

Reto – Grupo 1317

En un momento en que las necesidades básicas ocupan la totalidad del poder adquisitivo, hemos llegado a un momento en que la industria cultural necesita encontrar otras posibilidades para seguir existiendo. La relación entre los personajes principales del intercambio cultural y creativo, es decir, productores y públicos/consumidores/clientes se ha visto afectada a niveles macro y micro. Empresas y consumidores destinan sus recursos financieros a cubrir lo imprescindible (sueldos, alimentación, medicamentos, préstamos) y esto, de manera inevitable, detuvo las cadenas de producción de bienes y servicios.

¿Cómo activar, y mantener, el trabajo y las redes de contacto del sector creativo y cultural en Latinoamérica durante el tiempo de cuarentena?