

Reto: ¿cómo mejorar la forma en que los negocios artísticos son vistos en Colombia en los próximos dos años?

En una universidad de Latinolandia existía un conjunto de adolescentes que soñaban con vivir de su arte; uno de ellos, Juan, era un pintor que gastaba sus ahorros en vinilos y lienzos, Pedro era un guionista frustrado que se dedicaba a escribir una serie teatral de tres partes recontando Star Wars en el medioevo y finalmente, estaba su compañero Otis, un talentoso diseñador de modas con un enfoque en chaquetas de cuero personalizadas. Los tres vivían en un apartamento en un barrio bohemio pero peligroso porque no les alcanzaba para poder pagar arriendo en otro lugar más seguro. Su arte no pagaba lo suficiente. Estaban frustrados de no poder vender y de gastar tanto en materiales. Un día, Pedro conoce a una chica que trabaja manejando redes para una célebre marca de ropa que buscaba una nueva imagen urbana. Entonces Pedro le comenta a sus compañeros de cuarto sobre el encuentro y se ofrecen a ayudar a la chica.

Entre los tres arman una propuesta de publicidad artística y creativa; Juan diseñaría los carteles, pancartas y un nuevo logo para la compañía. Pedro escribiría y dirigiría un comercial que tuviese el estilo estético de los dibujos de Juan y Otis haría una nueva colección de ropa utilizando los diseños y stills del comercial. Después de seis meses tenían todo listo; el pitch y los mock-ups de los productos a entregar. El CEO de la compañía de ropa le encantó la propuesta y les ofrece un presupuesto de 100,000 dólares a cada uno para desarrollar su producto. En tres meses se lanzó la campaña. A la semana de que saliera los tres muchachos empezaron a recibir un número altísimo de seguidores en sus redes sociales, la gente les pedía ver más de sus trabajos. Los tres fueron los primeros artistas de latinolandia en caer en cuenta que por medio del arte si se puede vivir siempre y cuando exista un apoyo financiero adecuado y sea dirigido hacia el bien de su comunidad. Con el tiempo la gente empezó a notar la fama y el estilo de vida que adquirieron los artistas, entonces el arte dejó de considerarse como algo de vagos o como una excusa para no trabajar.