

IV JORNADA COLABORATIVA DE GERENTES DE ESPACIOS CREATIVOS

Las Naves
28 de marzo de 2019

Organiza:



Colabora:

LAS NAVES

ÍNDICE

1. LISTADO DE ASISTENTES
2. IDEAS DE LA JORNADA
3. REFLEXIONES Y CONCLUSIONES

1. LISTADO DE ASISTENTES

Representante	Entidad / espacio	Localidad
Borja Álvarez Rubio	Ministerio de Cultura y Deporte	Madrid
Néstor Nongo Nsala	Ministerio de Cultura y Deporte	Madrid
Benito Burgos Barrantes	Ministerio de Cultura y Deporte	Madrid
Helena del Barrio Alvarellós	Ministerio de Cultura y Deporte	Madrid
M ^a Luisa Peydró	Las Naves	Valencia
Javier Ibáñez	Las Naves	Valencia
Pau Rosell Köster	Universitat de València	Valencia
Joaquim Rius Ulldemolins	Universitat de València	Valencia
Ana Rosa Moreno	Universitat de València	Valencia
Rosina Gómez-Baeza Tinturé	Factoría Cultural	Madrid
Lucía Ybarra	Factoría Cultural	Madrid
Javier Guerra del Blanco	Quinta del sordo	Madrid
Berta Álvarez - Buylla	Ciudad de la Cultura	Santiago de Compostela
Mariano Morán Prados	Polo Digital	Málaga
David Marín Morodo	Nau Ivanow	Barcelona
Silvia Giró	Roca Umbert	Granollers
Helga María Massetani Piemonte	Bitamine Faktoria	Irún
Francisco Javier Burón García	Colaborativa	Córdoba
Elisa Pulido Rodríguez	Ministerio de Cultura y Deporte	Madrid
Gonzalo Fernández Naves	Ministerio de Cultura y Deporte	Madrid
Carme Sais Gruart	Bòlit, Centre d'Art Contemporani	Girona
Juan Pastor Bustamante	Red de industrias creativas	Madrid
María Carmen Sánchez Pacheco	Tantarantana	Barcelona
Laura Godoy Rubio	Smart Iberica	Granada
Jesús Núñez Miranda	Proyecto Lunar	Sevilla
Enric Puig Punyet	La Escocesa	Barcelona
Bárbara Andreatta	MOB BLN	Barcelona
Lluís Nacenta Bisquert	Hangar Bcn	Barcelona
Manel Rodríguez (L'Estruch)	L'Estruch	Sabadell
Daniilo Pioli	Homessesion	Barcelona
Celeste Senés	Coespai	Girona
Oriol Recasens Benito	ICUB	Barcelona
Benjamín Álvarez Llano	La Xina	Barcelona
Carles Pons Ridaura	Espacio Arcade	Valencia
Hernán Pérez	Nolich	Valencia
Jaime Pérez	La Fábrica de Hielo	Valencia
Alicia Garrido Cuadros	La Fábrica de Hielo	Valencia
Carolina Boluda	CETAE	Valencia

2. IDEAS DE LA JORNADA

El pasado 28 de marzo de 2019 tuvo lugar en el Centro de Innovación Las Naves de Valencia la IV Jornada de Gerentes de Espacios Creativos, que contó con la asistencia de 38 responsables de estos espacios. La jornada, inaugurada por Borja Álvarez, Subdirector General de Promoción de Industrias Culturales y Mecenazgo, y Javier Ibáñez, Director Técnico de Las Naves, se desarrolló en tres mesas que abordaron los siguientes temas: acompañamiento y sostenibilidad de proyectos en las industrias culturales y creativas, nuevos públicos, y acceso a la financiación y redes europeas. A continuación, exponemos las principales reflexiones de cada una de ellas.



1ª mesa: "Acompañamiento y sostenibilidad de proyectos en las ICC"

Esta mesa contó con la participación de los profesores de la Universitat de València Joaquim Rius y Ana Rosa Moreno, Javier Guerra, responsable de la Quinta del Sordo (Madrid), Berta Álvarez-Buylla, del Centro de Emprendimiento de la Ciudad de la Cultura de Santiago de Compostela y Mariano Morán, del Polo de Contenidos Digitales de Málaga. La mesa estuvo moderada por Rosina Gómez – Baeza, de Factoría Cultural de Madrid.

El **Polo de Contenidos Digitales** de Málaga, inaugurado en junio de 2017, es un centro dirigido principalmente a startups y emprendedores del sector tecnológico. Su modelo de emprendimiento se basa en la preincubación, incubación y aceleración. Mariano Morán presentó los laboratorios digitales, las actividades de formación, los distintos eventos que realizan, dedicados a los sectores del videojuego y digitales, etc., las posibilidades de empleo, así como los proyectos, espacios de coworking y aceleradoras promovidas y gestionadas por empresas privadas (con la colaboración del Ayuntamiento de Málaga). En estos momentos, gestionan dos proyectos europeos. Obtienen ingresos por actividades, otras ayudas y los proyectos europeos. Además, colaboran con empresas como Fraxel Games (videojuegos) o el Estudio Ábrego. Presentó también "Mecenas 2.0", proyecto piloto para el Museo del Prado, Campero Games y Rodaje Games (del sector del videojuego).

Seguidamente, Berta Álvarez-Buylla, coordinadora del **Centro de Emprendimiento del Gaiás** de Santiago de Compostela, realizó su exposición sobre dicho centro. Se trata de un espacio de propiedad y gestión pública donde, utilizando un edificio vacío, se rehabilitó y se construyó el actual espacio que se inauguró en 2012. Este Centro de Emprendimiento se formó con una iniciativa de lanzamiento de 20 proyectos. Al comienzo, no tenían financiación y comenzaron a

hacer convenios gratuitos, para más tarde comenzar a recibir financiación institucional, gracias a la visibilidad y repercusión que estaban teniendo los proyectos tutorizados por el Centro. Con esto, se empezaron a financiar proyectos de distintos sectores, incluidos los videojuegos y el audiovisual, se generaron empleos y se creó un servicio de tutorización y acompañamiento de proyectos que pagan los socios del centro. Con esto, se establecieron incubadoras.



Para terminar las experiencias de proyectos, Javier Guerra, gerente de **La Quinta del Sordo** en Madrid, nos habló de la labor de este espacio de gestión privada que ya ha cumplido seis años. Se trata de un espacio de coworking donde se encuentran diseñadores, artesanos, artistas plásticos e incluso *makers*, los cuales aportan la línea tecnológica, que se suma a la línea audiovisual. Trabajan en red, de forma participativa y colaborativa, dentro del tejido cultural de la Red de Espacios Independientes y Alternativos de Madrid. Además, han elaborado el Programa Tándem, de apoyo a iniciativas culturales. Actúan como mentores de proyectos y tienen en marcha el programa Mapea Cultura, un localizador online para identificar espacios y proyectos culturales.

Una vez vistos estos tres proyectos, tuvieron lugar las ponencias académicas. Ana Rosa Moreno, profesora del Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados de la **Universitat de València**, expuso el papel de la gestión de activos patrimoniales en la relación turismo-cultura, así como el papel del marketing, gran ausente en el sector cultural. El marketing sigue

brillando por su ausencia en la gestión cultural y es algo que tiene que ir cambiando. En el marketing cultural-turístico debe existir un proceso de intercambio que cree un valor mutuo y sea sostenible económica, social y medioambientalmente.

Por su parte, Joaquím Rius, profesor del Departamento de Sociología y Antropología Social, también de la **Universitat de València**, centró su exposición en la relación entre políticas culturales e industrias creativas. Según Rius, la política cultural debe dirigirse hacia la acción emprendedora y ha destacado la problemática de la burbuja cultural que sufrió y continúa sufriendo nuestro país. La gestión de espacios demasiado grandes hace que éstos tengan poca sostenibilidad en el tiempo, ya que la financiación no es continua y los costes de mantenimiento son elevados. Por otro lado, destacó que los *clusters* culturales deben constar de equipamientos culturales, industrias culturales y creativas y creadores culturales, favoreciendo así la unión de distintos tipos de centros: alternativos, centros de creación y administraciones públicas. Para que se encajen estos espacios y las administraciones públicas, debe haber una coordinación que apoye la sostenibilidad de los proyectos y la rendición de cuentas para que tenga un valor. Este valor puede ser otorgado mediante subvenciones anuales por parte de las administraciones públicas. Para terminar, Rius incidió en la necesidad de que el gestor sea independiente de las administraciones públicas e hizo referencia a las cuatro dimensiones culturales: creaciones comunitaria, amateur, profesional y "do it yourself" destacando que los proyectos deben tener valor público y social.



2ª mesa: "Nuevos públicos en las ICC"

Esta segunda sesión, moderada por Borja Álvarez, Subdirector General de Promoción de Industrias Culturales y Mecenazgo, contó con las intervenciones de Benito Burgos por parte del Ministerio de Cultura y Deporte, David Marín, gerente de la Nau Ivanow de Barcelona, Silvia Giró, jefa de comunicación y públicos de Roca Umbert Fábrica de les Arts de Granollers y Helga Massetani, directora de Bitamine Faktoria en Irun.

Benito Burgos, Consejero Técnico y Coordinador del Encuentro **Cultura y Ciudadanía**, que se organiza anualmente desde la Subdirección General de Cooperación Cultural con las Comunidades Autónomas del Ministerio de Cultura y Deporte, habló del Libro Blanco de la creación, formación y desarrollo de públicos de la cultura. Se trata de una propuesta de la Comisión del Congreso de los Diputados, que inició su desarrollo en el IV Encuentro Cultura y Ciudadanía con la colaboración de las distintas unidades y organismos del Ministerio, estableciendo las siguientes mesas sectoriales que contaron con la participación de agentes y

expertos de cada ámbito cultural: museos, patrimonio y artes visuales; artes escénicas (teatro, danza y circo); música; libro y bibliotecas; cine y artes audiovisuales; y cultura digital. Algunos de los principales objetivos de este Libro Blanco son garantizar el derecho constitucional de acceso a la cultura, mejorar la participación en la vida cultural de la ciudadanía, o promover la inclusión de sectores en riesgo de exclusión.



Tras la exposición de Benito, llegaría el turno de David Marín, director de la **Nau Ivanow**, espacio de titularidad pública de residencias teatrales de referencia en Barcelona, que nos habló del proyecto "Escuela de espectadores" de la Sagrera. En esta iniciativa, el espectador es nómada y es el foco de los eventos. Desde la organización, hay acompañamiento de los proyectos y una gran interacción con los vecinos, pues ocupa un lugar muy grande en el barrio; se trata de explicar a los vecinos lo que está pasando dentro, para que se vinculen con el espacio y entiendan por qué es importante que exista la Nau Ivanow. Solo un 5% de la ciudadanía va al teatro. Ellos han conseguido llegar a un 25%.

Después hablaría Silvia Giró, jefa de Comunicación y Públicos de **Roca Umbert Fàbrica de les Arts**, una antigua fábrica de ropa ubicada en Granollers adquirida y gestionada por el ayuntamiento. Ocupa 22.000 m² y tiene un centro para cada una de las disciplinas: cultura popular, pensamiento, música, movimiento (teatro, performance...), artes visuales, patrimonio...

sumando un total de 124 residencias artísticas en la actualidad. Todo el mundo es considerado como público objetivo: para el sector profesional, las residencias de creación; para el público no profesional, la exhibición de espectáculos; y para los vecinos del territorio, el centro municipal. No programan actividades, sino que tratan de crear experiencias implicando a las personas, pues el sistema boca-oreja funciona mucho y muy bien cuando la gente se siente partícipe de una experiencia. Ese es su mejor medio de difusión.

Por otra parte, las mesas de programación se componen de técnicos culturales, gente del sector, artistas y vecinos. Se decide de una forma transparente y comunitaria.

Por último, esta mesa finalizaría con la intervención de Helga Massetani, directora de **Bitamine Faktoria** en Irún, una fábrica de creación y producción cultural constituida como asociación. Enfocan sus actividades en el desarrollo de audiencias, basándose en la inteligencia emocional y en la empatía, y promoviendo la participación de las distintas comunidades del barrio en el que se sitúan. Lo que persiguen principalmente con estas líneas de actuación es el empoderamiento de la ciudadanía, crear comunidad y brindar experiencias al público. Entre los proyectos promovidos estarían "A town that makes you happy", una creación conjunta entre los vecinos de una obra de arte contemporáneo, otro basado en el empoderamiento de la comunidad, "Kontemporanea KEOA", otro en el espacio público, "Transbita", una caravana que lleva eventos multidisciplinares. Además han promovido proyectos relacionados con memoria histórica, como el encuentro "Ribera", creación de comunidades gracias a la Red Mugakide (residencia de artistas en Hendaya); o contando con las experiencias del público: "Kbk Kontrabandistak" (publicación transfronteriza en tres idiomas).



3ª mesa: "Acceso a la financiación y redes europeas"

La última sesión de la jornada comenzó con una exposición sobre financiación de la cultura a cargo de Pau Rausell, profesor de la Universitat de València, continuando con Helena del Barrio, en representación de Europa Creativa. La mesa prosiguió con la exposición de Lucía Ybarra, de Factoría Cultural de Madrid y Javier Burón, fundador de Colaborativa (Córdoba). La moderación fue en este caso realizada por Néstor Nongo, del Ministerio de Cultura y Deporte.

El profesor de la **Universitat de València**, especializado en economía de la cultura, Pau Rausell, dio algunos datos relevantes sobre el estado de la cultura en el país prestando especial atención a sus datos económicos. Si bien en 2010 cae el empleo en cultura, durante la crisis, las exportaciones se han mantenido, por lo que se puede decir que somos relativamente competitivos a nivel internacional. Analizando de dónde procede el gasto que se produce en la

cultura, se extrae que es más importante que la gente se gaste más en cultura que una institución duplique su presupuesto en cultura, por eso hay que animar al ciudadano a que recupere sus niveles de gasto en productos y servicios culturales. Sobre el tema del turismo cultural, Rausell también destacó que hacer cosas culturales para que vengan turistas es un error de concepto, la lógica debe ser justo al revés.

Helena del Barrio, técnica de la Oficina **Europa Creativa**, del Ministerio de Cultura y Deporte, explicó las posibilidades de financiación de proyectos culturales dentro del Subprograma Cultura del Programa de la Comisión Europea Europa Creativa. Con esto, habló de la convocatoria de Proyectos de Cooperación Europea, indicando las características y requisitos de la misma, así como las posibilidades de encontrar socios para comenzar a desarrollar los proyectos. De esta forma, alentó a los participantes de la Jornada a visitar la oficina y a presentar solicitudes a la próxima convocatoria, penúltima dentro del marco plurianual 2014-2020, que se publicará en el segundo semestre de 2019.



Por su parte, Lucía Ybarra, Vicepresidenta y Directora de Relaciones Externas de la **Factoría Cultural** (Madrid) nos habló de su participación en el European Creative Hubs Networking. Un programa de 2 años (2016-2018) liderado por el British Council y formado por 8 socios, todos ellos viveros creativos. Entre los objetivos del programa estaría crear una comunidad, conectar

con otros gerentes, apoyar el crecimiento, la sostenibilidad en los espacios, compartir buenas prácticas y desarrollar herramientas de trabajo. Han realizado 3 foros en distintas ciudades europeas y los principales resultados y conclusiones obtenidas han sido: mejorar el ecosistema de apoyo, estar mejor conectados y poder influir en las políticas.

Para finalizar la mesa, Javier Burón nos presentó una serie de proyectos en los cuales habían trabajado desde **Colaborativa**, un estudio creativo ubicado en Córdoba desde donde trabajan la interacción entre el diseño, las ciencias sociales y la tecnología. Sus proyectos están orientados hacia la investigación, consultoría y desarrollo de nuevas formas de trabajo creativo, digital y colaborativo. Entre los proyectos que ha sacado adelante Colaborativa, Burón nos presentó los 2 que han obtenido financiación del subprograma Cultura de Europa Creativa, en los que han participado con ambas organizaciones: Fab Lab Limerick y Fab Lab Córdoba y cuyos enfoques han sido la promoción y la difusión de las industrias creativas y de la fabricación digital.

Además de Europa Creativa, Colaborativa ha trabajado con otros programas de financiación europea: Becas Leonardo Da Vinci y Horizonte 2020. A través de Horizonte H2020, han desarrollado el proyecto +CityxChange cuyo objetivo es la conversión de las ciudades de Trondheim, Limerick, Alba Iulia, Pisek, Sestao, Smolyan y Voru en ciudades inteligentes de energía positiva, que empleen los servicios digitales para mejorar la calidad de vida de todos sus ciudadanos, generen más energía de la que consumen e intercambien experiencias con ciudades de toda Europa para aprender más rápido.

3. REFLEXIONES Y CONCLUSIONES

A lo largo de las tres mesas, se realizaron varias aportaciones por parte de los asistentes, relativas a la financiación y sostenibilidad de espacios creativos así como a las relaciones público – privadas de los espacios creativos, la creación de comunidad y nuevos públicos o la importancia del marketing cultural y la comunicación para el buen desarrollo de los espacios y proyectos creativo - culturales.

⊕ **Financiación:**

En los últimos años, se han cometido grandes irresponsabilidades en cuanto a financiación de la cultura se refiere, apostando frecuentemente por la inversión en grandes infraestructuras culturales de muy alto presupuesto, desproporcionadas en referencia a las ciudades en donde se construían en muchas ocasiones, y sin presupuesto para dotarlas de contenido cultural una vez finalizadas. Es necesario, por tanto, revertir este modelo, apostando por equipamientos más sostenibles con costes de mantenimiento más bajos.

Respecto a la financiación de los espacios creativos, tras las reflexiones de la jornada podemos establecer un modelo más o menos común de la financiación de estos espacios: gestión de zonas de coworking dentro de los espacios, organización de eventos, actividades formativas, ayudas y subvenciones de las distintas administraciones nacionales, y financiación europea. En los espacios privados, la gestión sufre más debido a la excesiva dependencia de financiación a través de sus propias actividades. En este sentido, una reivindicación extendida por parte de los gerentes, sería la gran necesidad de crear un diálogo entre el sector privado y el público así como de una comisión interministerial (Cultura, Economía, Hacienda...) y unos programas públicos de acompañamiento que faciliten la sostenibilidad de las empresas.

⊕ **Públicos y creación de comunidad:**

Un objetivo común de los espacios creativos debe ser el de crear comunidad. Para ello es necesario hacer a la ciudadanía partícipe de los proyectos creando experiencias culturales y no solo actividades donde sean meros espectadores pasivos. En el marco de la creación y formación de nuevos públicos, es fundamental trabajar por una democratización de la cultura que se traduzca en un acceso real a ella por parte de la ciudadanía, generando públicos fieles y sostenibles en el tiempo, que les haga despertar un interés real y a largo plazo por la cultura, pues ésta es una herramienta óptima para el empoderamiento ciudadano. Por otro lado,

también puede ser muy útil la creación de redes entre los diferentes espacios y profesionales de la cultura que permita establecer vínculos y sinergias trabajando conjuntamente.

⦿ **Marketing Cultural y Comunicación:**

Es muy importante que tanto los gestores culturales como los artistas utilicemos todas las herramientas que aporta el marketing cultural para explicar mejor nuestros proyectos culturales acercándolos a la gente y haciendo que la cultura adquiera su valor. Es fundamental que los proyectos tengan una estrategia de comunicación y se construya un relato: por qué se hacen, qué se hace, cómo se hacen... para vender y sensibilizar al público.

En este sentido, es necesario reivindicar la importancia de las nuevas tecnologías de la información en lo referente al marketing cultural, así como la existencia de mediadores/as culturales que ayuden a interpretar y transmitir los bienes culturales.



