arte.
- No hay becas / incentivos generacionales.
- Se financian sólo grandes eventos, no la producción de obra individual.
- No hay política fiscal ni arancelaria de apoyo.
- Falta de apoyo para la aplicación de los Derechos de Autor.
- Falta de lineamientos claros y transparencia en la selección de los proyectos para financiación por parte del MCE.
- El MCE prioriza la financiación de propuestas “pachamámicas” que responden a su discurso de identidad cultural de carácter étnico, con lo que la gran mayoría de propuestas de arte contemporáneo quedan fuera.
- Las financiaciones estatales se enfrascan en procesos administrativos burocráticos en que los creadores se ven forzados a invertir más tiempo en “llenar cuadros y conseguir facturas” que en los mismos procesos creativos.
- Ciertas instituciones estatales se “adueñan” de proyectos planteados por artistas, siendo los primeros en infringir los derechos de autor.

2.3 Etapa 3: Circulación (difusión y consumo)

Al igual que la etapa anterior, esta etapa dedicada a analizar la circulación en la Cadena de Valor de las Artes Visuales, también la hemos dividido en dos sub-etapas con sus características particulares: la difusión y el consumo. A continuación las principales valoraciones discutidas durante las mesas de trabajo:

2.3.1 Difusión

Principales actores de la difusión

Personas:

- Críticos de arte y curadores.
- Actores artísticos (artistas, gestores, productores, otros).
- Periodistas especializados.
- Familia y amigos de los artistas.

Instituciones:

- Medios de comunicación con sección especializada en cultura (periódicos, revistas especializadas, páginas web/ blogs especializadas, programas de radio y TV especializados).
- Ministerio de Cultura y otras entidades públicas.
- Galerías, centros culturales, espacios independientes y museos.
- Festivales, salones, bienales.
- Medios alternativos.
- Redes sociales.
- Agendas culturales.

Principales vacíos en la difusión

Medios de comunicación:

- Ausencia de medios de comunicación especializados en artes visuales, que hagan una lectura crítica más

allá de la reseña.

- Ausencia de periodistas especializados en arte.
- Falta de información y acceso (publicaciones escasas y esporádicas, no hay antologías, compendios, revistas especializadas).
- Falta de investigación de oferta y demanda en cuanto a arte: indicadores, estadísticas.
- Falta una agenda cultural que sistematice y edite la información, facilitando así el acceso a los usuarios.
- Poco acceso a los medios de comunicación (revistas, radio, TV, prensa) para los actores artísticos (sólo se difunde a quienes tiene contactos y/o son renombrados).
- Poco acceso a la información para públicos no especializados.
- No se pagan derechos de exhibición (falta de normativas).

Espacios dedicados al arte:

- Falta de programas y estrategias de difusión por parte de instituciones culturales, galerías, museos, centros culturales y espacios alternativos.
- Falta de comunicación entre los diferentes espacios culturales de la ciudad para difundir agendas de manera conjunta y ordenada.
- No hay centros culturales, galerías, espacios alternativos, que difundan a nivel internacional.
- No hay museos de arte contemporáneo.
- No hay entidades especializadas de marketing y publicidad de arte.
- No hay iniciativas de turismo cultural de arte contemporáneo.

Políticas públicas:

- Falta de políticas públicas claras que promuevan la difusión de las artes, dotándole de un trato diferenciado, tanto a nivel local como internacional, tanto para público especializado como par públicos no especializados.
- No hay estrategias de difusión masiva del arte.
- Faltan organizaciones de promoción nacional e internacional.
- No hay políticas de promoción internacional.
- No hay una base de datos de agentes artísticos de dominio público.

Públicos:

- Desinterés del público: La relación de las personas con el arte es auto excluyente.
- No hay formación de públicos en las artes.

2.3.2 Consumo

Principales actores del consumo

Personas:

- Públicos (diversos a nivel generaciones, de orígenes, de culturas, de acceso a la educación, etc.).
- Público especializado (actores artísticos, coleccionistas, estudiantes, otros).

Instituciones:

- Instituciones pública (MCE, Bienal de Cuenca, salones, concursos, museos, otros).
- Instituciones privadas (ferias, espacios expositivos, galerías, espacios independientes, otros).
- Medios alternativos (virtuales, festivales, otros).
- Medios de comunicación.
- Redes sociales.

Principales vacíos del consumo

Público:

- Vacío de públicos.
- No hay valoración social de las obras y proyectos de arte (ni simbólica ni económica).
- Desconocimiento social de las nuevas manifestaciones artísticas.
- No hay identificación de públicos, estudios de demandas por grupos.
- No hay formación de públicos (el público de arte es muy limitado, endógeno).
- No hay estrategias para llegar a nuevos públicos.
- Falta de iniciativa, interés o curiosidad de los públicos.
- Falta de tiempo y recursos para el consumo de arte.
- No hay mediadores para lograr un mejor intercambio entre público y expresión artística.
- No hay periodismo especializado que informe al público.

Políticas públicas:

- No hay políticas culturales que fomenten el consumo masivo de arte.
- No hay programas educativos para el consumo de arte según edades.
- Falta de mediación entre arte y públicos.
- Falta de incentivos.
- No se respetan derechos culturales.

Profesional:

- Falta de producción teórica alrededor de la producción artística nacional.
- No hay espacios (publicaciones, medios de comunicación) para ejercer la crítica.
- No hay espacios, ni institucionales ni privados, que

tengan representación en el extranjero.

- Varía de la producción artística contemporánea está desligada del contexto local, creando una barrera entre el público y el arte.
- No hay profesionales en educación artística.
- Falta de espacios para el consumo de arte contemporáneo y/o de difícil acceso (galerías, ferias).
- Carencia de un mapeo completo de espacios, rutas, circuitos.

2.4 Etapa 4: Comercialización

Principales actores de la comercialización

Personas:

- Artistas
- Coleccionistas
- Asesores de coleccionistas
- Curadores
- Marchantes
- Público que paga entradas

Instituciones:

- Galerías
- Subastas
- Ferias de arte (nacional/internacional)
- Estado
- Empresa privada (bancos, otros)
- Museos
- Festivales
- Centros Culturales

Otros:

- Marqueterías
- El Ejido

Principales vacíos en la comercialización

Políticas públicas:

- No existe norma ni una regulación para el mercado del arte en el país, es un mercado totalmente especulativo.
- No hay incentivos fiscales para la empresa privada ni para las personas naturales (ej., poder invertir los impuestos en compra de arte).
- El Estado debería ser el principal coleccionista de arte, pero no ha adquirido nada de obra contemporánea.
- No hay políticas ni programas que incentiven la comercialización internacional de artistas nacionales.
- Carencia de investigaciones y estudios sobre el aporte del arte a la economía y el mercado de arte.
- No hay políticas de adquisición de los museos.

Condiciones de trabajo (venta):

- No hay lógica de mercado ni normas de precios (trayectoria).
- No existe un coleccionismo informado, con conciencia del valor de la obra, que entienda la inversión como un bien con plusvalía.
- No existe formación para los públicos (posibles compradores) sobre los procesos que conlleva la producción artística y el valor económico y simbólico del arte contemporáneo.
- Falta concienciar a los posibles compradores en que la comercialización de obra debe ser entendida como responsabilidad social, no como un favor.
- No existe regulaciones con respecto al porcentaje de

venta que cobra una galería u espacio de exhibición. Esta regulación no debe ser generalizada sino ajustada a los distintos casos.

- No se reconoce al actor artístico como persona que contribuye económicamente al desarrollo.
- Circuito precario, prevalece el cuestionamiento a la utilidad del arte: si necesito lo básico y aún no lo tengo ¿para qué comprar arte?
- No se promocionan los nuevos artistas y por tanto no entran al mercado.
- No existen suficientes galerías que comercialicen obra.
- No se comercializa a nivel internacional.
- No se respetan los derechos de autor.
- No hay coleccionismo de arte contemporáneo.
- No hay ferias de arte en el país.
- Escasez de subastas de arte (que en nuestro contexto son contraproducentes porque bajan el precio a las obras).
- No se aplican buenas prácticas.

Profesionalización:

- Hay muy escasos coleccionistas de arte contemporáneo.
- Falta de galeristas.
- No hay marchantes.
- Los artistas no saben cómo poner precios a sus obras y proyectos.

Día 2

Diagnóstico de relaciones entre actores del arte

En el segundo día entramos a analizar relaciones puntuales entre dos distintos actores artísticos. Escogimos para este análisis a los que consideramos los más importantes en la Cadena de Valor: artista, curador/ crítico /investigador,

gestor / productor, centros culturales / centros de exhibición, iniciativas independientes, galerías, Ministerio de Cultura, públicos, empresa privada, medios especializados, centros de formación, coleccionistas.

Primeramente hicimos un paneo general de cómo se dan las relaciones entre los distintos actores calificando dicha relación con una puntuación de 0 a 3.

- 0= no existe relación
- 1= relación mala
- 2= relación media
- 3= relación buena

Posteriormente pasamos a analizar cada relación a partir de cinco aspectos principales, tanto en la situación actual como en la ideal. Obviamente este análisis fue rápido y nos faltó el tiempo para profundizar en el mismo por lo que seguramente varios aspectos de cada relación quedaron fuera. La grilla utilizada fue la siguiente:

Relación: ej.artista - curador	Situación actual / real	Situación ideal
MOTIVACIÓN (¿por qué se relacionan?)		
ORGANIZACIÓN (descripción de como se organizan)		
FRECUENCIA (¿con qué frecuencia se relacionan)		
REGLAS DEL JUEGO (¿quién impone las reglas del juego en la relación?)		
INTERCAMBIO (¿qué intercambian? ¿cuál es el aporte y ganancia de cada uno?)		

A continuación expondremos los puntos más relevantes en la discusión de las relaciones analizadas:

a) Relación entre artista y artista

La relación artista-artista fue calificada con un promedio de 1,5 (entre mala y regular).

Se expresó que los artistas visuales son muy individualistas, egocéntricos, celosos y egoístas, lo que impide una relación real de intercambio a nivel profesional.

Sin embargo se enfatizó en ciertos proyectos de colaboración entre artistas y en colectivos de artistas que se dan de manera esporádica. Estas colaboraciones se producen a partir de relaciones interpersonales (de amistad), por lo que se calificó estas iniciativas igualmente de difícil acceso a otros artistas que no forman parte de círculos sociales preestablecidos.

El punto más deficiente de esta relación es que los artistas visuales no han logrado configurar una plataforma de representación colectiva que negocie, defienda y garantice derechos laborales, políticas públicas y fiscales en beneficio del sector. Siendo esta una de las razones importantes de la actual precarización del trabajo artístico.

Se plantea la posibilidad de mejorar esta relación a partir de un diálogo constante en condiciones equitativas que permita intercambiar conocimientos, información, experiencias, servicios e insumos. Además de la creación de una plataforma (esta asociación, gremio, grupo, u otro) que basándose en una relación horizontal y participativa entre sus miembros, sea ente de representación de los artistas visuales y trabaje por lograr derechos colectivos (políticas públicas y fiscales) y buenas prácticas entre los distintos actores del arte.

b) Relación entre artista y curador

Esta es una de las relaciones más conflictivas y polémicas en nuestro medio, con una calificación promedio de 1 (mala).

A pesar de que la motivación es una cooperación y legitimación mutua, se la describe como una relación antagonica, de difícil acceso, intermitente y de estructura vertical, en la que el curador impone las reglas de juego. Además se establece que el intercambio es mínimo y que los créditos se los lleva en la mayoría de casos el curador. Varios artistas prefieren trabajar sin esta figura. También hay artistas que han asumido el rol de curador en algunos

proyectos puntuales, obteniendo resultados favorables, como la confianza de los artistas del grupo.

Se demanda de parte de los curadores más investigación y rigurosidad en sus propuestas.

En la situación ideal se espera una relación basada en un diálogo horizontal, accesible, con nuevos mecanismos que incentiven el trabajo de equipo de manera continua y abierta. Además los aportes y créditos de cada uno deben ser visibilizados y expuestos para que exista transparencia en el intercambio.

c) Relación entre Ministerio de Cultura y artistas

Relación calificada con 1 (mala).

Es una relación muy tensa. A través de Fondos Concursables, Sistema Nacional de Festivales y auspicios del MCE varios artistas han tenido acceso a fondos para desarrollo de proyectos, lo que ha activado positivamente el sector. Sin embargo estos apoyos se caracterizan por procesos engorrosos, sin lineamientos claros, burocráticos y donde se dan malas prácticas. No se han logrado verdaderos espacios de diálogo e intercambio.

Los artistas demandan que se diseñe y tramite una Ley de Cultura, basada en diálogo y consenso con los actores culturales, que garantice derechos creativos y laborales, políticas públicas y fiscales (ej., seguridad social, jubilación, ser sujetos de crédito, etc.) que mejore la precaria calidad de vida de los actores del arte. Además exigen lineamientos y objetivos claros, donde se de cabida a la pluralidad de las artes contemporáneas, pues denuncian que se prioriza una visión “pachamámica” (de carácter ancestral, etnicista y hasta folklórica) y de servicio social.

Se pide personal capacitado, transparencia en la selección de proyectos y en el manejo de fondos, agilidad en los procesos administrativos y aplicación de buenas prácticas.

Se pide responsabilidad frente a programas educativos (desde el básico hasta el superior), de investigación, de producción, de difusión y de consumo de arte.

Se solicita una investigación profunda que evalúe el aporte económico del arte al país y se tome medidas en base a estos resultados.

Por parte del Ministerio se demanda una organización que represente a los artistas visuales, pues no se puede negociar de manera individual. Además de propuestas claras y crítica informada y constructiva.

d) Relación entre artista y galería

Esta relación tiene un promedio de puntaje de 1 (mala).

En el país existen solamente tres galerías de arte contemporáneo, una en Quito y dos en Guayaquil (la segunda muy reciente). Es una relación esporádica y exclusivista, que invita a artistas de trayectoria y/o con obra “vendible”, donde no hay una organización normada y donde las reglas del juego son impuestas por la galería de manera unilateral. Las motivaciones mutuas para la relación son principalmente comerciales (intercambio económico) y de visibilización (prestigio) para ambas partes.

Se plantea primeramente la necesidad de un mayor número de galerías y que los galeristas estén constantemente informándose de las prácticas contemporáneas. La relación ideal establece proyecciones a mediano y largo plazo a partir de un compromiso mutuo entre galería y artista. Se sugiere organizarse a partir de una constante negociación entre artista, galería y público, y que la galería establezca compromisos de representación nacional e internacional, estimulando la creación de circuitos comerciales. También se pide más acceso para artistas emergente y/o con obra menos comercial. Se espera que las galerías incentiven un coleccionismo informado. Se espera contratos por escrito donde se especifique deberes y derechos de las partes.

e) Relación entre artistas y centros de exhibición

Relación calificada con un puntaje promedio de 1,5 (mala-regular).

En los últimos años ha crecido el número de centros de exhibición, lo que ha generado mayor oferta y circulación de arte contemporáneo. Esta relación tiene como motivación el interés de difundir las propuestas artísticas, intercambiando mutuamente visibilización, prestigio y legitimación.

Las reglas del juego son impuestas en la mayoría de los casos por los centros de exhibición. No son claros los

lineamientos de los espacios expositivos y los procesos de selección de los artistas. No se realizan contratos previos a las exhibiciones donde se establezcan deberes y derechos de ambas partes. En la mayoría de casos no se reconocen honorarios y derechos de exhibición de los actores artísticos, con el argumento de que se los está “promocionando”. No existen mediadores entre práctica artística y público. Los públicos son limitados.

En la relación ideal se sugiere establecer un diálogo abierto y horizontal con el artista, para conjugar y construir criterios de manera mancomunada, y que se establezcan acuerdos contractuales previos que profesionalicen la relación. Esto implica un pago de honorarios como reconocimiento a la labor del artista, según el caso. Además los centros de exhibición deberían exponer de manera clara su misión y visión, así como los procesos de selección de artistas y propuestas curatoriales. Estos procesos se podrían transparentar a través de convocatorias y concursos públicos. También deberían desarrollar líneas de acción e investigación a mediano y largo plazo, promoviendo el pensamiento crítico de las artes contemporáneas y realizando publicaciones especializadas. Otro punto es el de establecer programas de educación y estrategias para acercar a nuevos públicos. Los centros que manejan fondos públicos deben transparentar sus cuentas.

Los artistas deberían tener un comportamiento profesional cumpliendo con los acuerdos establecidos y colaborando en el desarrollo de programas.

f) Relación entre iniciativas independientes y artistas

Relación calificada con un puntaje promedio de 2,5 (regular - buena).

Las iniciativas independientes son concebidas como aquellas que no son institucionales y en los últimos años se han creado varios espacios. Se reconoce el emprendimiento y esfuerzo que realizan las iniciativas independientes para mantenerse, y el aporte e intercambio mutuo entre iniciativa y artista. Esta relación es considerada una manera de garantizar la producción y difusión de obras y proyectos. Se dan relaciones sociales más cercanas mediadas por el arte. La mayoría de iniciativas independientes son gestionadas por artistas.

Sin embargo la relación es esporádica, pues no se cuenta con una programación regular, se las califica de puntuales y coyunturales. Faltan lineamientos de acción claros y transparencia en los procesos de selección de los artistas. Estas iniciativas tienen un público sumamente limitado.

Esta relación se reconoce con potencial, pero debe ser reforzada. Se sugiere más apertura a diversos artistas a través de procesos de selección amplios y transparentes, más constancia en los propuestas, lineamientos y visión a mediano y largo plazo y estrategias de cautivar nuevos públicos. Además de fomentar la producción teórica y crítica sobre las prácticas artísticas a través de investigaciones y publicaciones especializadas.

Se recomienda a los artistas continuar creando este tipo de iniciativas de manera organizada y en colaboración con otros actores.

g) Relación entre artista y público

Esta relación ha sido calificada con una puntuación promedio de 1,5 (mala – regular).

Se parte del principio de que el artista produce obras y proyectos que como etapa posterior tendrán la circulación para un público. Esta relación es eventual y está en la mayoría de los casos determinada por factores externos como festivales y exposiciones. Gran parte de las propuestas de las artes visuales contemporáneas son consideradas herméticas y poco accesibles para el público en general, lo que no permite un diálogo con la propuesta.

Por el otro lado también hay ciertas prácticas contemporáneas en las que los artistas intentan tener una relación más cercana con los públicos a través de proyectos relacionales y participativos con comunidades específicas, no siempre exitosos, pues hay desconocimiento mutuo.

Todos coinciden en que el público de arte contemporáneo es muy limitado. El desinterés y poca recepción de los públicos responde también a la falta de formación de públicos informados, abiertos y críticos.

Tampoco hay canales que permitan la difusión masiva de las artes contemporáneas, ni mediadores que faciliten el contacto entre artista y público.

En el caso ideal se plantea el forjar una relación con mayor continuidad y de diálogo entre artista y público, a través de proyectos sustentables y continuos, que fomenten el conocimiento mutuo. Se establece la necesidad de crear políticas educativas que formen públicos de las distintas generaciones. Además de establecer canales de comunicación, estrategias e instrumentos de mediación para acceder a nuevos públicos. Se plantea involucrar a los medios de comunicación como estrategia de masificación del arte, lo que exige una formación previa de los medios en este campo. Se pretende propiciar un acceso amplio, abierto, plural y económicamente asequible a los distintos públicos.

h) Relación entre coleccionistas y artistas

Relación calificada con un promedio de 0,5 (entre inexistente y mala).

Se considera que la relación es casi inexistente, pues en el país existen muy pocos coleccionistas (aproximado 10 a nivel nacional), la mayoría de ellos de tinte modernista. En los casos excepcionales de compras de arte, la relación muchas veces está mediada por un asesor (no siempre bien informado), impidiendo una relación directa artista – coleccionista. En casos puntuales existe relación de amistad entre coleccionista y artista.

No hay políticas públicas que incentiven el coleccionismo (ni individual ni de la empresa privada).

En un caso ideal, se debería ampliar muchísimo el coleccionismo informado de arte contemporáneo, estableciendo un intercambio no sólo económico sino también de subjetividades entre los dos actores. Además de trabajar en la concienciación del valor del arte, de su plusvalía, de su aporte simbólico. Se requiere políticas públicas que incentiven el coleccionismo.

i) Relación entre medios especializados y público

Esta relación fue calificada con un puntaje de 0 (inexistente).

A nivel nacional, a excepción de un par de revistas y un par de blogs (de limitada circulación) no existen medios

de comunicación (prensa escrita, radio, TV) especializados en arte contemporáneo, por lo que esta relación es prácticamente inexistente. No hay acceso a información especializada por parte del público, a no ser a través de publicaciones y medios internacionales.

Para cambiar esta situación se debería empezar por formar periodistas especializados en arte y abrir espacios en los medios de comunicación dedicados a la difusión de las artes contemporáneas, de manera informada, crítica, constante y participativa (alejada de la simple reseña o de la farándula).

j) Relación entre público y gestor cultural

Esta relación fue calificada con un promedio de 0,5 (entre inexistente y mala).

Salvo casos excepcionales, se la considera prácticamente inexistente. No se han realizado estudios de públicos, siendo que muchos gestores culturales trabajan para un público en abstracto, que no responde a las realidades contextuales, por lo que no han logrado llegar a nuevos públicos.

Varios gestores “utilizan” al público para su propio reconocimiento (desde fuera) pero no logran establecer procesos dialógicos con las comunidades ni logran reconocimiento hacia adentro.

Los centros culturales, expositivos, festivales, u otros, no cuentan con gestores profesionales que busquen recursos, financiamientos, apoyos y amplíen la circulación de las expresiones artísticas.

En la relación ideal se plantea primeramente una formación rigurosa, aunque a nivel nacional no hay estudios superiores (licenciatura, máster) de gestión cultural. Se sugiere que para hacer un proceso de gestión cultural se debe trabajar directamente con la comunidad y responder a sus expectativas y necesidades. Posteriormente buscar estrategias específicas que permitan acceder a estos nuevos públicos. El gestor cultural también debe tener conocimientos de marketing cultural y la posibilidad para relacionarse con la empresa privada y pública para financiamientos.

k) Relación entre centros de exhibición y públicos

Relación calificada con 2 (regular).

Se reconoce a los centros de exhibición como un espacio en el que se intercambia subjetividades. Existe gran diversidad de centros de exhibición con distintos lineamientos, así como gran diversidad de públicos. Sin embargo, los distintos programas y proyectos planteados para públicos específicos por parte de los centros de exhibición son esporádicos y superficiales, sin una investigación profunda de las necesidades y expectativas de los públicos a los que desean llegar.

Se establece la necesidad de mayor comunicación entre los distintos centros, así como con el público y los actores del arte, para lograr un trabajo trasversal y una interacción permanente con instituciones educativas, donde se reconozcan las diferentes subjetividades y se desarrollen proyectos que impliquen procesos continuos. Se recomienda el trabajo constante con mediadores bien formados que apoyen a los públicos y programas contundentes de formación de públicos.

Al público se le sugiere apropiarse de los espacios expositivos, con curiosidad y visión crítica.

l) Relación entre centros de exhibición y empresa privada

Esta relación fue calificada con un puntaje de 1,5 (entre mala y regular).

Se enuncia que la empresa privada muestra desinterés por la difusión de prácticas contemporáneas y apoya las iniciativas de los centros de exhibición solamente si sus planteamientos concuerdan con sus necesidades e intereses.

En cuanto a la motivación por el lado de la empresa existe un interés en difundir su marca corporativa de la mano de la cultura, por lo cual se promueven exhibiciones con artistas prestigiosos, excluyendo en la mayoría de ocasiones a los artistas emergentes y/o no reconocidos. Para los centros de exhibición el interés es exclusivamente financiero. Por otro lado, la empresa privada no cuenta con beneficios fiscales por apoyar a la cultura.

El estado ideal debería ser un interés y apoyo constante por

parte de la empresa privada, y que sea de mutuo beneficio. El incentivo a proyectos debería abarcar, además de la exhibición, a la investigación y educación de públicos. Se espera una relación constante y contundente, que responda a políticas culturales y fiscales en donde ambos actores puedan salir favorecidos.

m) Relación entre Ministerio de Cultura y curadores/ críticos/ investigadores

Es una relación calificada con 1 (mala).

Es una relación esporádica y puntual sobre proyectos/ eventos específicos. Algunos investigadores trabajan como asesores en distintas dependencias del Ministerio, lo que no garantiza que su opinión sea escuchada, validada y aplicada. Lo que ha desencantado a muchos investigadores para continuar apoyando los procesos estatales.

Se sugiere un mayor acercamiento y coordinación de lado y lado, generar espacios de diálogo para lograr una mayor incidencia de los curadores / investigadores en el diseño y desarrollo de políticas públicas y proyectos artísticos que respondan a las necesidades del sector. El Ministerio de Cultura debería impulsar más investigaciones y brindar espacios óptimos para la crítica.

Recomendaciones a los actores del arte

A partir de los análisis de relaciones del día anterior, cada mesa de trabajo hizo una lista de recomendaciones a los distintos actores del arte. Aquí recogemos las más relevantes de las cuatro Mesas de Trabajo.

A) RECOMENDACIONES PARA LOS ARTISTAS

- **CONCIENCIARSE SOBRE LOS PROBLEMAS COMUNES A TODOS LOS ACTORES DEL ARTE, REFERENTES A LA FALTA DE POLÍTICAS PÚBLICAS, FISCALES, DERECHOS LABORALES Y GARANTÍAS DE TRABAJO Y VIDA DIGNAS.**
- **ESTUDIAR ESTRATEGIAS DE ORGANIZACIÓN Y REPRESENTATIVIDAD PARA LOGRAR METAS COMUNES, APOYÁNDOSE EN EXPERIENCIAS DE OTROS PAÍSES Y EN PROFESIONALES DE OTRAS ÁREAS (DERECHO, ECONOMÍA, ETC.).**
- **CREAR UNA PLATAFORMA HORIZONTAL DE REPRESENTACIÓN COLECTIVA (SEA ESTA ASOCIACIÓN, FEDERACIÓN, GREMIO, GRUPO U OTRO) COMO ESPACIO DE DIÁLOGO QUE ESTABLEZCA ACUERDOS, NECESIDADES Y DEMANDAS, Y COMO ENTE INTERLOCUTOR CON LAS DISTINTAS INSTANCIAS E INSTITUCIONES.**
- **DISEÑAR E IMPLEMENTAR UNA MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS PARA LAS ARTES CONTEMPORÁNEAS ADAPTADO A NUESTRO CONTEXTO, QUE AYUDE A LA PROFESIONALIZACIÓN DEL SECTOR.**
- **INVOLUCRARSE EN PROCESOS POLÍTICOS COMO EL DISEÑO DE LA NUEVA LEY DE CULTURA.**

- EXIGIR **CONDICIONES** LABORALES Y FISCALES **DIGNAS**.
- EXIGIR **POLÍTICAS PÚBLICAS** QUE GARANTICEN UNA FORMACIÓN DE CALIDAD, QUE RESPONDA A LAS NECESIDADES DE LA PROFESIÓN, Y DE PRECIOS ASEQUIBLES.
- EXIGIR LA CREACIÓN DE UN **MÁSTER** EN ARTES VISUALES.
- EXIGIR AL MCE ASÍ COMO A LOS CENTROS DE ARTE (PÚBLICOS, PRIVADOS, AUTOGESTIONADOS) **ESPACIOS Y CONDICIONES ADECUADAS** PARA LA **INVESTIGACIÓN, PRODUCCIÓN Y DIFUSIÓN** DE LAS PRÁCTICAS ARTÍSTICAS.
- EXIGIR AL ESTADO EL ACCESO A **MATERIALES** DE CALIDAD DE **BAJOS COSTOS** (AL MOMENTO SON MUY CAROS Y CON ARANCELES MUY ALTOS).
- EXIGIR POLÍTICAS CULTURALES Y **MECANISMOS** QUE **FOMENTEN LA DIFUSIÓN**, CIRCULACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ARTE.
- EXIGIR TANTO A ENTIDADES PÚBLICAS COMO PRIVADAS **RELACIONES CONTRACTUALES CLARAS** PARA EL DESARROLLO DE CUALQUIER INVESTIGACIÓN, PROYECTO O EXHIBICIÓN CON LA ENTIDAD PERTINENTE.

•ESTABLECER UN **GLOSARIO BASE** COMÚN ENTRE LOS DISTINTOS ARTISTAS.

•PROMOVER Y REALIZAR **INTERCAMBIOS Y RESIDENCIAS** FUERA DEL PAÍS.

•MANTENER UN **DIÁLOGO** CONSTANTE **CON LOS PÚBLICOS** A LOS QUE SE QUIERE LLEGAR.

•REALIZAR INVESTIGACIONES Y PRODUCCIÓN DE PROYECTOS Y OBRAS DE MANERA **RIGUROSA**.

•FORMARSE Y **ACTUALIZAR** SUS CONOCIMIENTOS CONSTANTEMENTE.

•EXIGIR Y PARTICIPAR DE UN **CENSO DE ARTISTAS** Y ACTORES DE ARTE, QUE SEA DE DOMINIO PÚBLICO.

•CREAR **ESPACIOS DE ENCUENTRO Y DIÁLOGO** PERMANENTE ENTRE ARTISTAS Y CON OTROS ACTORES DEL ARTE.

•CREAR Y FORTALECER **REDES DE INTERCAMBIO Y COOPERACIÓN** TANTO A NIVEL NACIONAL COMO INTERNACIONAL.

•ESTABLECER CONJUNTAMENTE LOS **MECANISMOS PARA VALORAR** (PONER PRECIOS) A OBRAS Y PROYECTOS, EVITANDO LA ESPECULACIÓN.

•APERTURA PARA MOSTRAR LOS **PROCESOS DE CREACIÓN** Y NO SÓLO LA OBRA TERMINADA.

• **DOCUMENTAR** DE MANERA PROFESIONAL LOS PROCESOS DE CREACIÓN Y LAS OBRAS.

• REALIZAR INTERCAMBIOS DE CONOCIMIENTO DE MANERA HORIZONTAL ENTRE ARTISTAS **CONSAGRADOS** Y **ARTISTAS EMERGENTES**.

• **APROPIARSE** DE ESPACIOS TANTO FÍSICOS COMO VIRTUALES PARA LA EJECUCIÓN Y DIFUSIÓN DE SU TRABAJO.

• ENCONTRAR ESTRATEGIAS CONJUNTAS DE **COOPERACIÓN** PARA LA PRODUCCIÓN, CIRCULACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE SUS PRODUCTOS.

B) RECOMENDACIONES PARA EL MINISTERIO DE CULTURA

- DISEÑAR LA NUEVA LEY DE CULTURA EN **DIÁLOGO CONSTANTE Y COORDINACIÓN** CON LOS DISTINTOS ACTORES CULTURALES E IMPLEMENTARLA.
- DISEÑAR E IMPLEMENTAR **POLÍTICAS PÚBLICAS** QUE GARANTICEN LA FORMACIÓN, LA INVESTIGACIÓN, LA PRODUCCIÓN, LA DIFUSIÓN, LA CIRCULACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTE CONTEMPORÁNEO.
- DISEÑAR E IMPLEMENTAR **POLÍTICAS LABORALES Y FISCALES**, QUE RECONOZCAN A LOS ACTORES DEL ARTE COMO PROFESIONALES Y GARANTICEN CONDICIONES DIGNAS DE TRABAJO, ACCESO A LA SEGURIDAD SOCIAL Y A LA JUBILACIÓN, UN PAGO DE IMPUESTOS ACORDE A LA LABOR, ACCESO A CRÉDITOS.
- DISEÑAR E IMPLEMENTAR **POLÍTICAS ARANCELARIAS**, QUE GARANTICEN IMPUESTO CERO A MATERIALES PARA LA PRODUCCIÓN ARTÍSTICA.
- DISEÑAR E IMPLEMENTAR UN **PLAN DE DIFUSIÓN Y CIRCULACIÓN** DEL ARTE CONTEMPORÁNEO A NIVEL INTERNACIONAL.
- DISEÑAR E IMPLEMENTAR POLÍTICAS QUE FAVOREZCAN E INCENTIVEN LA COMPRA Y **COLECCIONISMO** DE ARTE CONTEMPORÁNEO (EJ. INVERSIÓN DE LOS IMPUESTOS EN ARTE).
- REALIZAR UNA INVESTIGACIÓN PROFUNDA DEL **APORTE ECONÓMICO DEL ARTE AL PAÍS**.

•GARANTIZAR UNA **EDUCACIÓN SUPERIOR DE CALIDAD** Y DE BAJOS COSTOS EN LAS DISTINTAS ESPECIALIZACIONES DEL SECTOR ARTÍSTICO.

•EN COORDINACIÓN CON EL MINISTERIO DE EDUCACIÓN, IMPLEMENTAR LA **EDUCACIÓN OBLIGATORIA DE ARTE** A NIVEL BÁSICO Y MEDIO.

•FOMENTAR LA FORMACIÓN SUPERIOR ARTÍSTICA A TRAVÉS DE **BECAS DE ESTUDIO**, INTERCAMBIOS Y RESIDENCIAS.

•FOMENTAR LA **INVESTIGACIÓN** A TRAVÉS DE BECAS, BIBLIOTECAS ESPECIALIZADAS, ACCESO A LA INFORMACIÓN, CIRCULACIÓN DE INFORMACIÓN.

•FOMENTAR LA **PRODUCCIÓN** ARTÍSTICA A TRAVÉS DE BECAS, ESPACIOS IDÓNEOS DE TRABAJO, ACCESO A UN BANCO DE EQUIPOS, ACCESO A LA TECNOLOGÍA, MATERIALES IDÓNEOS A BAJOS COSTOS.

•ESTABLECER POLÍTICAS DE APOYO A LOS DISTINTOS PROCESOS DE CREACIÓN DE MANERA CONTINUA Y CON **VISIÓN A LARGO PLAZO** (CONTRARIAMENTE A LOS APOYOS PUNTUALES ACTUALES).

•DIFUNDIR LA PRODUCCIÓN DE ARTE A TRAVÉS DE **PUBLICACIONES** DE INVESTIGACIONES Y DE CATÁLOGOS DE ARTISTAS.

•TENER **PROGRAMAS ESPECIALES DE APOYO** PARA LOS ACTORES ARTÍSTICOS SEGÚN SU TRAYECTORIA Y EDAD: EMERGENTES, EN DESARROLLO, CONSAGRADOS.

•ESTABLECER Y **DIFUNDIR** DE MANERA CLARA Y CONTUNDENTE LOS **LINEAMENTOS**, OBJETIVOS, ESTRATEGIAS, PROGRAMAS, METODOLOGÍAS DEL MCE.

•GARANTIZAR LA DISTRIBUCIÓN **EQUITATIVA Y TRANSPARENTE** DE LOS RECURSOS ECONÓMICOS DEL MCE.

•CONTAR CON DIRECTIVOS QUE TENGAN FORMACIÓN Y EXPERIENCIA EN EL ARTE Y **CAPACITAR** A LOS(AS) FUNCIONARIOS(AS) DEL MINISTERIO.

•REDISEÑAR LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS DEL MEC PARA **ALIVIAR LA BUROCRATIZACIÓN** Y LENTITUD.

•MEJORAR LA **DIFUSIÓN DE LAS CONVOCATORIAS** Y LOS MECANISMOS DE APLICACIÓN A LAS MISMAS.

•ESTABLECER **FIGURAS CLARAS DE INTERLOCUCIÓN** FRENTE A LOS DISTINTOS ACTORES DEL ARTE, QUE CONOZCAN A PROFUNDIDAD EL CAMPO Y RESPONDAN A SUS NECESIDADES.

•**APOYAR EL SUSTENTO Y DESARROLLO** DE ESPACIOS DE EXHIBICIÓN, PROGRAMAS Y PLATAFORMAS INDEPENDIENTES.

•INCIDIR EN LA **LEY DE COMUNICACIÓN** PARA QUE HAYA UNA CUOTA DEDICADA AL DE ARTE EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

•REDISTRIBUIR Y **ACTIVAR ESPACIOS PÚBLICOS** DEDICADOS A LA CULTURA QUE SE ENCUENTRAN ACTUALMENTE DESARTICULADOS Y ABANDONADOS (EJ., CASA DE LA CULTURA) A TRAVÉS DE GENERAR CONVENIOS CON DISTINTAS PLATAFORMAS CULTURALES

INDEPENDIENTES.

- CREAR UNA **BASE DE DATOS** DE LOS ACTORES ARTÍSTICOS DE ACCESO PÚBLICO.
- ELABORAR UN **ESTUDIO DE PÚBLICOS** Y DIFUNDIRLO.

C) RECOMENDACIONES PARA LOS CENTROS DE FORMACIÓN

- IMPLEMENTAR LA EDUCACIÓN DEL ARTE, SU ESTUDIO Y SUS METODOLOGÍAS CREATIVAS, EN TODO LOS NIVELES DEL SISTEMA EDUCATIVO, DESDE LA EDUCACIÓN BÁSICA (NIÑOS), PASANDO POR LA EDUCACIÓN MEDIA Y LA EDUCACIÓN SUPERIOR.**
- GARANTIZAR UNA EDUCACIÓN SUPERIOR DE CALIDAD EN LAS ARTES VISUALES Y DE BAJO COSTO.**
- REVISAR Y ACTUALIZAR CONTINUAMENTE LAS MALLAS CURRICULARES, PROCURANDO QUE RESPONDA A LAS NECESIDADES ACTUALES DEL SECTOR.**
- GENERAR INVESTIGACIÓN Y CONOCIMIENTO EN LOS DISTINTOS ÁMBITOS DEL ARTE.**
- PUBLICAR INVESTIGACIONES.**
- CAPACITAR CONTINUAMENTE AL PERSONAL DOCENTE.**
- CREAR MÁSTER EN ARTES VISUALES E HISTORIA DEL ARTE.**
- CREAR LICENCIATURA EN: CURADURÍA, GESTIÓN CULTURAL, CRÍTICA DE ARTE, MUSEOGRAFÍA, PEDAGOGÍA ARTÍSTICA, MEDIACIÓN CULTURAL, PERIODISMO CULTURAL, ADMINISTRACIÓN CULTURAL, TURISMO CULTURAL, MARKETING CULTURAL, ENTRE OTRAS.**
- EQUILIBRAR SEGÚN LAS NECESIDADES DE CADA ESPECIALIZACIÓN, LA TEORÍA Y LA PRÁCTICA.**
- RECONOCER Y VALIDAR LA EDUCACIÓN NO FORMAL COMO PARTE DE LA FORMACIÓN DE LOS ARTISTAS.**
- RECONOCER A LA INVESTIGACIÓN Y PRODUCCIÓN ARTÍSTICA COMO GENERADORA DE CONOCIMIENTO (INCLUSO A NIVEL ACADÉMICO).**
- MEJORAR SU INFRAESTRUCTURA (TALLERES, EQUIPOS, ACCESO A LA TECNOLOGÍA, MATERIALES ADECUADOS, ETC.).**
- ACERCARSE MÁS A LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS Y PRIVADAS, A TRAVÉS DE CONVENIOS PARA PASANTÍAS Y PROYECTOS CONJUNTOS.**
- REALIZAR DE MANERA PREVIA AL COMIENZO DE LOS ESTUDIOS UN TALLER VOCACIONAL.**

D) RECOMENDACIONES PARA CENTROS CULTURALES / DE EXHIBICIÓN

- **PLANTEAR DE MANERA CONTUNDENTE Y CLARA A TODOS LOS AGENTES ARTÍSTICOS SU PROYECTO ARTÍSTICO (VISIÓN, LINEAMIENTOS, OBJETIVOS), RESPONDIENDO A LAS NECESIDADES DEL MEDIO.**
- **ESTABLECER PROGRAMAS, PROYECTOS Y ACTIVIDADES CON VISIÓN DE MEDIANO Y LARGO PLAZO.**
- **REALIZAR CONTRATOS POR ESCRITO DE TRABAJO CON CUALQUIER ACTOR DEL ARTE QUE COLABORE CON ELLOS, DONDE SE ESPECIFIQUE DEBERES Y DERECHOS DE LAS PARTES.**
- **IMPLEMENTAR PROGRAMAS DE INVESTIGACIÓN Y PUBLICACIÓN.**
- **APOYO A LOS ARTISTAS EMERGENTES.**
- **TRANSPARENTAR LOS PROCESOS DE SELECCIÓN DE ARTISTAS Y PROYECTOS.**
- **MEJORAR Y DIVERSIFICAR SUS ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN.**
- **GENERAR ESPACIOS DE MEDIACIÓN CON EL PÚBLICO.**
- **RESPONSABILIZARSE DE LA FORMACIÓN DE PÚBLICOS A TRAVÉS DE TALLERES, CHARLAS, SEMINARIOS Y PROGRAMAS EDUCATIVOS, SEGÚN EDADES E INTERESES.**
- **REALIZAR ACTIVIDADES ARTÍSTICAS FUERA DE SU ESPACIO FÍSICO (EJ. ESPACIO PÚBLICO, COMUNIDADES, BARRIOS).**
- **ESTABLECER CONVENIOS DE COOPERACIÓN CON DIFERENTES INSTITUCIONES (EJ. ESCUELAS, UNIVERSIDADES, MINISTERIO DE SALUD, DE INCLUSIÓN, COOPERACIÓN INTERNACIONAL, CENTROS COMUNITARIOS, OTROS) PARA DIFUNDIR, FORMAR PÚBLICOS Y TRABAJAR POR OBJETIVOS COMUNES.**
- **FORMAR UNA "SOCIEDAD DE AMIGOS" DEL CENTRO, QUE APORTEN INFORMACIÓN, CAPACITACIÓN, TRABAJOS VOLUNTARIOS, DONACIONES, ETC.**
- **GENERAR AGENDAS COORDINADAS ENTRE LOS DISTINTOS CENTROS.**
- **ACERCARSE A LA EMPRESA PRIVADA ESTABLECIENDO OBJETIVOS COMUNES.**
- **CONTRATAR PERSONAL CUALIFICADO (EJ. MUSEÓGRAFOS, COMUNICACIÓN, ADMINISTRACIÓN).**

RECOMENDACIONES PARA LOS ESPACIOS INDEPENDIENTES

SE RECOMIENDA LO MISMO QUE EN LOS CENTROS DE EXHIBICIÓN, MÁS:

- INTERCAMBIAR Y COMPARTIR ESTRATEGIAS DE AUTOGESTIÓN.**
- FOMENTAR REDES DE INTERCAMBIO Y COLABORACIÓN.**
- FACILITAR EL ACCESO A INFORMACIÓN PARA EL FINANCIAMIENTO DE LOS ARTISTAS (BEGAS, CONVOCATORIAS, CONCURSOS, ETC.).**
- PROFESIONALIZAR SU TRABAJO.**

RECOMENDACIONES PARA LAS GALERÍAS

SE RECOMIENDA LO MISMO QUE EN LOS CENTROS DE EXHIBICIÓN, MÁS:

- INFORMAR / FORMAR COLECCIONISTAS JÓVENES.**
- ADQUIRIR COMPROMISOS A LARGO PLAZO CON EL ARTISTA, DE VENTA Y DIFUSIÓN DE OBRA, TANTO A NIVEL NACIONAL COMO INTERNACIONAL.**
- PARTICIPAR EN FERIAS INTERNACIONALES.**
- GENERAR NUEVOS MERCADOS.**

RECOMENDACIONES PARA CURADOR / CRÍTICO / INVESTIGADOR

- ESTABLECER PROCESOS (A MEDIANO Y LARGO PLAZO) DE TRABAJO EN EQUIPO JUNTO AL ARTISTA, DE REAL INTERCAMBIO Y APORTACIÓN MUTUA.
- ESTABLECER UNA PLATAFORMA (ASOCIACIÓN, GRUPO, GREMIO, OTROS) DE REPRESENTACIÓN CONJUNTA.
- DISEÑAR E IMPLEMENTAR UN MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS, JUNTO A LOS OTROS ACTORES, PARA PROFESIONALIZAR EL SECTOR.
- EXIGIR LA CREACIÓN Y ACCESO A FORMACIÓN SUPERIORES (LICENCIATURA Y MÁSTER).
- REALIZAR PROCESOS DE INVESTIGACIÓN Y CURADURÍA MÁS RIGUROSOS.
- PLANTEAR CURATORÍAS PROPIAS, EN VEZ DE TOMAR MODELOS FORÁNEOS, QUE RESPONDAN A LAS REALIDADES Y PRODUCCIÓN NACIONAL.
- APLICAR PRINCIPIOS DE BUENAS PRÁCTICAS PARA GARANTIZAR UN TRABAJO PROFESIONAL ENTRE ESPACIOS DE EXHIBICIÓN / GALERÍAS, ARTISTAS Y CURADORES.
- TRANSPARENCIA EN LOS PROCESOS DE SELECCIÓN Y CURADURÍA.
- FORTALECER REDES DE INTERCAMBIO Y COOPERACIÓN ENTRE LOS DISTINTOS CURADORES Y CRÍTICOS.
- FORMARSE / INFORMARSE CONSTANTEMENTE.
- BUSCAR EL SIGNIFICADO DE UNA OBRA EN VEZ DE IMPONERLO Y AMPLIAR SUS LECTURAS.
- COLABORAR CON LOS CENTROS DE FORMACIÓN Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.
- ASUMIR UNA FUNCIÓN EDUCATIVA Y COMUNICATIVA.
- ASESORAR DE MANERA INFORMADA A LOS COLECCIONISTAS.
- PARTICIPAR DE INTERCAMBIOS A NIVEL INTERNACIONAL.
- ENRIQUECER LAS INVESTIGACIONES FORMANDO EQUIPOS INTERDISCIPLINARIOS.
- CREAR MÁS ESPACIOS DE COMUNICACIÓN CON EL PÚBLICO.
- PUBLICAR LOS RESULTADOS DE UNA INVESTIGACIÓN.

RECOMENDACIONES PARA LOS GESTORES CULTURALES / PRODUCTORES / MEDIADORES

•EXIGIR ESTUDIOS SUPERIORES (LICENCIATURA / MÁSTER) EN GESTIÓN CULTURAL.

•REALIZAR INVESTIGACIONES DE MANERA RIGUROSA, QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES DE LOS PÚBLICOS, LOS ACTORES ARTÍSTICOS Y LAS INSTITUCIONES.

•CREAR ESPACIOS DE DIÁLOGO PERMANENTE ENTRE ESTADO Y LOS ACTORES DEL ARTE Y LOS PÚBLICOS.

•BUSCAR MÁS ACERCAMIENTO A LAS INSTITUCIONES Y A LA EMPRESA PRIVADA.

•MEJORAR LOS CANALES DE DIFUSIÓN Y CIRCULACIÓN DE LAS ARTES CONTEMPORÁNEAS.

•IMPLEMENTAR HERRAMIENTAS INNOVADORES DE PRODUCCIÓN, GESTIÓN, MEDIACIÓN, DIFUSIÓN E INTERCAMBIO.

•IMPLEMENTAR ESTRATEGIAS Y METODOLOGÍAS CONSECUENTES CON EL CONTEXTO PARA EL DESARROLLO DE PROYECTOS.

•REALIZAR INTERCAMBIOS Y PASANTÍAS EN CENTROS CULTURALES TANTO NACIONALES COMO INTERNACIONALES.

RECOMENDACIONES PARA LOS PÚBLICOS

- ASISTIR DE MANERA MÁS CONTINUA A LOS EVENTOS Y CON UNA ACTITUD ABIERTA.**
- EXIGIR PROGRAMAS EDUCATIVOS Y DE MEDIACIÓN QUE LES PERMITA APROXIMARSE AL ARTE.**
- EXIGIR INFORMACIÓN CRÍTICA.**
- EXIGIR DIÁLOGO CON LOS ARTISTAS Y OTROS ACTORES DEL ARTE.**
- EXIGIR PROPUESTAS DE CALIDAD.**
- INFORMARSE SOBRE LA OFERTA CULTURAL LOCAL.**
- FORMARSE / INFORMARSE EN ARTE.**
- CONCIENCIAR QUE LA PRODUCCIÓN ES PARA ELLOS.**
- EXIGIR QUE RESPONDAN A SUS NECESIDADES.**
- APROPIARSE DE LOS ESPACIOS (PÚBLICOS Y PRIVADOS).**
- CONSUMIR ARTE CONTEMPORÁNEO NACIONAL.**
- PAGAR (ASÍ SEA DE MANERA SIMBÓLICA) POR EL ARTE (UNA ENTRADA, UNA CONTRIBUCIÓN VOLUNTARIA, ADQUIRIR ARTE).**

RECOMENDACIONES PARA LOS MEDIOS ESPECIALIZADOS

- FORMAR PERIODISTAS ESPECIALIZADOS EN ARTE.**
- BRINDAR ESPACIOS DE DIFUSIÓN ESPECIALIZADOS EN ARTE DE MANERA CONTINUA Y A TRAVÉS DE ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN MASIVA (EJ. BUENOS HORARIOS EN TV Y RADIO).**
- INVESTIGAR.**
- DISEÑAR UN PLAN DE COMUNICACIÓN CON CAMPAÑAS EXTENSAS, ESTRATÉGICAS Y MASIVAS PARA INFORMAR Y PROMOCIONAR EL ARTE CONTEMPORÁNEO NACIONAL.**
- ESTABLECER ESTRATEGIAS Y MATERIAL DE COMUNICACIÓN DIRIGIDO A DOS GRUPOS: PÚBLICO ESPECIALIZADO Y PÚBLICO NO ESPECIALIZADO.**
- CREAR PLATAFORMAS DE INFORMACIÓN CULTURAL POR CATEGORÍAS (BECAS, RESIDENCIAS, EVENTOS, CONVOCATORIAS).**
- ABRIR SUS PLATAFORMAS A MEDIOS AUDIOVISUALES.**
- ESTABLECER COOPERACIONES ESTRATÉGICAS, POR EJEMPLO CON LA ACADEMIA.**

RECOMENDACIONES PARA LA EMPRESA PRIVADA

- ESTABLECER CANALES DE DIÁLOGO Y VÍNCULOS A LARGO PLAZO TANTO CON INSTITUCIONES COMO CON ACTORES DIRECTOS.**
- ESTABLECER CONTRATOS POR ESCRITO PARA LA COOPERACIÓN CON INSTITUCIONES Y/O ACTORES DEL ARTE.**
- EXIGIR INCENTIVOS A TRAVÉS DE LA REDUCCIÓN DE IMPUESTOS CUANDO SE APOYA LA CULTURA.**
- GENERAR COLECCIONES DE ARTE CONTEMPORÁNEO.**
- INFORMARSE SOBRE LAS PRÁCTICAS CONTEMPORÁNEAS.**
- ESTABLECER APOYOS NO SÓLO A ESPACIOS / ARTISTAS CONSAGRADOS, SINO TAMBIÉN A ESPACIOS / ARTISTAS EMERGENTES.**
- COMPRAR PRODUCCIÓN NACIONAL DE MANERA INFORMADA, ENTENDIÉNDOLA COMO UN BIEN CON PLUSVALÍA ECONÓMICA Y SIMBÓLICA.**

Ventajas y fortalezas del trabajo artístico en nuestro medio

Durante el tercer día de trabajo, se quiso concluir rescatando las ventajas y fortalezas del trabajo artístico en nuestro medio, para que las mismas sean aprovechadas, reforzadas, aplicadas. A pesar de la precariedad del sector, hay mucho potencial para que el sector crezca de manera sana y a pasos acelerados. Algunos de los puntos más significativos son:

- **EN NUESTRO PAÍS HAY MUCHO CAMPO POR ABRIR, LAS ESTRUCTURAS SON FLEXIBLES, HAY DEMANDA Y NECESIDAD DE CREAR PROYECTOS E INICIATIVAS INDEPENDIENTES.**
- **HAY LA POSIBILIDAD DE UNA INJERENCIA DIRECTA EN LA CONSTRUCCIÓN DE POLÍTICAS CULTURALES Y DE IDENTIDADES PROPIAS.**
- **ESTÁ VIGENTE LA DISCUSIÓN SOBRE ECONOMÍAS CREATIVAS QUE POSIBILITAN LA VALORIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES ARTÍSTICAS, EXPRESADA EN PRODUCTOS Y SERVICIOS DEL ARTE.**
- **CONSTITUCIONALMENTE HAY UN ARCO QUE RECONOCE FORMAS DIVERSAS DE PRODUCCIÓN ARTÍSTICA Y DE PROPIEDAD INTELECTUAL LO QUE AMPARA LA CREACIÓN Y ANÁLISIS DE ESTE CAMPO.**
- **LA PRECARIEDAD Y ADVERSIDAD NOS HA CONDUCIDO A ENCONTRAR ESTRATEGIAS, A DESARROLLAR HABILIDADES Y ACTIVIDADES DE MANERA CREATIVA Y CON POCOS RECURSOS, DIVERSIFICANDO EL MERCADO Y CREANDO UNA IDENTIDAD PROPIA COMO SECTOR.**
- **EL CONTEXTO NOS PERMITE A LOS CREADORES SER FLEXIBLES, ÁGILES, ADAPTABLES, MULTIFACÉTICOS LABORALMENTE (ARTISTA MÓVIL).**
- **EL MEDIO ARTÍSTICO ES REDUCIDO (SON TODAVÍA POCOS LOS ACTORES) LO QUE PERMITE UNA COMUNICACIÓN ACCESIBLE Y DIRECTA (AUNQUE ESTA CARACTERÍSTICA NO ESTÁ APROVECHADA AL MÁXIMO).**

•LA COYUNTURA POLÍTICA Y SOCIAL ES MUY RICA, LO QUE BRINDA MUCHO MATERIAL DE CREACIÓN.

•EXISTE PRODUCCIÓN DE GRAN CALIDAD.

•EXISTEN YA REDES DE ARTISTAS QUE HACEN TRABAJOS COLECTIVOS, DIFUNDEN INFORMACIÓN Y UTILIZAN EL TRUEQUE DE SERVICIOS E INSUMOS COMO MEDIO DE APOYO Y SUBSISTENCIA.

•CADA VEZ EXISTEN MAYOR CANTIDAD DE ESPACIOS DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE ARTISTAS.

•EXISTE GRAN AUTONOMÍA PARA LA CREACIÓN.

•EXISTE LA POSIBILIDAD DE LA AUTO SATISFACCIÓN A TRAVÉS DE LA CREACIÓN.

•EXISTE PERMEABILIDAD DE ACCESO A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

•EXISTE LA POSIBILIDAD DE GENERACIÓN DE NUEVOS ESPACIOS DE MANERA INDEPENDIENTE.

•SOMOS DUEÑOS DE NUESTRO TIEMPO.

Las Mesas de Trabajo concluyeron con una plenaria, en la que cada una de las cuatro Mesas expuso su análisis y conclusiones. Al final se abrió un espacio de diálogo con los ponentes y los distintos participantes.