

PROBLEMÁTICAS

1. YINA OBANDO

- Como se revalúa el graffiti y el arte urbano, siendo esta realizada o intervenida en la calle?
- Como entender o concientizar al comprador, que compre local?
- Como generar ingresos en los espacios culturales que dependen de los eventos, talleres y otras actividades que se realizan en sus espacios?

2. CRISTIAN DAVID CASTRO TORRES

- Las personas subestiman la pandemia y se exponen a ser contagiados.
- Hay personas que viven de sus ingresos día a día y por la pandemia no tienen cómo llevar alimento a sus casa.
<https://cnnespanol.cnn.com/video/trapos-rojos-colombia-coronavirus-pandemia-hambre-bajos-recursos-pkg-diana-castrillon/>
- Hay discriminación al cuerpo médico que atiende a los infectados por Covid-19.
<https://www.facebook.com/photo?fbid=10158254709347442&set=pcb.10158254709662442>

3. ROMINA MUGUIRA PEREZ

Aquí, creo que más bien tengo preguntas y cosas que me inquietan. Uno de los cuestionamientos que ha saltado para mí es el significado y entendimiento de “comunidad”. ¿Cómo se conforma una comunidad? ¿Qué características son deseables en una comunidad para que florezca? ¿Cómo formas y fomentas esas características? ¿Qué determina lo que es valioso para una comunidad? ¿Cómo se demuestra esa valoración? Por ejemplo, por qué se ha llegado a valorar más el dinero que la vida misma; cómo revertir esa escala de valores.

Esto me lleva también a preguntarme ¿qué significa ser humano en el contexto actual? Esta pandemia nos ha obligado a parar, cuando estábamos acostumbrados a producir sin parar, sobre todo porque si no producimos, no generamos recursos económicos para poder cubrir necesidades. De pronto siento que se ha dejado de lado la sensibilidad, y esa capacidad para parar y dejarse sorprender, o para parar y cuidar de uno mismo, del otro, escucharlo o darle palabras de aliento si no se puede hacer más. Siguen, entonces incrementándose los casos de violencia intrafamiliar, de género, de racismo y discriminación. Las desigualdades se convierten en abismos en vez de oportunidades para explorar maneras de acercarnos y de intercambiar experiencias sobre lo que es ser humano. ¿Cómo podemos crear espacios para conversar y conocer al otro desde un lugar de empatía?

Y esto me lleva a preguntar también ¿qué nuevos espacios podemos crear desde nuestro gremio? Sobretudo si nuestros productos no son considerados “de primera necesidad”. El arte ha estado presente en la cuarentena desde su inicio, en la esfera privada y en algunos casos ha salido a la esfera pública. ¿Qué sería de la salud emocional, mental, de muchos, si no pudieran mover el cuerpo, cantar, escuchar música, estar en redes viendo ilustraciones, caricaturas, películas, leyendo...? ¿Cómo llegamos, ante el reto del distanciamiento, a aquellas personas que no tienen acceso a las tecnologías digitales? Creo que es una oportunidad para devolver a las artes algo de reconocimiento como medicina, como herramienta de construcción de comunidad, y de ayuda para devolvernos esa humanidad perdida.

4. FÁTIMA ALBA RENDÓN HUERTA

- Falta de alfabetización cibernética

Esto afecta a los adultos mayores y también al profesorado en todos los países.

- Falta de trabajo para personas mayores de 40 (común a toda América).

Es un área de oportunidad porque es el segundo sector identificado como vulnerable por la OCDE.

- Falta de técnicas de artesanos (muchos mueren sin poder transmitir sus conocimientos).

La mayoría no cuenta con apoyos gubernamentales para poder subsistir, viven al día. Mucho menos tienen una red que les permita preservar sus técnicas o enseñarlas a nuevas generaciones.

- Riesgo de comercios unitarios o de bajo ingreso que no cuentan con capacitación financiera ni equipo de cómputo para vender en línea.

Esta problemática va unida a la primera propuesta, pero se centra en que generalmente se cuenta con teléfonos móviles.

- Indefensión laboral de los trabajadores en el sector de artes escénicas después de la crisis.

La imposibilidad de escenógrafos, actores de teatro, tramoyistas, artistas callejeros, etc. de trabajar a distancia.

- Falta de educación de públicos que genera poco compromiso de pago, ergo sustentabilidad a largo plazo para con los espacios artísticos.

La cultura puede ser gratuita en ciertos casos, pero ¿cómo construir nuevas mentalidades después de la crisis del COVID-19?

CAMILO LOZANO

problemáticas

la industria creativa

la comunidad creativa tiene bastantes falencias , aunque sea grande y tenga mucha competitividad, no tiene una regulación en cuanto a los sectores privados de la industria que destacan por su gran influencia dentro de cada país y el artista promedio nunca es consagrado o tenido en cuenta de la manera en que se debe ya que el recurso creativo debe ser la patente o la herramienta más valiosa dentro de esta industria y no es bien valorada.

la falta de estructura de las industrias creativas en Colombia ha sido la misma por años, es decir está regida por los mismos conceptos y no ha tenido un crecimiento exponencial ya que estas industrias requieren de un cambio en sus estructuras

la falta de educación en los sectores creativos en cuanto a innovación se refieren es bastante obsoleto y los artistas y creadores es su común estas ligados hacer y crear los mismo sin salirse de estereotipos creados por la educación y su libre pensamiento.

en esta contingencia esos tres puntos serían lo esencial en cuanto a lo creativo se refiere, la problemática a existido por años y ellos nos obliga a cambiar la forma de pensar de como llegarle al mundo por otros medios, sin embargo la falta de oportunidades es igual de precaria al vendedor informal en la calle y muchos más afectados, el problema es mayor cuando llevamos nuestros problemas como industria a las demás teniendo así un panorama mucho más grande identificando así

falta de oportunidades?

como podemos los creativos ayudar a evolucionar al mundo sin afectar ninguna industria?

como