

PRODUCTO PASO 1 RESPIRO CREATIVO 2020

GRUPO 1191

5 OPCIONES PROBLÉMICAS EN LAS INDUSTRIAS CULTURALES EN LATINOAMÉRICA

Las ideas planteadas en este documento, son susceptibles de maduración conceptual y teórica a partir de las experiencias contextuales de los lectores, es decir que son planteamientos realizados a partir de la observación personal sin vinculación, por el momento, a un aparato investigativo o estadístico validado institucionalmente. Esto no obsta, para que lo planteado sea una vertiente de discusión que se alimente con criterios provenientes de otros participantes de la HACKATÓN RESPIRO CREATIVO.

Participantes: Aranza Martínez, de México; Claudio Enríquez, de Argentina; y de Colombia: Daniel Guerrero, Luis Alberto Gutiérrez y Jorge Alberto Ortegón.

1. Posicionamiento de las economías creativas: En este aspecto, la comunicación del producto y servicio creativo o cultural: ¿Cuáles son las palabras, los sonidos y las imágenes utilizadas por los medios de comunicación, y por los comunicadores, a través de la historia, para que el servicio o producto cultural -o el artista mismo- sea calificado con categorías por debajo del deseo del sector? Hacer una revisión de estos elementos, constituye una plataforma vital para el mejoramiento de la calidad de vida de la industria creativa a nivel internacional y, consecuentemente, local. Es importante considerar los consumos culturales en los territorios con el fin de promocionar los eventos, productos y servicios, para que las poblaciones que los desarrollan, cuenten en ellos con la presencia activa de sus comunidades y no solamente con extranjeros.
2. Generación de contenidos de Calidad. Hoy internet tiene contenido basura en un 70%. Es fundamental establecer un estudio o verificar el estado del arte en este tema, con el fin de identificar las plataformas o páginas web institucionales que entregan información coherente, veraz, oportuna y actualizada de programaciones y demás contenidos culturales.
3. Red de ciudades Creativas: existe, por ejemplo, en Argentina, una Red de ciudades creativas, pero no funciona como debería ser, no hay trabajo colaborativo. Un elemento que las podría identificar, es el de la creación de un tipo de turismo diferente en las ciudades, es decir, ir más allá de lo tradicional y explorar otros espacios que no se han explotado en términos turísticos o artísticos.
4. Trabajo colaborativo y a distancia: se precisa una revisión documental e institucional de las experiencias de trabajo en equipo y transdisciplinar para la industria creativa y la empresa cultural en espacios presenciales y en dispositivos tecnológicos y virtuales.
5. Pensamiento articulado para generar metodologías colectivas en la región para resolver problemas y dificultades del sector cultural de las industrias creativas.

Determinar, por ejemplo, cuáles son los rubros destinados por entes gubernamentales para apoyar la cultura en cada país y dimensionar con eso la diferencia entre dichos aportes y las contribuciones que hace la cadena productiva cultural al producto interno bruto.

RETO GRUPO 1191

En el ecosistema aparecen diferentes actores con sus potencialidades, habilidades y competencias, que brindan aportes para el desarrollo de la historia, ellos son:

A. NOMBRE: Claudio Enríquez

PROFESIÓN/OFICIO: Licenciado en Publicidad y Comunicación Social. MBA Administración de Negocios (terminando la Tesis).

MI EXPERIENCIA: más de 20 años de experiencia en el segmento Pyme e instituciones, desarrollé departamentos de marketing de diferentes empresas nacionales. En la actualidad soy docente invitado de diferentes establecimientos educativos de Argentina, escribo para medios especializados y dicto Workshop a grupos reducidos de interés. Actualmente dirijo mi propia Agencia de Publicidad que trabaja la comunicación en forma integral.

TALENTOS QUE PUEDO PONER A DISPOSICIÓN DEL EQUIPO: Creación de contenido publicitario. Planes de Negocios. Diseño en comunicación visual. Marketing digital.

RECURSOS QUE PUEDO PONER A DISPOSICIÓN DEL EQUIPO: Horas de diseño y creación de piezas publicitarias.

B. Nombre: Daniel Guerrero

Profesión: Ingeniero de sonido.

Mi experiencia: Cuento con experiencia en la producción de sonido para diferentes medios como publicidad, películas, Podcast y otros contenidos similares.

TALENTOS QUE PUEDO PONER A DISPOSICIÓN DEL EQUIPO: Diseño de sonido para productos digitales, desde edición de audio y creación de contenido original.

RECURSOS QUE PUEDO PONER A DISPOSICIÓN DEL EQUIPO: Ideas y participación en mis áreas de conocimiento.

C. NOMBRE: Jorge Alberto Ortegón Núñez

PROFESIÓN/OFICIO: Profesional en Gestión Cultural y Comunicativa / Bibliotecario.

MI EXPERIENCIA: más de 26 años de en el Bibliotecas Públicas y Escolares en diferentes regiones de Colombia. He actuado como tutor para bibliotecas públicas en más de 35 municipios de Colombia; desarrollé procesos de capacitación para la formulación de

proyectos de fortalecimiento de redes de Bibliotecas; experiencia en diseño y operación de cursos y talleres de promoción de lectura y escritura con diferentes grupos poblacionales; En la actualidad estoy integrándome a una fundación de turismo en el departamento de Caldas (Colombia) para fortalecer relaciones socioculturales con personas naturales y organizaciones de diferentes disciplinas.

TALENTOS QUE PUEDO PONER A DISPOSICIÓN DEL EQUIPO: Creación de textos literarios y documentales en formatos análogos y digitales. Planes operativos y estratégicos con sus respectivos métodos de seguimiento y control. Diseño y puesta en funcionamiento de campañas de lectura y escritura en el ámbito de la educación y del turismo.

RECURSOS QUE PUEDO PONER A DISPOSICIÓN DEL EQUIPO: contactos profesionales en diferentes disciplinas artísticas y literarias, horas de creación de propuestas de trabajo.

D. **NOMBRE:** Luis Alberto Gutiérrez

PROFESIÓN: Diseñador Industrial

La experiencia que he tenido en el transcurso de la vida se ha desarrollado en el ámbito publicitario en varios campos: campañas publicitarias con enfoque en montajes y desarrollo visual, fabricación de todo lo que tiene que ver con la apertura de un negocio.

PODRÍA APORTAR MI CONOCIMIENTO en asuntos relacionados con la influencia del mercadeo en las ventas.

“RELATINOAMERICANO”
o la importancia de la cultura como empresa

Ejercicio de resignificación

Con Catalejo, Tiquetes, Telescopios y plan de viaje, iniciamos el camino en la ladera oriental de América Latina, partiendo desde México hacia el sur hasta llegar a tierra de Fuego y ascender por el Occidente hasta la frontera con Estados Unidos de América. Este recorrido se realiza en espiral invertido (de afuera hacia adentro del territorio) para recabar información relacionada con rasgos distintivos, espirituales, artísticos, económicos y demás componentes identitarios que aportan a la descripción de las poblaciones diversas y sus espacios poblados.

En este recorrido de afuera hacia adentro, culminamos en Bogotá (Colombia), donde, sentados en varias mesas de cafés y bibliotecas, desdoblamos carteles, cuadernos de notas, fotografías, grabaciones de sonido y otros soportes de información con relatos de abuelos, entrevistas con expertos de: cocina, música, turismo, cine y demás actividades y propuestas artísticas y culturales.

En medio del calor o el frío, notamos asuntos comunes en los que las comunidades muestran a visitantes externos las costumbres, oficios y formas de vida, sus productos y servicios, cadenas de colaboración para beneficio colectivo cultural. Descubrimos en los entreaños de la vida que la mayoría de las personas que viven de la industria creativa habitan pequeñas habitaciones que se nutren con lo básico para vivir mientras van muriendo.

El lugar común lo establecen: la comunicación asertiva, los signos y significados arraigados por generaciones, que afirman que las cosas son como son, que “los árboles no dejan ver el bosque” (como dijera Ortega y Gasset en sus “Meditaciones del Quijote” 1914): se escucha que gran cantidad de gestores y otros agentes culturales, hablan bien de su trabajo o que desconocen las capacidades de los otros para crear sinergias que conviertan sus industrias y empresas culturales en fuentes de necesidad creativa en las sociedades.

Luego de dormir y despertar sedientos de identificar los secretos de la gente para ser mejores y para hacer mejor lo que hacen, tomamos de los documentos textos que coinciden para buscar maneras de cambiar los imaginarios de estos agentes culturales y de revertir paulatinamente esos mismos imaginarios en los espacios recorridos. El reto es de papel, de plataforma, de contenidos, de políticas públicas, de estructuras y de otros lenguajes y maneras de circularlos cotidianamente para establecer redes culturales vivas en este mundo colectivo.

