



Circuito Artístico y Cultural Calle 10

Autores

Daniela Santos Rodríguez

Juan Darío Villarraga Pérez

**Trabajo presentado como requisito para optar por el
título de: Especialista en Gerencia y Gestión Cultural**

Directores

Rubiela Gómez Gómez

Luis Enrique Izquierdo Reyes

Escuela de Ciencias Humanas

Especialización en Gerencia y Gestión Cultural

Universidad del Rosario

Bogotá - Colombia

2022

TABLA DE CONTENIDOS

| | |
|--|----|
| 1. Introducción | 5 |
| 2. Descripción del Proyecto | 5 |
| 3. El Problema Cultural | 10 |
| 4. Antecedentes | 16 |
| 4.1 El <i>Septimazo</i> de Bogotá | 17 |
| 4.2 La Peatonalización de la Carrera Séptima | 18 |
| 4.3 Gratuidad de los Museos | 19 |
| 5. Estado del Arte | 20 |
| 6. Justificación | 23 |
| 7. Objetivos | |
| 7.1 Objetivo general | 24 |
| 7.2 Objetivos específicos | 25 |
| 8. Marco Teórico | 25 |
| 9. Marco Referencial | 27 |
| 10. Marco Jurídico | 28 |
| 11. Marco Institucional | 30 |
| 12. Metodología | 31 |
| 13. Modelo de Gestión | 33 |
| 14. Presupuesto | 36 |
| 15. Estrategias de Financiación y Patrocinio | 40 |
| 16. Conclusiones | 45 |
| 17. Logo | 46 |
| 18. Bibliografía | 47 |

| Resumen Ejecutivo del Proyecto | |
|---------------------------------------|--|
| Título | Circuito Artístico y Cultural Calle 10 |
| Equipo | Daniela Santos Rodríguez y Juan Darío Villarraga Pérez |
| Contexto Geográfico | Bogotá D.C. Localidad de La Candelaria Calle 10 entre Carreras 2 y 7 |
| Beneficiarios | Artistas del espacio y ciudadanía en general |
| Duración | Un (1) día, de 10:00 am a 5:00 pm contempla que el circuito se desarrolle de forma periódica el último domingo de cada mes. |
| Descripción del Proyecto | Circuito artístico y cultural desarrollado el último domingo de cada mes, a lo largo de la Calle 10, entre Carreras 2 y 7 (La Candelaria), que vinculará a 18 artistas del espacio público de las siguientes prácticas: bailarines, cantantes, dibujantes, caricaturistas, pintores, estatuas vivas, artistas circenses y músicos. El circuito contará con 4 recorridos guiados en modalidad gratuita y paga, e integrará comercios locales de la zona en pro de la reactivación económica y cultural. |
| Planteamiento del Problema | Hay insuficiencia de escenarios para los artistas del espacio público de la Carrera Séptima, por lo cual, el disfrute de su práctica artística por parte de la ciudadanía se puede ver coartado, limitando las posibilidades de transformación del territorio. |
| Justificación | El espacio público, más que un conjunto de lugares de libre acceso, es un escenario en potencia en el que se desarrollan diversas formas de vínculos sociales, entre ellas las dinámicas artísticas y culturales. Estas tienen la capacidad de incidir de forma positiva o negativa en el territorio en el que son ejecutadas. De igual forma, los artistas del espacio público logran impactar con sus actividades y expresiones artísticas a su público. Pero, ¿qué pasa si el lugar donde realizan su actividad carece de las condiciones necesarias para que ese impacto sea recibido de manera positiva por el espectador? El mensaje podría verse truncado y el acto <i>per se</i> quedaría sin insumos, convirtiéndose simplemente en una forma más de recurrir a la caridad del público. |
| Objetivo General | Propiciar escenarios de circulación para los artistas del espacio público en los que se garantice el disfrute de su práctica. |
| Objetivos Específicos | <ol style="list-style-type: none"> 1. Diseñar un circuito artístico y cultural en el espacio público que dignifique la labor del artista. 2. Generar la estrategia de alianzas institucionales requeridas para la sostenibilidad del circuito artístico y cultural. 3. Integrar mínimo a un representante de las diferentes prácticas artísticas en la programación del circuito artístico y cultural. |
| Presupuesto | \$10.744.199 |

Fuente: Elaboración propia

Introducción

Al caminar por las calles de Bogotá se vive una ciudad dinámica y orgánica, llena de contrastes propios de las grandes capitales, donde los ciudadanos pueden usar y disfrutar de los espacios públicos y las diversas actividades que en ellos se desarrollan: desde sentarse en una banca, practicar algún deporte o usar las ciclorrutas, hasta asistir a conciertos o disfrutar de un grafiti artístico. En este sentido, salir a la calle es una experiencia que invita a relacionarse con los demás y con la ciudad.

En ese espacio público, que es de todos y de nadie a la vez, se encuentran también quienes a diario comparten su talento en la calle. Son artistas que dinamizan el recorrido diario de los ciudadanos y brindan experiencias de arte, música y teatro, y que les permiten a los transeúntes interactuar en el espacio público de una forma más amena y agradable. Así, las artes le dan vida al espacio público, y el espacio público se convierte a su vez en escenario dinámico para las artes. Esta interrelación, viva y constante, contribuye a que la ciudadanía se encuentre, interactúe, tenga experiencias estéticas y disfrute la ciudad.

Por lo anterior, el arte en espacio público puede reconocerse como un poderoso dispositivo de mediación y colaboración, además de un dinamizador económico que puede aportar a la generación de valor.

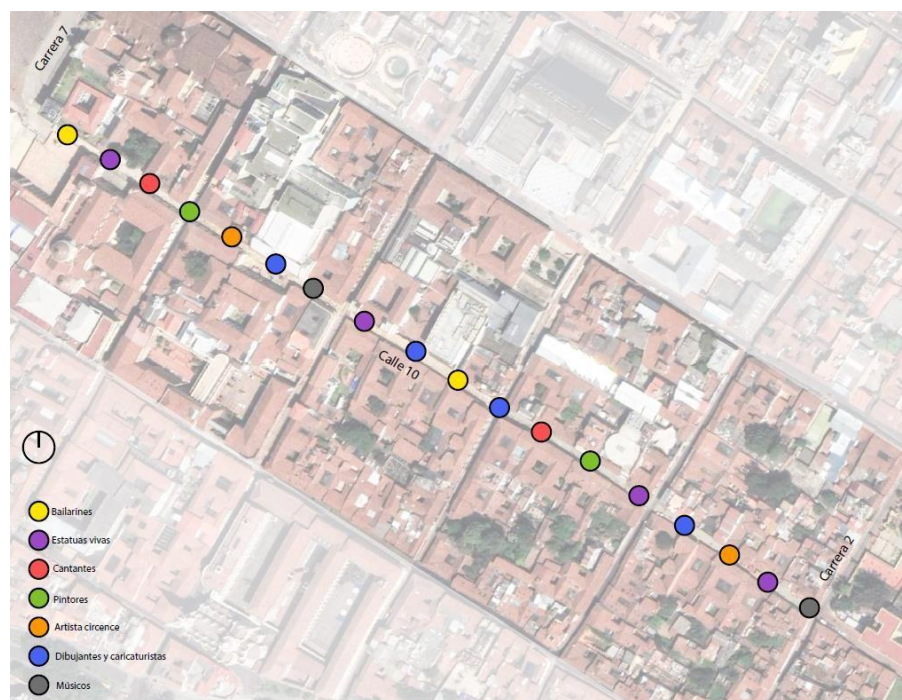
Para el desarrollo del proyecto *Circuito Artístico y Cultural Calle 10* se tomó como punto de partida el reconocimiento del valor del espacio público y su relación directa con las actividades artísticas como un activo que fortalece la ciudad y genera, con acciones corresponsables, nuevas maneras de disfrutarla. Es importante resaltar que, para que se dé esta valoración, se requiere de un trabajo conjunto y articulado entre las entidades del distrito, la ciudadanía y los artistas.

Descripción del Proyecto

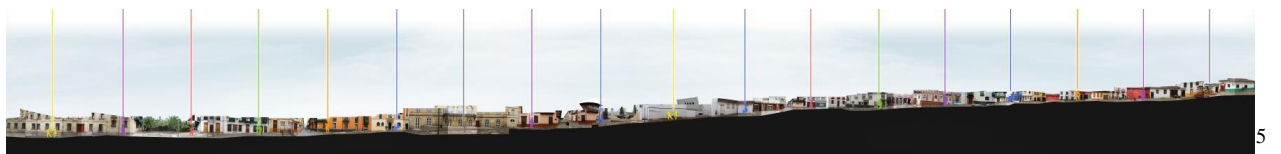
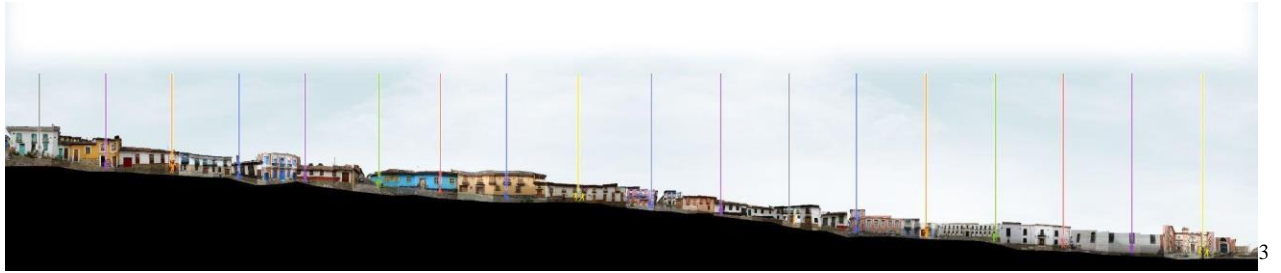
De acuerdo con la necesidad identificada de encontrar espacios públicos para los artistas, que cuenten con buenas condiciones para garantizar el desarrollo de sus prácticas artísticas, el proyecto propone la creación de un circuito artístico y cultural, que ofrezca no solo para los artistas un espacio digno, sino que ofrezca a los peatones y transeúntes (público) un entorno más amable y una experiencia más cómoda que le permita disfrutar de estas expresiones y actividades artísticas. Lo anterior, con el propósito de dignificar la labor de los artistas del espacio público y capitalizar su rol como agentes transformadores del territorio.

En ese orden de ideas, el proyecto propone la creación del *Circuito Artístico y Cultural Calle 10*, el cual se desarrollará en la localidad de La Candelaria, a lo largo de la calle 10, entre carreras 2 y 7, lo que corresponde a uno de los ejes artísticos y culturales más importantes de la capital, a lo largo del cual se encuentran equipamientos y centros culturales como la Fundación Gilberto Alzate Avendaño - FUGA, el Museo de Bogotá, el Museo de Trajes, el Museo Militar, el Instituto Caro y Cuervo, el Teatro Colón y la casa de Manuelita Sáenz, entre otros.

- **Dibujantes y caricaturistas (x4):** artistas que crean dibujos sobre una superficie a través del uso de distintas técnicas secas como el lápiz, el grafito, el carboncillo, o la tinta.
- **Pintores de aerosol (x1):** realizan pinturas con aerosol usando soportes portátiles como cartones, papeles, láminas de acetato o acrílico.
- **Pintores al óleo o acrílico (x1):** pintan y/o reproducen imágenes o composiciones sobre cartones preparados o lienzos, con o sin bastidor.
- **Estatuas vivas (x4):** ponen su cuerpo en función de lo que representan; usan vestuario, maquillaje y utilería con referencia a algún personaje. Algunos utilizan pedestales para pararse sobre ellos, mientras que otros utilizan amplificadores para emitir sonidos o música de fondo.
- **Artistas circenses (x2):** realizan números que involucran técnicas acrobáticas, malabarismo o equilibrismo, entre otros; así como números de payaso o *clown*. La actividad se puede realizar de forma individual o grupal, y no debe incluir fuego, animales o elementos cortopunzantes. Algunos utilizan sonido amplificado.
- **Músicos (x2):** interpretan diferentes instrumentos, tanto tradicionales como guitarras, saxofones, violines, como algunos hechos en materiales poco convencionales, tales como baterías y marimbas en PVC.



² Plano de detalle de la Calle 10 - Ubicación de los artistas del espacio público pertenecientes al *Circuito Artístico y Cultural Calle 10*. Fuente: elaboración propia.



³ Calle 10 - Alzado sur, entre Carrera 2 y 7

⁴ Detalle del alzado sur de la Calle 10, a partir de la Carrera 2

⁵ Calle 10 - Alzado norte, entre Carreras 7 y 2

⁶ Detalle del alzado norte de la Calle 10, a partir de la Carrera 7

El *Circuito Artístico y Cultural Calle 10* contará con cuatro recorridos guiados para la ciudadanía y tres diferentes planes, de la siguiente manera:

| HORARIO | AFORO | MODALIDAD | TARIFAS |
|---|--------------------|------------------|---|
| 10:00 am a 11:00 am | Máximo 25 personas | Gratis | N/A |
| 12:00 m a 1:00 am 2:00 pm a 3:00 pm 4:00 pm a 5:00 pm | Máximo 20 personas | Pago | <p>Plan A: \$10.000 adulto y \$5.000 niño y/o adulto mayor. Incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Recorrido guiado - Foto con las cuatro estatuas vivas <p>Plan B: \$15.000 adulto y \$10.000 niño y/o adulto mayor. Incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Recorrido guiado - Foto con las cuatro estatuas vivas - Caricatura rápida <p>Plan C: \$20.000 adulto y \$15.000 niño y/o adulto mayor. Incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Recorrido guiado - Foto con las cuatro estatuas vivas - Caricatura rápida - 10% de descuento en el restaurante <i>Casa Mamá Luz</i> - 10% de descuento en <i>Café Ibáñez</i> |

El recorrido guiado del *Circuito Artístico y Cultural Calle 10* se realizará en sentido occidente-oriente: iniciando desde la esquina de la Calle 10 con carrera séptima (Colegio Mayor de San Bartolomé), se irá avanzando hacia la carrera 2, para finalmente rematar en el Museo de Bogotá e invitar a los participantes del mismo a disfrutar de la colección del museo.

Además de lo anterior, el *Circuito Artístico y Cultural Calle 10* vinculará experiencias culturales locales con el objetivo de dinamizar la economía del sector. En este orden de ideas, durante el recorrido guiado, el mediador incluirá en su presentador información relacionada con productos típicos locales, tales como el ajíaco y el café. Así mismo, quienes adquieran el Plan C podrán disfrutar

de descuentos especiales en comercios locales, tales como el restaurante *Casa Mamá Luz*, de la cocinera Luz Dary Cogollo, quien en el año 2019 fue galardonada con el premio al mejor ajiaco de Bogotá, premio que la llevaría a participar en el documental de Netflix *Street Food: Latinoamérica*, y *Café Ibáñez*, un pequeño y mágico lugar en donde, además de disfrutar de un café 100% colombiano en diferentes preparaciones, se podrá disfrutar de un ambiente tradicional bogotano, con fotografías antiguas en sus paredes, mientras en el fondo se escuchan boleros y música romántica.

Por último, para el desarrollo del *Circuito Artístico y Cultural Calle 10* se diseñará y fabricará una línea de *merchandising* con el objetivo de contar con un aporte económico adicional para la sostenibilidad del circuito: postales, pines, totebags, cachuchas, libretas y stickers. Los productos estarán a la venta en la tienda del Museo de Bogotá, como parte de la alianza estratégica pactada.

El Problema de Cultural

Con el fin de identificar las múltiples causas del problema central, y sus consecuencias, las cuales impactarán en el entorno social, se utilizó la herramienta *árbol de problemas*, la cual se presenta a continuación:

| | | | | |
|--|---|--|--|---|
| <p>Efectos Directos</p> | <p>1. Los demás usos se han visto “desplazados” en el espacio público comprendido entre la Plaza de Bolívar y la Calle 26 con Carrera Séptima, como por ejemplo el artístico y cultural.</p> | <p>2. La ciudadanía no valora las actividades y expresiones artísticas y culturales que hoy en día se realizan en el espacio público comprendido entre la Plaza de Bolívar y la Calle 26 con Carrera Séptima.</p> | <p>3. Los artistas se ubican en cualquier parte del espacio público donde creen que van a tener mayor ganancia de dinero.</p> | <p>4. El artista del espacio público no tiene consciencia de su papel social como agente transformador del territorio y memoria colectiva del mismo.</p> |
| <p>Problema Central: Hay insuficiencia de escenarios para los artistas del espacio público de la Carrera Séptima, por lo cual, el disfrute de su práctica artística por parte de la ciudadanía se puede ver coartado, limitando las posibilidades de transformación del territorio.</p> | | | | |

Objetivo General: Propiciar escenarios de circulación para los artistas del espacio público en los que se garantice el disfrute de su práctica.

| | | | | |
|-------------------------------|---|---|---|--|
| <p>Causas Directas</p> | <p>1. El espacio público comprendido entre la Plaza de Bolívar y la Calle 26 con Carrera Séptima tiene un uso principalmente comercial (informal).</p> | <p>2. Refuerzo de estereotipos negativos alrededor de las actividades y expresiones artísticas y culturales en el espacio público.</p> | <p>3. Falta de escenarios en el espacio público que permitan desarrollar las actividades y expresiones artísticas y culturales de mejor forma.</p> | <p>4. Las dinámicas artísticas y culturales del espacio público, en su mayoría, son producto de las necesidades de quien las ejecuta.</p> |
|-------------------------------|---|---|---|--|

El problema central identificado es: hay insuficiencia de escenarios para los artistas del espacio público de la carrera séptima, por lo cual, el disfrute de su práctica artística por parte de la ciudadanía se puede ver coartado, limitando las posibilidades de transformación del territorio.

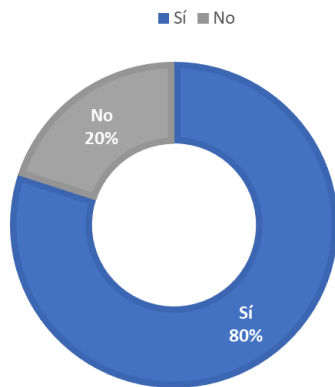
Si bien las dinámicas comerciales que se presentan hoy en día en el espacio público de la Carrera Séptima (entre Plaza de Bolívar y Calle 26) garantizan que muchos peatones y transeúntes recorran esas calles de la ciudad, encuentren a lo largo del camino a los artistas del espacio público y las prácticas que realizan, se identificó que las condiciones de los espacios públicos ocupados actualmente no son suficiente, y carecen de condiciones adecuadas y de algunos elementos que podrían beneficiar a los artistas, dignificando su labor.

Con el fin de soportar la argumentación anteriormente mencionada, se realizaron diez (10) encuestas a artistas del espacio público que realizan diferentes prácticas artísticas, de la siguiente manera:

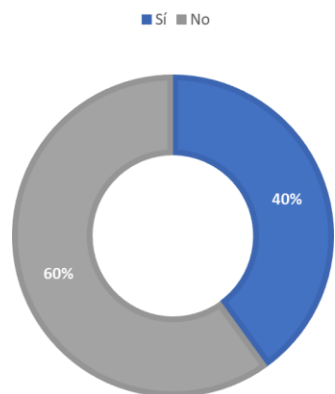
- Cuatro (4) dibujantes y caricaturistas
- Dos (2) performers
- Dos (2) estatuas vivas
- Dos (2) bailarines

A continuación, se presentan los resultados de cada una de las preguntas que hacen parte de la encuesta aplicada:

1. ¿Se siente cómodo realizando su práctica artística en la Carrera Séptima?



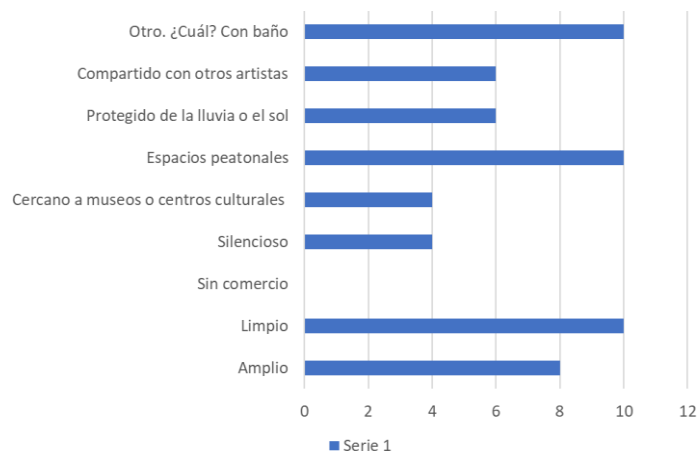
2. ¿Cree usted que su espacio artístico se ve limitado por las dinámicas comerciales de la Carrera Séptima?



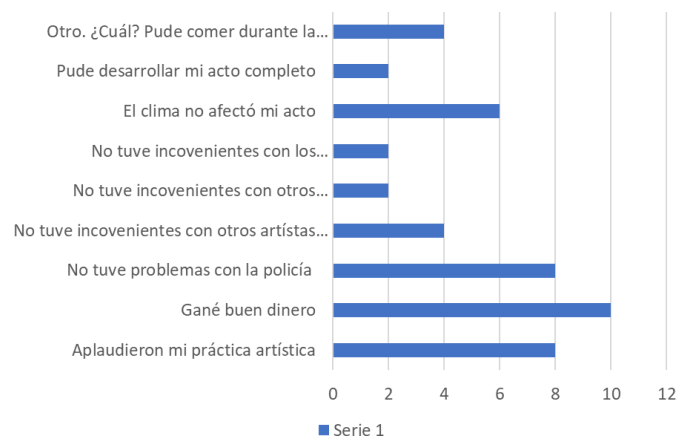
3. ¿Cómo se ve afectado? (puede marcar varias opciones)



4. ¿Cómo describiría el espacio público ideal para realizar su práctica artística? (puede marcar varias opciones)



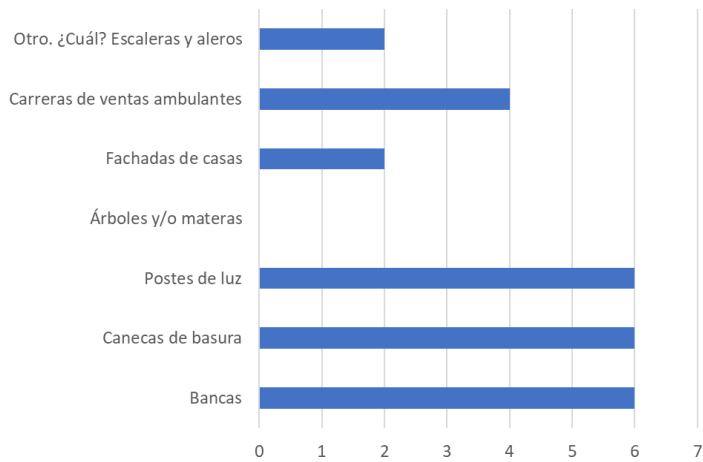
5. ¿Cómo define usted un buen día de trabajo? (puede marcar varias opciones)



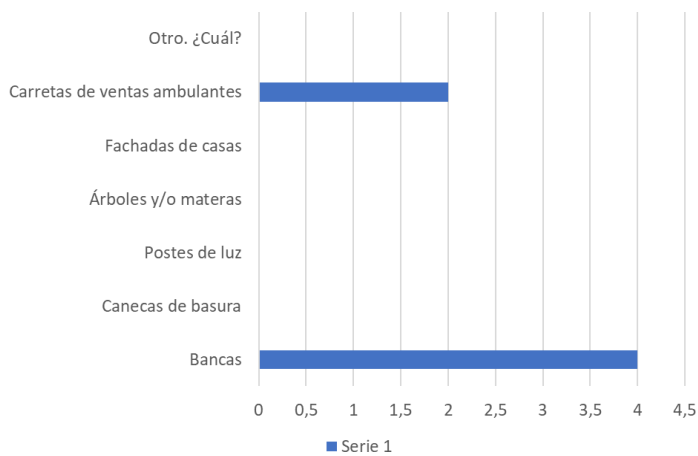
6. Si usted pudiera elegir un espacio en la Carrera Séptima para presentar su práctica artística, ¿cuál elegiría?



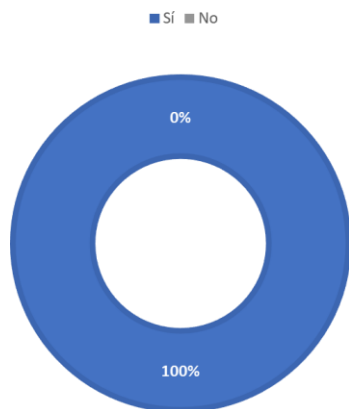
7. ¿Qué elementos del espacio público favorecen su acto? (puede marcar varias opciones)



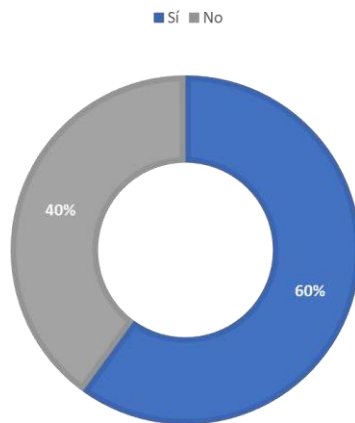
8. ¿Qué elementos del espacio público perjudican su acto? (puede marcar varias opciones)



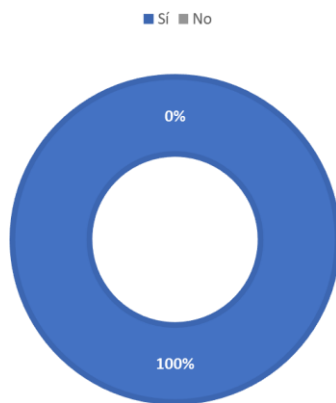
9. ¿Conoce usted a los artistas del espacio público que realizan su práctica artística cerca a la suya?



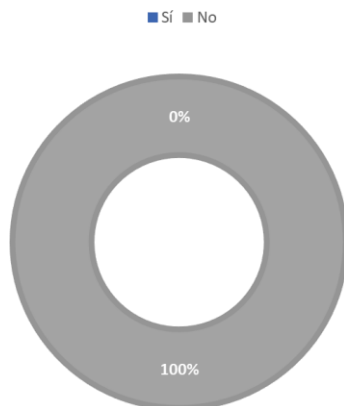
10. ¿Considera usted que las entidades distritales apoyan su práctica artística?



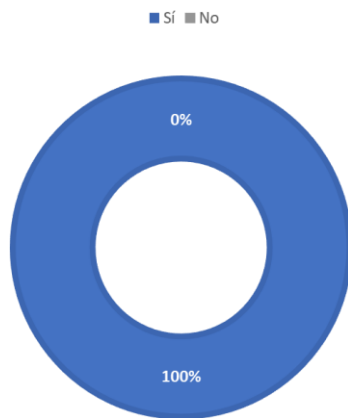
11. ¿Usted hace parte de la *Regulación de Actividades Artísticas del Espacio Público* de la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte y el Idartes?



12. ¿Cree usted que la ciudadanía valora su práctica artística?



13. ¿Estaría usted dispuesto a participar una vez al mes en un festival de artistas del espacio público, desplazándose para realizar su práctica artística, por ejemplo, en la Calle 10?



Respecto a las encuestas aplicadas se pudo concluir lo siguiente:

- El artista del espacio público no se siente valorado por la ciudadanía; su acto muchas veces pasa indiferente y se vuelve un elemento más del paisaje urbano. De ahí se hace necesario darle al artista un espacio apto para que los transeúntes disfruten de su práctica artística como un elemento cargado de un mensaje que aporta al entorno. Asimismo, garantizar el disfrute de su práctica en calidad de espectáculo.
- Si bien los artistas del espacio público respondieron que sí conocen a sus vecinos, este es nuestro punto de partida para que se logre consolidar una comunidad y construir redes.
- Es importante que el espacio sea peatonal ya que garantiza y democratiza que la mayoría de la población pueda tener acceso a él y a las actividades que allí se desarrollan.
- Las respuestas frente a lo que los artistas del espacio público definen como *un buen día de trabajo* fueron insumos fundamentales para la formulación del proyecto y el diseño del circuito.

Antecedentes

La que en tiempos coloniales fuera conocida como la *Calle Real*, paso obligado y a la vez distinguido de múltiples personalidades, comercios y manifestaciones, hoy día ya descolonizados, sigue siendo una de las vías más importantes de la ciudad. Y es que la Carrera Séptima es el espacio de ocio del peatón bogotano.

Para el desarrollo del presente trabajo, se tomaron como antecedentes dos sucesos de los cuales devienen las dinámicas socioculturales que presenta la Carrera Séptima en tiempos actuales. Por un

lado, lo que a la fecha se sigue conociendo como el *septimazo*, a pesar de haber desaparecido hace unos años, y, por otro lado, el causante en parte de su desaparición, es decir, el proceso de peatonalización de la Carrera Séptima, entre Calles 10 y 26. Por último, se analizará el fenómeno de la gratuidad de los museos, presente el último domingo de cada mes.

El *Septimazo* de Bogotá

Así las cosas, se empieza este recorrido por las diferentes interpretaciones que, a lo largo de sus cinco siglos de existencia, ha tenido la Carrera Séptima. El popular *septimazo* surge como idea en contra del sedentarismo al que el hombre contemporáneo ciudadano se ve sometido debido a su ritmo de trabajo. En este sentido, desde la década de los años 80's el corredor vial de la Carrera Séptima poco a poco se fue llenando de comercio, entre el cual se distinguían ventas ambulantes de comidas rápidas, así como de bebidas procedentes de los rincones del país. Sumándose a la oferta gastronómica, los comerciantes de todo tipo artilugios hacían presencia en la zona, ofreciendo *cachivaches* de todos los precios. Con todo en mente, poco a poco los andenes de la Carrera Séptima se fueron convirtiendo en pasajes comerciales improvisados, donde los transeúntes solían caminar en búsqueda de lo que se necesitara, tanto para el hogar, como para la propia cotidianidad.

No fue sino hasta la primera alcaldía de Antanas Mockus, en 1995, que una vez al mes, el corredor vial era cerrado y puesto al servicio de los peatones para fomentar el uso del espacio público como escenario para el desarrollo de la vida social, artística y cultural. En este orden de ideas, ve la luz el popular *septimazo*: la Carrera Séptima se llenaba de bandas de colegios oficiales, porristas, comparsas y se convertía por unas horas en un corredor de arte y cultura.

Ante la popularidad del evento, el alcalde Luis Enrique Garzón, en el año 2005, apostando tanto al comercio informal, como al arte callejero, le da vida al *septimazo* de los viernes. Así las cosas, desde el año 2005 y hasta el año 2011, el último día hábil de la semana, entre las 5:00 pm y las 10:00 pm, la Carrera Séptima entre la Plaza de Bolívar y la Calle 26 se cerrada al paso vehicular para que los transeúntes de todas las esferas sociales (universitarios, colegiales, oficinistas, niños, viejos y turistas) tuvieran la oportunidad de consumir espectáculos callejeros ofrecidos por malabaristas, tragadores de vidrio y fuego, estatuas vivas, mimos, cirqueros y demás actos realizados por los artistas del espacio público.

A primera vista, el *septimazo* se ofrece como un espectáculo de situaciones excepcionales, incluso extravagantes: un hombre ciego sentado en un banco murmulla una canción del pacífico, a su lado, unos parlantes de 2 metros amplifican la voz de una mujer negra que canta salsa y baila alborotada en la mitad de la calle; más allá, un grupo de curiosos se reúnen alrededor de un cuy para adivinar en cuál de las doce jaulas que lo rodean se va a resguardar el roedor; más acá, un vendedor de chontaduros atiende a cuatro personas a la vez, mientras que, justo atrás de él, varios jóvenes hacen fila para patear una pelota de microfútbol en dirección de unas latas organizadas en forma de pirámide (EL TIEMPO, 2008).

La Peatonalización de la Carrera Séptima

Aunque el tramo comprendido entre la Calle 11 y la Calle 7 de la carrera séptima fue peatonalizado hace muchos años atrás, dada su cercanía al Capitolio Nacional y al Palacio de Nariño, no fue sino hasta el año 2012 que se puso en marcha la fase I de la peatonalización de la Carrera Séptima entre la Plaza de Bolívar y la Calle 19.

Bogotá, desde hace mucho tiempo, merecía una calle por donde la gente pudiera transitar libremente sin tener que tolerar las incomodidades del pesado tráfico vehicular. Los altos niveles de ruido, contaminación, estrés, inseguridad, desorganización y una baja cultura ciudadana son hechos recurrentes en las principales vías de la ciudad. Por eso, que la ciudad tenga una vía que le dé más importancia al peatón y al ciclista que a los automotores y tenga un sistema circular de transporte amable y gratuito, no dependiente de los afanes de la vida moderna, es una apuesta atractiva y arriesgada para una ciudad que tiene la calidad de vida bien embolatada (Barón, 2012).

Para el año 2015 se dio luz verde al inicio de la fase II de la peatonalización: esta debía ser entregada en el año 2017, donde quedaría al servicio de transeúntes y comerciantes los tramos comprendidos entre la Avenida Jiménez y la Calle 26. Sin embargo, no fue sino hasta el año 2020 que las obras concluyeron y se le hizo entrega a la ciudadanía de un espacio renovado en su mobiliario urbano y en su espacio público. Es por ello que, desde su inauguración y hasta la fecha, la Carrera Séptima entre la Plaza de Bolívar y la Calle 26 se fue convirtiendo en un gran corredor artístico y cultural, con presencia de representantes de diversos actos que hacen parte ya del patrimonio cultural popular, entre los que se destacan: bailarines, cantantes, dibujantes y caricaturistas, pintores de aerosol y de óleo, fotógrafos, estatuas vivas, artistas circenses, titiriteros, mimos y performers, entre otros.

Así las cosas, el uso del espacio público como escenario para el arte y la cultura ha generado, como cualquier fenómeno, diferentes tipos de reacciones. El *septimazo* se convirtió en algo más parecido a un enorme mercado persa que a un paseo peatonal, artístico o ciclístico. Hay desde ropa a bajo precio o de segunda, hasta todo tipo de cachivaches y alimentos. La invasión del espacio público ha llegado a tal punto en algunos sectores que los peatones terminan caminando sobre la ciclorruta y los ciclistas andan a pie con su bicicleta (EL TIEMPO, 2020).

En suma, el uso actual del espacio público de la Carrera Séptima, como consecuencia de las dinámicas de lo que fue en su tiempo el *septimazo*, es hoy día para muchos de los transeúntes la oportunidad de disfrutar de tiempo de esparcimiento y ocio con familiares y amigos, a la vez que pueden consumir espectáculos artísticos realizados por los artistas callejeros; sin embargo, no es posible dejar de lado el caos que poco a poco se ha apoderado de esta vía de gran importancia para la ciudad y para el centro de Bogotá.

Gratuidad de los Museos

Para cerrar el abanico de antecedentes que sirvieron como insumo para la formulación del proyecto *Circuito Artístico y Cultural Calle 10*, se trae a colación una actividad que desde el año 2010 ofrecen más de 35 museos en toda Bogotá: con el ánimo de fomentar la asistencia y el consumo de cultura, el distrito implementó un programa a través del cual, el último domingo de cada mes, los museos de la ciudad son gratuitos y ofrecen descuentos para sus asistentes.

Como parte de la solución propuesta para resolver el problema cultural identificado, se contempla el uso de espacios alternativos y continuos a la Carrera Séptima como escenarios que puedan trabajar en función de descongestionar el ya muy sobrecargado corredor de la Carrera Séptima.

En este sentido, se realizaron varias jornadas de trabajo de campo con el objetivo de observar y contemplar las dinámicas de lo que sucede durante el último domingo de cada mes, día de la gratuidad de los museos. Lo anterior, dado que la asistencia de la ciudadanía a este tipo de actividades artísticas puede trabajar en perfecta sincronía con el desarrollo del circuito artístico y cultural que se propone dentro de los objetivos específicos del proyecto. Garantizar un alto flujo de peatones y público consumidor de arte y cultura se traducirá en parte del éxito del proyecto.

A continuación, se presentan algunas de las fotografías tomadas durante las salidas de campo en las que se puede observar el alto consumo artístico y cultural por parte de la ciudadanía, además de turistas, el día de la gratuidad de los museos:



⁷ Instituto Caro y Cuervo - Calle 10 No. 4 - 69

⁸ Museo de Bogotá (Casa de los Siete Balcones) - Calle 10 No. 3 - 61



9



10



11

Estado del Arte

Tras realizar una breve investigación, se identificó que en otras ciudades del mundo, tanto latinoamericanas, como europeas, existen hoy en día regulaciones, planes o programas a través de los cuales se reconoce la labor de los artistas del espacio público.

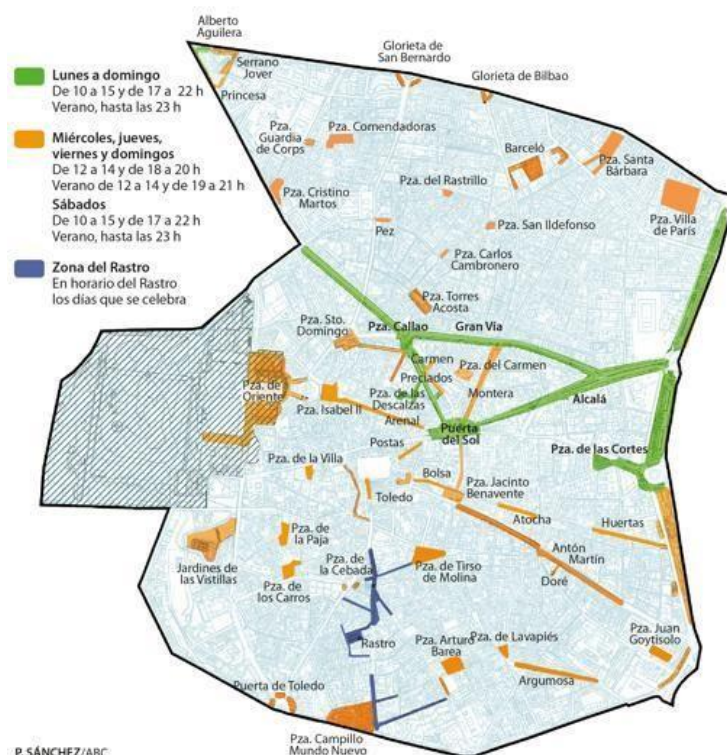
Entre los ejemplos más significativos está el de las *Zonas de Protección Acústica y Ambiental de Madrid* (España): a través de esta regulación se priorizaron zonas y horarios para que los músicos del espacio público realicen su práctica artística de forma organizada y la ciudadanía pueda disfrutar de sus presentaciones. El mapa interactivo se puede consultar en el siguiente enlace: <https://www.acorp.org/>.

⁹ Teatro Colón - Calle 10 No. 5 - 32

¹⁰ Calle 10 entre Carrera 5 y 6

¹¹ Museo de la Independencia, Casa del Florero - Carrera 7 No. 11 - 28

Lugares delimitados para la música en la calle



12

Como parte de esta regulación, los artistas deben garantizar un uso responsable del espacio público, siguiendo algunos lineamientos establecidos por el Ayuntamiento de Madrid, entre los cuales figuran: i) tiempo máximo que un músico puede permanecer en el espacio público; ii) la distancia mínima entre los artistas debe ser de 75 metros; iii) los artistas deben respetar el acceso a las viviendas, los locales comerciales y las salidas de emergencia, evitando ubicarse en esos espacios; iv) los artistas deben respetar el espacio de tránsito peatonal; v) los artistas no podrán ubicarse cerca de residencias para adultos mayores, centros sanitarios con hospitalización o servicios de urgencias.

Algunos de los artistas que hacen parte de esta regulación son Moe el Tubero¹³ y Flor Goldstein, una artista interdisciplinaria de nacionalidad argentina que, tras haber recorrido diferentes escenarios en países como Uruguay, Estados Unidos, Francia y España, decidió escoger como escenario las calles de Madrid, acogiendo esta regulación. Toca la flauta dulce, el piano y el violín, aunque hoy en día se dedica al saxofón, dice que “el saxo es su voz”. Con todas sus experiencias en el espacio público escribió un libro que tituló *Instantáneas Callejeras*: ahí cuenta cómo los músicos callejeros tienen una función importante que es la de acercar el arte a cualquier ciudadano del común, incluso a esas personas que no han tenido la oportunidad de disfrutar del arte en un escenario convencional. Para

¹² https://www.abc.es/espana/madrid/abci-carmena-restringio-35-calles-centro-musicos-callejeros-antes-dejar-cibeles-201906200049_noticia.html

¹³ https://www.youtube.com/watch?v=fmLs_W0FQ-M&feature=emb_title

ella, la calle es el escenario más abierto y democrático en el que se puede compartir la música, pero también permite compartir cualquier otra expresión artística como la pintura, el teatro o el baile.

Además del ejemplo presentado anteriormente, en París (Francia) se encuentra la *Place du Tertre*, un espacio público famoso y reconocido por los retratistas y pintores que exponen y pintan sus obras al aire libre. Es uno de los lugares más emblemáticos de Montmartre y una de las principales atracciones turísticas de París.



14



15

En Latinoamérica también es posible encontrar algunos ejemplos de regulaciones y normativas que han dirigido su atención a los artistas del espacio público: México, Chile, y Colombia.

El pasado 9 de junio de 2021, se aprobó en Ciudad de México el *Programa de Artistas Urbanos*, un proyecto que desde agosto del año pasado se trabajó de manera articulada entre el Instituto Municipal de Arte y Cultura - IMACP, la Secretaría de Gobernación Municipal y la Comisión de Turismo, Arte y Cultura del Ayuntamiento, con el fin de regular la actividad realizada por los artistas urbano que desarrollan sus prácticas en el espacio público. Sin embargo, este programa ha desatado polémica entre los artistas de la ciudad debido a que estableció el pago de una cuota diaria de 37.45 pesos mexicanos.

De manera similar, los artistas callejeros de Chile cuentan con la *Regulación para la exhibición y ejecución de prácticas artísticas en los bienes nacionales de uso público*. Esta iniciativa fue el primer paso hacia la dignificación de la labor de los artistas callejeros; hoy en día, los artistas callejeros han consolidado su propia red de trabajo y apoyo: la *Asociación de Artistas Callejeros Unidos*. La organización ha convocado hasta el momento a más de 400 trabajadores y trabajadoras de las artes, quienes representan a más de 5 mil familias en todo el país.

Finalmente, en el 2018, la Alcaldía de Bogotá, a través de la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte - SCR D y el Instituto Distrital de las Artes - Idartes, implementó la *Regulación de Actividades Artísticas en el Espacio Público*, delimitando zonas priorizadas para la realización de estas prácticas,

¹⁴ <https://www.parisladouce.com/2019/10/paris-place-du-tertre-montmartre.html>

¹⁵ <https://www.parisladouce.com/2019/10/paris-place-du-tertre-montmartre.html>

con el fin de que estas se desarrollen de manera organizada, democrática y segura, generando un valor turístico y cultural a la capital.

A partir de la implementación de esta regulación, las estatuas vivas, los bailarines, los cantantes, los dibujantes, los pintores, y otros artistas que usan la calle como escenario, han contado con un permiso para realizar su actividad en el espacio público, sin tener inconvenientes con las autoridades en las zonas habilitadas para ello.

La regulación se construyó con base en la caracterización de las actividades artísticas permitidas en el espacio público, y la clasificación de las mismas, según el nivel de impacto que generan en el entorno. Adicionalmente, se estableció el proceso de registro, verificación y solicitud de permisos de los artistas, labor que está a cargo del Idartes, como entidad gestora de la actividad, de acuerdo con el marco de aprovechamiento económico del espacio público del Distrito Capital.

Esta iniciativa tiene como objetivo lograr una armonía entre artistas, ciudadanía y entorno, facilitando la convivencia y el sentido de pertenencia por el espacio público.

Justificación

El espacio público, más que un conjunto de lugares de libre acceso, es un escenario en potencia en el que se desarrollan diversas formas de vínculos sociales, entre ellas las dinámicas artísticas y culturales. Estas tienen la capacidad de incidir de forma positiva o negativa en el territorio en el que son ejecutadas. De igual forma, los artistas del espacio público logran impactar con sus actividades y expresiones artísticas a su público. Pero, ¿qué pasa si el lugar donde realizan su actividad carece de las condiciones necesarias para que ese impacto sea recibido de manera positiva por el espectador? El mensaje podría verse truncado y el acto *per se* quedaría sin insumos, convirtiéndose simplemente en una forma más de recurrir a la caridad del público.

Ángela Giglia, en su libro *El Habitar y La Cultura*, hace referencia a la relación de los individuos con el espacio en el que habitan, describiéndolo como un proceso continuo de interpretación, modificación y simbolización del entorno, humanizándolo y transformándolo en un lugar moldeado por la intervención cultural. Así las cosas, según Giglia, esta relación y/o proceso es lo que se puede definir como *habitar*. Habitar entonces tiene que ver con la manera en cómo la cultura se manifiesta en el espacio, haciéndose presente mediante la intervención humana. En este sentido, los artistas del espacio público inciden en el habitar con su performance, pues su acto permite la reinterpretación del uso del espacio por medio de una constante carga de símbolos sobre él. Símbolos que se codifican en mensajes, y mensajes que, a su vez, son leídos por todos aquellos transeúntes del espacio público. Desafortunadamente, estos mensajes que pretenden generar goce son interferidos por el contexto y sus actores, cargando de connotaciones negativas a la simbología del performance. Para el caso de los artistas del espacio público, estos mensajes pueden influir sobre la calificación que hacen los transeúntes respecto a su práctica. Diferentes factores del entorno, tales como el ruido, la

contaminación, las condiciones de limpieza, la sobreoferta de comercio informal y la seguridad de lo que se vuelve por determinado tiempo un “escenario” influyen de manera directa en la forma en cómo los transeúntes que, para el caso en particular, se pueden denominar público, consumen el performance del artista.

Así pues, si el artista corre con suerte y su público no tiene afán, si en ese preciso momento los ánimos de los comerciantes informales están en relativa calma, y si las condiciones del lugar en cuanto a limpieza son favorables, puede que el acto del artista sea apreciado y valorado por su público, lo que a su vez se traduce en una ganancia económica relevante para el artista. Sin embargo, basar la calidad del artista, el aprecio que su acto pueda despertar en el público, el nivel de recordación que pueda generar y, por supuesto, su ganancia económica, en las malas condiciones que el contexto propicia, sería limitar la potencia y el alcance de su práctica artística.

En este sentido, se hace relevante la búsqueda de espacios alternativos, que puedan hacer de escenarios paralelos para que los artistas del espacio público de la Carrera Séptima en Bogotá, puedan hacer uso de los mismos, garantizándoles, no solo las condiciones adecuadas en cuanto a limpieza, orden y contaminación auditiva y visual, sino también, generando un entorno adecuado para que el artista del espacio público se sienta cómodo al momento de ejecutar su práctica, de tal manera que pueda ser realmente apreciado por los transeúntes.

Por lo tanto, el proyecto *Circuito Artístico y Cultural Calle 10* tiene como fin propiciar un espacio físico temporal para que el artista del espacio público cuente con un entorno que le garantice y proporcione las condiciones adecuadas para desarrollar su acto. Entiéndase *desarrollar su acto* como la suma de varias acciones, entre ellas: i) contar con un lugar en el que el artista del espacio público pueda hacer promoción de su práctica; ii) generar un impacto positivo a su público con ánimos de producir recordación y satisfacción; iii) entrar en sincronía y diálogo con otros artistas del espacio público; iv) hacer parte de una programación cultural que le garantice afluencia de personas y un ingreso económico por el tiempo que realiza su práctica. Así mismo, que los artistas cuenten con acceso a un baño cercano, hidratación, alimentación y un pago fijo asegurado por su jornada de trabajo.

Con todo en mente, el proyecto *Circuito Artístico y Cultural Calle 10* propone dignificar el acto del artista del espacio público, por medio de la promoción de otros espacios públicos fuera de la Carrera Séptima, con el objetivo de que puedan funcionar como escenarios alternativos, generando un corredor cultural que sea lo suficientemente representativo para la oferta y el consumo de servicios artísticos y culturales.

Objetivo General

Propiciar escenarios de circulación para los artistas del espacio público en los que se garantice el disfrute de su práctica.

Objetivos Específicos

1. Diseñar un circuito artístico y cultural en el espacio público que dignifique la labor del artista.
2. Generar la estrategia de alianzas institucionales requeridas para la sostenibilidad del circuito artístico y cultural.
3. Integrar mínimo a un representante de las diferentes prácticas artísticas en la programación del circuito artístico y cultural.

Marco Teórico

El proyecto *Circuito Artístico y Cultural Calle 10* se fundamenta en tres conceptos fundamentales en los que está enmarcada la teoría del mismo. En primer lugar, el concepto de espacio público como escenario artístico y cultural; en segundo lugar, el concepto de artistas del espacio público; por último, el concepto de relaciones sociales en el espacio público.

Así pues, el espacio público como escenario artístico y cultural es la piedra angular del proyecto. Dentro de él tienen cabida los protagonistas de esta historia: los artistas del espacio público. Como es sabido, la cultura es un símbolo de identificación de un país, de una ciudad, de un pueblo o de una comunidad; cultura que se manifiesta en determinados sitios o momentos, conformados por diversas actividades que atraen desde nativos, hasta turistas, sin importar su género, su color de piel o su nivel económico (Ubaté, 2016). En este sentido, el corredor cultural de la Carrera Séptima, entre la Plaza de Bolívar y la Calle 26, es el sitio donde convergen las diferentes representaciones del patrimonio cultural local.

En tiempos actuales, este gran escenario es una colcha humana de oferta y demanda de bienes y servicios culturales y artísticos que se ha ido formando orgánicamente. Sus dinámicas, entre las cuales están presentes las diferentes relaciones sociales que se llevan a cabo, han formado un ecosistema artístico y cultural polisémico. Así las cosas, desde la informalidad, así como desde la apología a la cultura popular y la herencia, la Carrera Séptima terminó convertida en un gran pasaje cultural. El programa *El Paseo Real, un escenario libre de intercambio cultural en la carrera séptima* está orientado a generar mejores condiciones y oportunidades para el ejercicio de las libertades desde la creatividad, la diversidad cultural, el diálogo intercultural y de saberes, a través del fortalecimiento y la visibilización de los procesos y actividades que cotidianamente diversos actores desarrollan sobre el corredor peatonal de la Carrera Séptima como escenario natural y cotidiano. La Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte - SCRD pretende garantizar el ejercicio de los derechos culturales y recreativos de la ciudadanía a través de actividades para vivir, disfrutar y transitar este territorio dinámica y alternativamente (SCRD, s.f.).

En cuanto al segundo concepto, el Instituto Distrital de las Artes - Idartes define al artista del espacio público como aquella persona que, a través de su actividad en el espacio público, permite revitalizar,

recuperar, generar espacios para la reflexión y participación ciudadana, fortalecer el sentido de pertenencia y apropiación del arte en los lugares donde desarrollan su actividad, para el disfrute de todos los ciudadanos. Las actividades artísticas en el entorno urbano generan una aproximación espontánea del transeúnte hacia la ciudad, a través de experiencias únicas y emotivas que promueven cambios y comportamientos culturales y permiten la transformación tanto física como social del territorio (Idartes, s.f.).

Así pues, como se ha expresado a lo largo del presente documento, el proyecto *Circuito Artístico y Cultural Calle 10* entiende y define al artista del espacio público como un agente social de cambio en su espacio, debido a que, desde su práctica artística y desde su habitar, está en constante diálogo y afectación de su territorio, modificándolo a través de relaciones culturales. Angela Giglia, en su libro *El Habitar y la Cultura*, expone que la cultura nos permite vincularnos a la realidad, a nuestro alrededor y, además, existir como sujetos conscientes de nosotros mismos, con memorias y proyectos; estudiar el habitar no es más que otra forma de pensar lo cultural en cuanto facultad humana elemental. Por tanto, el habitar le parece sinónimo de relación con el mundo, ya que es una acepción más operativa y comprensiva de un conjunto de fenómenos socioespaciales relacionados entre sí (Giglia, 2012).

En lo concerniente a las relaciones sociales en el espacio público, dentro del desarrollo del presente proyecto, se identificaron tres diferentes actores. En primer lugar, los artistas del espacio público que serán categorizados como ocupantes del territorio; en segundo lugar, los transeúntes que más adelante serán categorizados como visitantes del territorio; por último, las entidades distritales que tienen la responsabilidad de democratizar el espacio público. En este sentido, la sinergia más importante es la que se da entre los artistas y su público. Carolina Stubbe define el espacio público como el escenario de expresión de la vida urbana: lo compone el entorno físico donde están concentradas todas las áreas que son utilizadas por el habitante de la ciudad, como calles, parques, plazas, jardines, autopistas y todas las vías de entrada y salida de la urbe (Stubbe, 2021). Así pues, se establece un significado entre el arte del espacio público y la vida urbana.

Después de haber definido al artista del espacio público como un agente social, transformador de su territorio, se puede definir entonces que su territorio es la propia vida urbana y las múltiples interacciones que en ella se desarrollan; es en este punto que deviene la sinergia mencionada en párrafos anteriores. Como parte de esta sinergia se identifican tres diferentes actores: los visitantes, los ocupantes y los transeúntes. Martha Cecilia Cedeño, en su tesis doctoral, define a cada uno de estos perfiles de la siguiente manera: los visitantes son aquellas personas que acuden al espacio público esporádicamente y sin una continuidad aparente; los ocupantes son aquellas personas cuya frecuentación y actividad es reiterativa y visible durante mucho tiempo; los transeúntes, son aquellas personas que no ocupan o visitan el lugar, solo lo transitan como vía para llegar a su destino (Cedeño, 2005).

Así pues, para el proyecto se definen como ocupantes a los artistas del espacio público, como visitantes se puede categorizar al público espectador y, finalmente, como transeúntes se califican a

todas las personas que a lo largo de la relación tiempo-espacio, hacen uso del corredor peatonal de la Carrera Séptima, únicamente con el propósito de movilizarse de un punto A a un punto B, sin consumir la oferta artística y cultural del territorio.

Por último, en términos de entidades distritales, sobre las que recae la responsabilidad de gestionar el uso del espacio público para fines artísticos y culturales, se identificaron el Instituto Distrital de las Artes - Idartes, la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte - SCRCD y la Alcaldía Local de La Candelaria; así mismo, en relación con la administración del espacio público se identificó al Instituto de Desarrollo Urbano - IDU y al Instituto Distrital de Patrimonio Cultural - IDPC, como entidad responsable de los sectores patrimoniales, como lo es el Centro Histórico. El artista, para desarrollar su actividad, usa el espacio público a cargo de las entidades distritales administradoras y gestoras que tienen potestad sobre el mismo, así como las demás autoridades que, por competencia, tienen asignada tal función. Estas tienen el reto de lograr una armonía con el entorno que se pretende abordar y con todos aquellos que van a convivir en él, de manera que se deben fomentar acciones y reglas mínimas compartidas que generen un sentido de pertenencia, que faciliten la convivencia urbana y que conduzcan al respeto del patrimonio común y al reconocimiento de los derechos y deberes ciudadanos (Idartes, s.f.).

Así las cosas, los conceptos de espacio público como escenario artístico y cultural, el artista del espacio público y las relaciones sociales del espacio público son la triada en la que se desarrolla el proyecto: *artistas, transeúntes y distrito*. Lo anterior permite hacer un desglose lógico desde las teorías de las ciencias sociales y las humanidades, generando una ruta de enlaces de causas y efectos en los que se cimenta la investigación.

Marco Referencial

Una característica primordial del espacio público es su uso común, por lo que se pueden identificar múltiples agentes que se relacionan en este escenario, ya sea a través de la gestión, la administración, la construcción, la modificación, el uso o la adecuación del mismo.

Ya en el Plan Decenal de Cultura de Bogotá 2012 – 2021 se ponía en evidencia la importancia de la interacción entre arte y espacio público. Así mismo, dentro de la gestión pública de las últimas dos administraciones, se pueden identificar acciones de fortalecimiento al arte en espacio público, a través de proyectos de inversión y metas asociadas a los Plan de Desarrollo Distritales, a cargo de la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte y de sus entidades adscritas: Instituto Distrital de las Artes - Idartes, Orquesta Filarmónica de Bogotá - OFB, Fundación Gilberto Álzate Avendaño - FUGA, Instituto Distrital de Patrimonio Cultural - IDPC e Instituto Distrital de Recreación y Deporte - IDRDR.

Además de lo anterior, en 2018 el arte en espacio público se incluyó de manera transversal tanto en la propuesta del nuevo Plan de Ordenamiento Territorial, como en la Política Pública Distrital de Espacio

Público. En el POT, se propusieron instrumentos para la flexibilización de usos del suelo, figuras para la administración y el aprovechamiento económico del espacio público, así como la inclusión de las Áreas de Desarrollo Naranja - ADN, a partir de las vocaciones artísticas y culturales identificadas en diversas zonas de la ciudad. En cuanto a la Política Pública Distrital de Espacio Público se reconocieron las transformaciones culturales, las actividades y las intervenciones artísticas como factores que soportan la recuperación y sostenibilidad del espacio público.

Marco Jurídico

- **Ley 397 de 1997** “Por la cual se desarrollan los Artículos 70, 71 y 72 y demás Artículos concordantes de la Constitución Política y se dictan normas sobre patrimonio cultural, fomentos y estímulos a la cultura, se crea el Ministerio de la Cultura y se trasladan algunas dependencias”.
- **Política Pública Distrital de Espacio Público (2019 - 2038) CONPES 06 de 2019**

La Política Pública Distrital de Espacio Público es el mecanismo del Distrito Capital para la toma de decisiones y para responder a las necesidades de la sociedad, contrarrestando los conflictos que se manifiestan en el espacio público. Esta política, medio para modificar los comportamientos y las reglas de juego del espacio público, promueve la comprensión integral del espacio público desde los ámbitos de **soporte**, con sus componentes físico espacial y ambiental; de **uso**, con sus componentes económico, social y cultural; de **gobernanza**, con sus componentes legal, institucional y de gestión. Lo anterior permitirá desarrollar e implementar directrices para las líneas de acción de generación, recuperación y sostenibilidad del espacio público.

El objetivo de esta política es “aumentar la oferta cuantitativa y cualitativa de espacio público de Bogotá, garantizando su uso, goce y disfrute con acceso universal y la igualdad de oportunidades para toda la ciudadanía, reforzando su carácter estructurante como configurador del territorio y su valoración ciudadana, con la implementación de acciones en las líneas de acción de Generación, Recuperación y Sostenibilidad”.

- **Decreto 555 de 2021** “Por el cual se adopta la revisión general del Plan de Ordenamiento Territorial de Bogotá D.C.”.

El Plan de Ordenamiento Territorial - POT representa una oportunidad para definir la hoja de ruta para el desarrollo de Bogotá de aquí al 2035, en la medida que determina el enfoque hacia el cual va el territorio, de qué manera se transforma y cuáles son los proyectos necesarios para lograr las transformaciones o reivindicaciones del Distrito Capital. Lo anterior se concreta por medio de la

reglamentación del régimen de usos, los instrumentos de financiación y gestión del suelo, y las determinantes de la conservación y protección del medio ambiente y la gestión del riesgo, entre otros.

- **Decreto 552 de 2018** “Por medio del cual se establece el Marco Regulatorio del Aprovechamiento Económico del Espacio Público en el Distrito Capital de Bogotá y se dictan otras disposiciones”.

Este Decreto Distrital tiene como objetivo adoptar el *marco regulatorio del aprovechamiento económico del espacio público* para el Distrito Capital, así como de definir las actividades permitidas.

Artículo 8. Actividades susceptibles de aprovechamiento económico permitidas en el espacio público:

| | |
|-----------------------------|---|
| Artistas en espacio público | <p>Ocupación temporal del espacio público para realizar una práctica artística por parte de aquellas personas naturales o agrupaciones (máximo 3 personas) cuya actividad principal es crear, recrear o impulsar manifestaciones artísticas que circulan de forma regular en el espacio público, con lo cual generan un valor cultural agregado al espacio urbano y en contraprestación pueden recibir una retribución económica, sin que medie boletería, derecho de asistencia, ni publicidad.</p> <p>Aun cuando los artistas hacen uso de elementos para llevar a cabo la práctica artística estos mismos son retirados inmediatamente finaliza la labor.</p> <p>Dentro de esta tipología se encuentran artistas que trabajan con elementos propios de la música, la literatura, la danza, el teatro, el circo, las artes plásticas y la fotografía.</p> |
|-----------------------------|---|

- **Decreto 280 de 2020** “Por medio del cual se declaran, reconocen y delimitan Áreas de Desarrollo Naranja - Distrito Creativos en Bogotá D.C.”

Este Decreto Distrital tiene por objeto la declaratoria y delimitación de Áreas de Desarrollo Naranja - ADN en el Distrito Capital.

Artículo 1. Declaratoria de Áreas de Desarrollo Naranja - Distritos Creativos: “(...) 1. Área de Desarrollo Naranja Centro (Candelaria - Santa Fe) - Distrito Creativo (...)”.

Artículo 3. Delimitación de las Áreas de Desarrollo Naranja:

| Nombre | Localización |
|--|---|
| ADN Centro (Candelaria – Santa Fe) - Distrito Creativo | Comprende las localidades de La Candelaria y Santa Fe, entre las calles 9 y 26, y entre las carreras séptima y tercera, ampliándose hacia el occidente entre las calles 17 y 12C, hasta la carrera décima, y por el oriente hasta la carrera primera. |

- **Resolución 088 de 2021** “Por la cual se aprueba el Plan Especial de Manejo y Protección PEMP del Centro Histórico de Bogotá, bien de interés cultural de la nación”.

El PEMP del Centro Histórico representa el compendio de normas, programas, proyectos e instrumentos que permiten la protección e integración de los patrimonios en el centro histórico de Bogotá, cualificando la calidad de vida de los residentes, usuarios y visitantes, de forma que se consolide como un lugar de memoria, identidad y diversidad en el que se congregan, habitan y dialogan distintos sectores sociales, culturales, económicos e institucionales.

Marco Institucional

En relación con las sinergias intersectoriales, para el proyecto resultan necesarias varias alianzas estratégicas: el espacio público, que es el espacio de todos, es un territorio sobre el cual cohabitan diferentes actores; así mismo, existen varias entidades distritales que tienen injerencia en este territorio, las cuales pertenecen a diferentes sectores, tales como *movilidad y gobierno* a través de los administradores de espacio público, *seguridad y convivencia*, *desarrollo económico*, *ambiente y cultura*, entre otros.

Para la formulación del proyecto *Circuito Artístico y Cultural Calle 10* resultó indispensable el diálogo con la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte - SCRD y con el Idartes, como entidades gestoras y responsables de la *Regulación de Actividades Artísticas en el Espacio Público*. Adicionalmente, la Alcaldía Local de la Candelaria resultó ser un aliado estratégico para el proyecto, no solo por su competencia territorial, sino como apoyo logístico para el mismo.

En cuanto a las gestiones, los trámites y las autorizaciones para hacer uso del espacio público de la Calle 10, resulta necesario adelantar el trámite ante el Instituto de Desarrollo Urbano - IDU, como administrador del espacio público, y ante el Instituto Distrital de Patrimonio Cultural - IDPC, como entidad responsable de los planes, programas, proyectos, actividades y acciones que se ejecuten en el Centro Histórico de Bogotá.

Finalmente, en el proceso de formulación del proyecto se identificó la necesidad de articular acciones y estrategias con los museos y las instituciones y organizaciones artísticas y culturales ubicadas a lo

largo de la Calle 10, tales como el Museo de Bogotá y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño - FUGA.

El proyecto *Circuito Artístico y Cultural Calle 10* se formuló como una estrategia en el marco de la reactivación económica del sector.

Metodología

Para el desarrollo metodológico del proyecto se optó por la opción del marco lógico, ya que este modelo facilita los procesos de gestión de proyectos culturales, abarcando la conceptualización, el diseño, la planificación, la ejecución y la evaluación del proyecto formulado. Mediante la concertación de acciones estratégicas tales como el análisis de los involucrados, el análisis de los problemas, el análisis de los objetivos, el análisis de alternativas, la estructura analítica del proyecto, la matriz de marco lógico y la evaluación de resultados, se pudo dar un orden orientado al cumplimiento de los objetivos y a la formulación de acciones para el alcance de los mismos.

En primer lugar, se construyó el mapa de actores sociales, con el objetivo de identificar a las personas y organizaciones que pueden ser importantes para el desarrollo del proyecto. Dentro de este mapa de actores se identificaron los siguientes prospectos:

- Artistas del espacio público
- Transeúntes y visitantes
- Entidades distritales
- Comercio informal

La identificación corresponde a las características según el grado de interés y de influencia que tienen los actores en el desarrollo de la propuesta:

- Actores que podrían verse beneficiados por la propuesta de solución a la problemática identificada.
- Actores que son necesarios para la implementación de la propuesta.
- Actores que poseen información, experiencia, y recursos necesarios para implementar la propuesta.
- Actores que consideran que tienen derecho a estar involucrados en las decisiones relacionadas con la propuesta.
- Actores que no están siendo directamente afectados por la implementación de la propuesta, pero que podrían tener un interés en ella.

- Actores que no son necesarios para la implementación de la propuesta, pero sí tienen algún grado de afectación sobre otros.

Así las cosas, se realizó la siguiente agrupación de intereses e influencias, según cada perfil de actor:

Artistas del espacio público:

- Actores que podrían verse beneficiados por la propuesta de solución a la problemática identificada.
- Actores que son necesarios para la implementación de la propuesta.
- Actores que poseen información, experiencia, y recursos necesarios para implementar la propuesta.

Transeúntes y visitantes:

- Actores que no están siendo directamente afectados por la implementación de la propuesta, pero que podrían tener un interés en ella.
- Actores que no son necesarios para la implementación de la propuesta, pero sí tienen algún grado de afectación sobre otros.

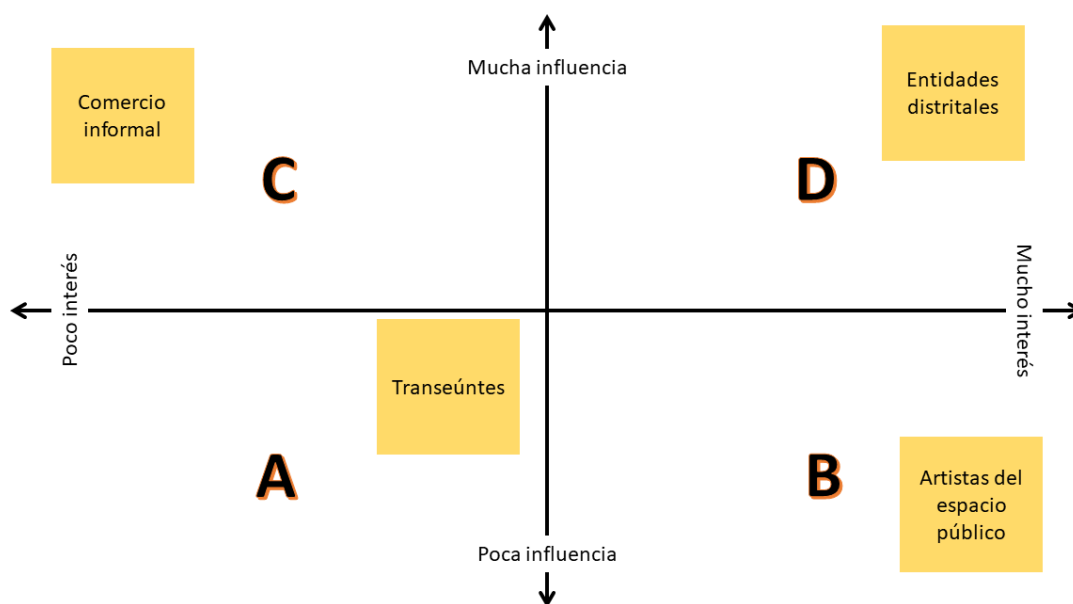
Entidades distritales:

- Actores que poseen información, experiencia y recursos necesarios para implementar la propuesta.
- Actores que consideran que tienen derecho a estar involucrados en las decisiones relacionadas con la propuesta.
- Actores que son necesarios para la implementación de la propuesta.

Comercio informal:

- Actores que no están siendo directamente afectados por la implementación de la propuesta, pero que podrían tener un interés en ella.
- Actores que no son necesarios para la implementación de la propuesta, pero sí tienen algún grado de afectación sobre otros.

Seguido a esto se generó el mapa de interés e influencia con el objetivo de categorizar el grado de relevancia de cada uno de los actores identificados en el territorio.



A manera de conclusión, el proceso de aplicación de la metodología desarrollada permitió clasificar en orden de influencia los actores más relevantes. Así mismo, únicamente a estos se les aplicó la herramienta de encuesta y entrevista. Adicionalmente, se sostuvo una reunión con los funcionarios y contratistas encargados del manejo de los artistas del espacio público de la Secretaría de Cultura Recreación y Deporte - SCRCD y en el Instituto Distrital de las Artes - Idartes. Por otro lado, se aplicaron encuestas a 20 artistas del espacio público.

Modelos de Gestión

Para el objetivo específico 1 “Diseñar un circuito artístico y cultural en el espacio público que dignifique la labor del artista” se formularon diferentes estrategias, priorizadas de la siguiente manera:

1. Estrategia de Gestión Cultural: Al plantearse el diseño del circuito dentro del ecosistema existente, se pretende que este sea una alternativa que visibilice el quehacer del artista, haciéndolo partícipe de un espacio iterativo que tiene una sinergia con el día de gratuidad de los museos de la zona. Así las cosas, el objeto del circuito es trabajar en concordancia con esta infraestructura cultural existente (museos, teatros, casas culturales, edificios de patrimonio, fundaciones culturales, comercio tradicional de la zona, entre otros). También se pretende potenciar las prácticas de los artistas, potenciar el territorio y generar un servicio cultural que sume al reconocimiento del territorio como escenario para el arte y la cultura.

2. Estrategia de Política Cultural: Para el desarrollo del proyecto resulta indispensable enmarcarse dentro de las políticas públicas distritales, específicamente la Política Pública Distrital de Espacio Público - PPDEP (2019 - 2038), adoptada mediante el CONPES 06 de 2019. Esta Política es el

mecanismo del Distrito Capital para la toma de decisiones y para responder a las necesidades de la sociedad, contrarrestando los conflictos que se manifiestan en el espacio público. Así mismo, además de ser un medio para modificar los comportamientos y las reglas de juego del espacio público, promueve la comprensión integral del espacio público desde los ámbitos de *soporte*, con sus componentes físico espacial y ambiental; de *uso*, con sus componentes económico, social y cultural; de *gobernanza*, con sus componentes legal, institucional y de gestión.

Como estrategia, se propone que el diseño del circuito artístico responda al objetivo de la PPDEP de aumentar la oferta cualitativa de espacio público, garantizando su goce y disfrute por parte de la ciudadanía. Lo anterior impactará directamente en la línea de acción de sostenibilidad del espacio público.

3. Estrategia Financiera: Como estrategia financiera se plantea el desarrollo de varios frentes de acción, descritos a continuación:

- **Crowdfunding:** Generar alianzas con diferentes organizaciones culturales, fundaciones o empresas para ejecutar un mecenazgo de patrocinios.
- **Producto de merchandising:** Se propone también diseñar varios productos de merch como postales, totebags, pines, libretas, cachuchas y stickers.
- **Convocatorias:** Se propone aplicar a diferentes convocatorias y estímulos, tanto distritales, como nacionales.

4. Estrategia Social: Una vez identificadas las necesidades de los artistas del espacio público, a través de las encuestas y las entrevistas realizadas en el territorio, como estrategia social se plantea que el diseño del circuito garantice las condiciones mínimas solicitadas por ellos para el desarrollo de su práctica, como por ejemplo el acceso a un baño en buenas condiciones y un espacio de trabajo amplio y limpio.

5. Estrategia de Comunicación: Como estrategia se pretende desarrollar un plan de marketing mixto, es decir que integra tanto canales online como canales offline, dentro de los online se considera pertinente que el circuito cuente con las principales redes sociales (TikTok – Instagram – Facebook – YouTube), esto con el objetivo de que el circuito pueda tener un alcance multimedia importante. Por otro lado, como comunicación *offline*, se plantean el uso medios tradicionales (prensa, radio y televisión). El objetivo de esta estrategia es comunicar a los artistas del espacio público sobre el desarrollo del circuito.

6. Estrategia Pedagógica: debido a que resulta necesario que la ciudadanía reconozca y valore las prácticas realizadas por los artistas del espacio público, se propone, a través de una estrategia pedagógica, acercar y sensibilizar a los transeúntes frente al *arte en espacio público* y su importancia como medio para democratizar el arte y la cultura.

7. Estrategia Ambiental: Un elemento indispensable para dignificar la labor del artista es que los

espacios en los cuales desarrollen su práctica sean amables y habitables. Así, como parte de esta estrategia, se ofrecerá una capacitación para los artistas que hagan parte del circuito sobre el tema de responsabilidad medioambiental: dejar limpio el espacio público al finalizar la jornada y respetar los decibeles permitidos serán algunas de las apuestas para garantizar la corresponsabilidad.

Para el objetivo específico 2 “Generar la estrategia de alianzas institucionales requeridas para la sostenibilidad del circuito artístico y cultural” se formularon diferentes estrategias, priorizadas de la siguiente manera:

1. Estrategia de Gestión Cultural: Por estrategia de alianzas se entiende la gestión de los instrumentos, acuerdos, recursos que permitan llevar a cabo nuevos escenarios para los artistas del espacio público, garantizando su perdurabilidad en el tiempo. Por sostenibilidad del circuito se entiende la sostenibilidad integral, pensada desde ejes de equilibrio económico, fortalecimiento de canales de comunicación, asesoría jurídica y bienestar social.

Así pues, la estrategia de gestión cultural tiene como finalidad asegurar a los artistas del espacio público la creación de escenarios de circulación que estén dentro de las políticas públicas y que sean sostenibles.

2. Estrategia de Política Cultural: Teniendo en cuenta la reglamentación y normativa existente en materia de espacio público para el Distrito Capital, relacionada no solo con la administración del espacio público, sino con la gestión del suelo y los usos temporales permitidos (Decreto 552 de 2018 "*Por medio del cual se establece el Marco Regulatorio del Aprovechamiento Económico del Espacio Público en el Distrito Capital de Bogotá y se dictan otras disposiciones*"), la estrategia propone realizar un acercamiento a las entidades y organizaciones que por su misionalidad tienen la competencia de incidir en y para el espacio público.

3. Estrategia de Comunicación: Como estrategia de comunicación se plantean los siguientes recursos a diseñar:

- Elaboración de un brochure con información sobre el circuito artístico y cultural.
- Elaboración de un videoclip promocional que pueda ser compartido con las instituciones y organizaciones que conforman el ecosistema cultural en el que se encuentra inmerso el proyecto.
- Elaboración de un flyer digital que sirva como insumo para las reuniones institucionales que tendrán como objetivo la búsqueda de alianzas estratégicas.
- Elaboración de una landing page que contenga la información pertinente para que pueda ser consultada por las diferentes entidades y organizaciones del ecosistema.

Por último, se pretende agendar una reunión con cada una de las entidades distritales con injerencia

en el tema y con las organizaciones del sector, para poder explicar la importancia del desarrollo del proyecto.

El fin de esta estrategia, es diseñar los diferentes recursos comunicacionales con los que se va a presentar el circuito a las diferentes entidades y organizaciones del sector.

Para el objetivo específico 3 “Integrar mínimo a un representante de las diferentes prácticas artísticas en la programación del circuito artístico y cultural” se formularon diferentes estrategias, priorizadas de la siguiente manera:

1. Estrategia Social: Como parte de la estrategia social, en un primer momento se identificarán las diferentes prácticas artísticas que hoy en día se desarrollan en el espacio público, para después adelantar un proceso de selección y vinculación de artistas que desarrollan diferentes prácticas al circuito, visibilizando así su talento.

2. Estrategia de Gestión Cultural: Para asegurar la versatilidad del evento es necesario contar con la participación de representantes de las diferentes prácticas artísticas que hoy en día se desarrollan en el espacio público. Con todo en mente, esta estrategia de Gestión Cultural tiene como fin dejar al conocimiento del público a cada uno de los talentos que se puedan presentar en el circuito, haciéndolo de esta forma más dinámico, atractivo e inclusivo.

3. Estrategia Financiera: Parte de los fondos recaudados a través de la estrategia financiera propuesta en el objetivo 1 se destinarán a garantizar el pago y la alimentación de los artistas del circuito. Adicionalmente, se inscribirá el proyecto para ser beneficiario de los presupuestos participativos de la localidad.

4. Estrategia de Comunicación: Como alcance de esta estrategia se pretende que, por medio de la comunicación del proyecto, los artistas del espacio público quieran hacer parte de la programación que se llevará a cabo cada mes. Así las cosas, se plantea el diseño de un video publicitario que sirva para informar sobre el proyecto, además de incentivar a los artistas a querer sumarse al circuito. También se pretende llegar a ellos por medio de pauta en redes sociales y por cuñas radiales. Tomando en cuenta los principales medios de comunicación que consumen los artistas del espacio público.

Presupuesto

Con el objetivo de construir el presupuesto del proyecto, el mismo se estructuró en tres ejes principales: i) diseño creativo del circuito; ii) logística; iii) gestión administrativa, comunicación y divulgación.

| | Actividad | Insumo | Cantidad | Valor unitario | Valor total | Observaciones |
|--|---|---|----------|----------------|-------------|---|
| Diseño Creativo del Circuito Artístico Calle 10 | Concertación y socialización con artistas del EP | Flyer informativo | 1 | \$0 | \$0 | |
| | | Impresión flyer | 20 | \$2.000 | \$40.000 | Flyer descriptivo sobre el circuito (beneficios y condiciones de participación) |
| | | Diseñador gráfico | 1 | \$1.100.000 | \$1.100.000 | Se contrata un diseñador gráfico encargado de todos los entregables que mencionan en el presupuesto. |
| | | Planilla de participantes | 1 | \$3.000 | \$3.000 | |
| | Laboratorio de diseño del circuito | Plano ploteado (Calle 10) | 1 | \$12.000 | \$12.000 | Selección de 18 artistas del EP y ubicación dentro del circuito, realizada por los dos gestores culturales, autores del proyecto |
| | | PC | 1 | \$0 | \$0 | |
| | | Materiales de papelería (marcadores, esferos, post it, papel mantequilla, etc.) | 1 | - | \$45.000 | |
| | Diseño del logo del circuito | Diseñador gráfico | 1 | \$0 | \$0 | Se contrata un diseñador gráfico encargado de todos los entregables. |
| | Diagramación de mapa del circuito | Diseñador gráfico | 1 | \$0 | \$0 | Se contrata un diseñador gráfico encargado de todos los entregables. |
| | | PC | 1 | \$0 | \$0 | |
| | | Programas de diseño (ArcGIS, Autocad, Illustrator, Photoshop, etc.) | 5 | \$25.000 | \$125.000 | Se instalan los programas en Unilago |
| | Impresión del mapa del circuito | Impresión full color, tabloide | 1 | \$12.000 | \$12.000 | |
| | Laboratorio para la construcción del guión de mediación | PC | 1 | \$0 | \$0 | |
| | | Materiales de papelería (marcadores, esferos, post it, papel mantequilla, etc.) | 1 | - | \$45.000 | El objetivo del laboratorio es generar el guión para la mediación: informar al público sobre los artistas y su rol como agentes transformadores del territorio, historia de la Calle 10 y de sus equipamientos culturales, anécdotas y datos curiosos sobre comercios locales |
| | | Espacio para taller | 1 | \$0 | \$0 | Se gestionó un espacio gratuito con el apoyo de la Alcaldía Local de La Candelaria |
| | Taller de | Tallerista | 1 | \$150.000 | \$150.000 | |

| | | | | | | |
|--------------------------------|---|--|----------|--------------------|---------------|---|
| | sensibilización: responsabilidad social del artista de EP | Espacio para taller | 1 | \$0 | \$0 | |
| | | Materiales de papelería (marcadores, esferos, post it, papel mantequilla, etc.) | 1 | - | \$45.000 | Se hace una compra total de los materiales de papelería por un solo monto |
| | Artistas del circuito | Contratación de artistas | 18 | \$110.000 | \$1.980.000 | |
| | Recorridos guiados | Contratación de mediador | 1 | \$0 | \$0 | Mediador del Museo de Bogotá (alianza estratégica). El mediador realizará cuatro recorridos guiados durante el día (10:00 am, 12:00 m, 2:00 pm, 4:00 pm) |
| | Gestores culturales | Líderes del proyecto | 2 | \$1.200.000 | \$2.400.000 | |
| Total | | | | \$5.957.000 | 55,44% | |
| | | | | | | |
| Logística | Alimentación - Concertación y socialización con artistas del EP | Refrigerio | 18 | \$5.700 | \$102.600 | Pastel de pollo o carne, fruta de temporada y jugo de caja - Refrigerio para 18 artistas |
| | Alimentación - Laboratorio para la construcción del guión de mediación | Refrigerio | 19 | \$5.700 | \$108.300 | Pastel de pollo o carne, fruta de temporada y jugo de caja - Refrigerio para 18 artistas y un mediador |
| | Alimentación - Taller de sensibilización: responsabilidad social del artista de EP | Refrigerio | 19 | \$5.700 | \$108.300 | Pastel de pollo o carne, fruta de temporada y jugo de caja - Refrigerio para 18 artistas y un mediador |
| | Alimentación día del evento | Almuerzo | 20 | \$9.800 | \$196.000 | Pechuga de pollo, ensalada fría de papa y verdura, casquitos de plátano, bebida - Almuerzo para 18 artistas, un mediador y un apoyo logístico |
| | | Refrigerio | 20 | \$5.700 | \$114.000 | Pastel de pollo o carne, fruta de temporada y jugo de caja - Refrigerio para 18 artistas, un mediador y un apoyo logístico |
| | Elemento distintivo para artistas participantes | Set 20 globos metalizados | 2 | \$26.000 | \$52.000 | Globo de helio que identifique a cada artista - Código QR |
| | Transporte artistas, mediador y apoyo logístico | Van para 20 personas (ida y regreso) | 1 | \$300.000 | \$300.000 | 18 artistas, un mediador y un apoyo logístico |
| Personal de apoyo logístico | Apoyo logístico | 1 | \$60.000 | \$60.000 | | |
| Total | | | | \$1.041.200 | 9,69% | |

| | | | | | | |
|---|-------------------------------------|--|------|-----------|-----------|---|
| | | | | | | |
| Gestión administrativa, comunicación y divulgación | Trámites ante entidades distritales | Oficio de solicitud de concepto de uso temporal del espacio público ante el IDU | 1 | \$0 | \$0 | La radicación del oficio de solicitud irá acompañada del mapa del circuito y la descripción del proyecto |
| | | Oficio de solicitud de concepto de uso temporal del espacio público ante el IDPC | 1 | \$0 | \$0 | La radicación del oficio de solicitud irá acompañada del mapa del circuito y la descripción del proyecto |
| | | Oficio de solicitud de concepto de uso temporal del espacio público ante la Alcaldía Local | 1 | \$0 | \$0 | La radicación del oficio de solicitud irá acompañada del mapa del circuito y la descripción del proyecto |
| | Flyer | Diseñador gráfico - Diseño de flyer (programación) | 1 | \$0 | \$0 | Se contrata un diseñador gráfico encargado de todos los entregables que mencionan en el presupuesto. El valor se reporta en el ítem de la casilla E4 y F4 |
| | | Impresión flyer (programación) | 1000 | \$530 | \$530.000 | 10,5 cm x 14 cm, papel propalcote esmaltado 115 gr, impresión full color, una cara |
| | Promoción en redes | Pautas en redes sociales | 2 | \$10.000 | \$20.000 | |
| | Promoción en radio | Copy de la cuña radial | 1 | \$0 | \$0 | |
| | | Contratación de locutor | 1 | \$120.000 | \$120.000 | |
| | | Edición del audio | 1 | \$100.000 | \$100.000 | |
| | Divulgación | Creación de página web | 1 | \$71.499 | \$71.499 | Dominio GoDaddy |
| | | Desarrollador web | 1 | \$800.000 | \$800.000 | |
| | | Creación de cuenta en Instagram | 1 | \$0 | \$0 | |
| | | Creación de página en Facebook | 1 | \$0 | \$0 | |
| | | Profesional en medios audiovisuales | 1 | \$420.000 | \$420.000 | |
| | Merchandising | Diseñador gráfico - Diseño y diagramación de postales | 1 | \$0 | \$0 | Se contrata un diseñador gráfico encargado de todos los entregables que mencionan en el presupuesto. El valor se reporta en el ítem de la casilla E4 y F4 |
| | | Impresión de postales | 50 | \$915 | \$45.750 | Propalcote 300 gr, impresión por dos |

| | | | | | | |
|-----------------------|--|-----|----------|---------------------|---------------|---|
| | | | | | | caras, full color, 15 cm x 10 cm |
| | Diseñador gráfico - Diseño de totebags | 1 | \$0 | \$0 | | Se contrata un diseñador gráfico encargado de todos los entregables que mencionan en el presupuesto. El valor se reporta en el ítem de la casilla E4 y F4 |
| | Sublimación de totebags | 25 | \$17.150 | \$428.750 | | 30cm x 35cm, tela 100% algodón |
| | Diseñador gráfico - Diseño de pines | 1 | \$0 | \$0 | | Se contrata un diseñador gráfico encargado de todos los entregables que mencionan en el presupuesto. El valor se reporta en el ítem de la casilla E4 y F4 |
| | Fabricación de pines | 50 | \$6.200 | \$310.000 | | |
| | Diseñador gráfico - Diseño y diagramación de libretas | 1 | \$0 | \$0 | | Se contrata un diseñador gráfico encargado de todos los entregables que mencionan en el presupuesto. El valor se reporta en el ítem de la casilla E4 y F4 |
| | Fabricación de libretas | 50 | \$7.300 | \$365.000 | | Media carta (14 cm x 22 cm), 30 hojas, papel Bookcream 60 gr, puntas biseladas, costura al caballete, tapas blandas Earthpact 120 gr |
| | Diseñador gráfico - Diseño de cachuchas | 1 | \$0 | \$0 | | Se contrata un diseñador gráfico encargado de todos los entregables. |
| | Fabricación de cachuchas | 25 | \$11.800 | \$295.000 | | Dril prelavado, 6 paneles con 6 ojete bordados y hebilla metálica. Visera indeformable. |
| | Diseñador gráfico - Diseño y diagramación de stickers | 1 | \$0 | \$0 | | |
| | Impresión de stickers | 100 | \$2.400 | \$240.000 | | Tabloide, adhesivo sin plastificar, con precorte |
| Total | | | | \$3.745.999 | 34,87% | |
| Total proyecto | | | | \$10.744.199 | | |

Respecto a los productos de merchandising que se fabricarán con el objetivo de contar con un aporte económico adicional para la sostenibilidad del circuito, se presenta a continuación el presupuesto de los mismos (producción/venta/ganancia):

| | Insumo | Cantidad | Costo unitario | Costo total | Precio de venta unitario | Ganancia unitaria | Ganancia total |
|---------------|-----------------------|----------|----------------|-------------|--------------------------|-------------------|----------------|
| Merchandising | Impresión de postales | 50 | \$915 | \$45.750 | \$4.000 | \$3.085 | \$154.250 |

| | | | | | | | |
|--|--------------------------|-----|----------|--------------------|----------|----------|--------------------|
| | Sublimación de totebags | 25 | \$17.150 | \$428.750 | \$35.000 | \$17.850 | \$446.250 |
| | Fabricación de pines | 50 | \$6.200 | \$310.000 | \$15.000 | \$8.800 | \$440.000 |
| | Fabricación de libretas | 50 | \$7.300 | \$365.000 | \$15.000 | \$7.700 | \$385.000 |
| | Fabricación de cachuchas | 25 | \$11.800 | \$295.000 | \$30.000 | \$18.200 | \$455.000 |
| | Impresión de stickers | 100 | \$2.400 | \$240.000 | \$5.000 | \$2.600 | \$260.000 |
| | | | | \$1.684.500 | | | \$2.140.500 |

Estrategias de Financiación y Patrocinio

El proyecto *Circuito Artístico y Cultural Calle 10* requiere de una inversión de **\$10.744.199** para su realización. Es por ello que, para poder llevarlo a cabo, se ha generado un plan con diferentes estrategias de patrocinio y financiación, tanto públicas, como privadas, con el objetivo de obtener recursos monetarios y en especie. En este sentido, el plan de financiación y patrocinio contempla diferentes instancias, tanto con el sector cultura, como con otros sectores de la administración: i) convocatorias; ii) alianzas. Por último, se propone una estrategia de crowdfunding.

SECTOR CULTURA

1. Convocatorias

Programa Nacional de Estímulos: *Estímulos 2022*, del Ministerio de Cultura, es la serie de convocatorias que tienen como propósito apoyar las iniciativas presentadas por artistas, creadores, investigadores, emprendedores y gestores culturales colombianos, en diversos campos de las artes, la cultura y el patrimonio. En este orden de ideas, será necesario revisar el portafolio de Estímulos 2022 y aplicar a la convocatoria que se ajuste a las necesidades del proyecto.

CoCrea: La Corporación Colombia Crea Talento - CoCrea tiene como misión ser la agencia para la sostenibilidad del ecosistema cultural y creativo en Colombia. En este sentido, CoCrea se posiciona en el país como un agente innovador de fortalecimiento, dinamización, conexión y financiación del ecosistema cultural y creativo, para contribuir a la generación de valor social, económico y ambiental en Colombia. Para el año 2022 CoCrea abrió nuevamente su convocatoria; el proyecto *Circuito Artístico Calle 10* se podrá presentar en cualquiera de las siguientes modalidades:

- **Proyecto con aportes de terceros:** a través del proyecto, los aportantes tendrán la oportunidad de recibir una deducción del 165% en la base gravable de su impuesto a la renta.
- **Proyecto sin aportantes identificados:** la iniciativa se publicará en la página web y se pondrá a disposición de los financiadores. Si resulta seleccionada entre los primeros 40 lugares,

recibirá acompañamiento por parte de CoCrea en relación con la gestión comercial.

Programa Distrital de Estímulos: El Programa Distrital de Estímulos - PDE es un portafolio de convocatorias públicas conformado por becas, premios, pasantías, residencias y un banco de jurados que se diseña y lanza anualmente (en dos fases) con el propósito de fortalecer y reconocer, por medio de recursos económicos y técnicos, la trayectoria, obras, iniciativas y proyectos de los agentes artísticos y culturales de Bogotá.

El PDE constituye una de las estrategias de fomento del sector arte, cultura y patrimonio de Bogotá y aúna los esfuerzos de la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte - SCRDR, el Instituto Distrital de las Artes – Idartes, el Instituto Distrital de Patrimonio Cultural – IDPC, la Orquesta Filarmónica de Bogotá – OFB y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño – FUGA.

Como parte del PDE se identificó la convocatoria *Es Cultura Local*, un modelo de desarrollo local, que hace parte de la estrategia de Reactivación Económica Local, para generar nuevos empleos en las localidades y fortalecer los procesos productivos de los agentes que desarrollan actividades en el campo de las artes, la cultura y el patrimonio.

2. Alianzas

Museo de Bogotá: El *Circuito Artístico y Cultural Calle 10* tiene como finalidad, no sólo apoyarse en la gratuidad de los museos el último domingo de cada mes, sino generar diferentes alianzas con los museos y las organizaciones culturales de la zona. Dentro de los requerimientos para el desarrollo del circuito se identificó un mediador que realice los diferentes recorridos grupales. Así las cosas, el Museo de Bogotá al no poder contribuir con recursos económicos directamente, por tratarse de una entidad pública, puede hacerlo en especie. En este sentido, se pedirá la colaboración de un mediador del museo que apoye el día del circuito con los cuatro recorridos guiados. Dentro del presupuesto del circuito el monto estimado para esta actividad es de \$110.000, cifra que se puede cubrir con esta alianza. Se contempló que el recorrido guiado inicie en la Carrera Séptima y avance hacia el oriente, rematando en la Carrera 2 e invitando a los participantes del recorrido a ingresar al Museo de Bogotá.

Una segunda alianza a destacar con el Museo de Bogotá es vender en su tienda los productos de merchandising que se van a fabricar: postales, totebags, pines, libretas, cachuchas y stickers. De esta forma se podrá contar con una plaza garantizada para la promoción de este material.

Restaurantes y cafeterías de la zona: Para el caso de los almuerzos y refrigerios de los artistas participantes y el personal de logística, se tiene planeado generar una alianza con los restaurantes y cafeterías que están a lo largo de la Calle 10. Asimismo, para que los comercios sean reconocidos se piensa llevar a cabo publicidad bajo la modalidad de *cobranding*. Los comercios participantes recibirán un cartel donde se enuncie: *en este restaurante almuerzan los artistas del circuito de la Calle 10*. De igual forma, en los flyers que se entregarán a los transeúntes también aparecerá el nombre de los comercios aliados del circuito, invitando al público a conocer el restaurante o la cafetería.

Fundación Graciano: La Fundación Graciano es una entidad sin ánimo de lucro que tiene como objeto

“diseñar, ejecutar, adelantar y apoyar programas, proyectos, iniciativas y propuestas de sensibilización, creación y protección de manifestaciones culturales y artísticas del territorio nacional colombiano”. Entre los servicios y actividades que desarrolla la Fundación se encuentran:

- Desarrollar proyectos, programas e iniciativas que potencien la autosostenibilidad social, medioambiental y financiera de las prácticas culturales.
- Acompañar las actividades de los artistas y las iniciativas de los gestores culturales del país.
- Fomentar el acceso al arte y la cultura como herramientas de transformación social y bienestar emocional.

Adicionalmente, la Fundación Gratitude desarrolla acuerdos y consolida alianzas con entidades públicas y privadas, como respuesta estratégica para lograr los objetivos de la fundación:

- Sensibilización: acompañar a las comunidades en programas de sensibilización cultural que promuevan el bienestar social y la recuperación y protección del tejido social, con un enfoque de cultura como bienestar.
- Protección cultural: potenciar la transmisión de saberes y oficios culturales.
- Diagnóstico cultural: visibilizar las problemáticas del bienestar y protección de prácticas culturales.
- Carácter reflexivo: diseñar, establecer y proponer políticas culturales y/o proyectos que busquen garantizar un bienestar comunitario.

La Fundación Gratitude cuenta con cinco (5) años de experiencia en el uso de herramientas artísticas y culturales para la generación de confianza, apoyando a los gestores culturales como agentes de cambio; así mismo ha trabajado en procesos de formación y de apoyo con más de 2.500 beneficiarios (niños, niñas, jóvenes y adultos) a través de la implementación de proyectos financiados en su mayoría a través de gestión de recursos con entidades de cooperación internacional como el BID Colombia, ACDI/VOCA - USAID, Open Society y el British Council.

Después de analizar la misión, visión y los objetivos estratégicos de la Fundación es posible afirmar que los mismos se ajustan al objetivo del *Circuito Artístico Calle 10*, dado que su labor social va en sintonía con el mismo.

Universidad del Rosario – Facultad de Creación: Otra de las estrategias que se proponen con el objetivo de contar con patrocinadores para la ejecución del proyecto es buscar alianzas con espacios educativos (universidades) que tengan programas afines a las artes y la cultura, y cuyos estudiantes puedan estar interesados en el circuito. De esta forma se propone la Facultad de Creación - FaCrea, de la Universidad del Rosario, que cuenta con un enfoque interdisciplinario (artes, música, danza, teatro). Así las cosas, se propone vender a FaCrea el circuito para que sus estudiantes puedan disfrutar

del evento, disponiendo el circuito y la mediación exclusivamente para ellos.

Acuerdos con cajas de compensación: Otra estrategia para obtener patrocinadores para la ejecución del circuito es generar el programa de *mañanas empresariales*. Así pues, la finalidad de este programa es venderles el circuito a las cajas de compensación para que su nómina de empleados pueda disfrutar del evento toda una mañana, disponiendo del circuito de forma exclusiva. Así las cosas, se planea generar esta alianza con las tres principales cajas de compensación del país: Cafam, Colsubsidio y Compensar.

Edificio Atrio: Parte de la misionalidad del proyecto Atrio es apoyar la cultura local de la ciudad; en este sentido, se pretende generar una alianza con ellos para poder publicitar el circuito en sus instalaciones.

OTROS SECTORES

Secretaría Distrital de Integración Social - SDIS: es la entidad encargada de liderar y formular las políticas sociales del Distrito Capital para la integración social de las personas, las familias y las comunidades, con especial atención para aquellas que están en mayor situación de pobreza y vulnerabilidad; así mismo ejecuta las acciones que permitan la promoción, prevención, protección, rehabilitación y restablecimiento de sus derechos, mediante el ejercicio de la corresponsabilidad y la cogestión entre la familia, la sociedad y el Estado. De acuerdo con lo anterior, y dado que varios de los artistas del espacio público se encuentran en situación de vulnerabilidad, se buscarán posibles alianzas con el objetivo de mejorar su calidad de vida, a través de apoyos que impacten no solamente a los protagonistas del *Circuito Artístico y Cultural Calle 10*, sino a sus familias. Finalmente, en el marco del proyecto de inversión 7730 “Servicio de atención a la población proveniente de flujos migratorios mixtos en Bogotá”, se buscará brindar servicios sociales integrales y rutas de atención para los artistas migrantes que hacen parte del circuito, con el apoyo de SDIS.

Desarrollo Económico, Industria y Turismo: Como parte de este sector se buscarán alianzas estratégicas, por un lado, con la Secretaría de Desarrollo Económico - SDE como cabeza del sector, y por el otro lado con el Instituto Distrital de Turismo - IDT, entidad adscrita.

La Secretaría de Desarrollo Económico es la entidad distrital que lidera la formulación, gestión y ejecución de políticas de desarrollo económico, competitividad y economía rural, orientadas a promover y fortalecer las empresas y emprendedores, el abastecimiento alimentario y la promoción de empleo y de nuevos ingresos para los ciudadanos y ciudadanas en la Bogotá-Región. En este sentido, y dado que el *Circuito Artístico y Cultural Calle 10* vincula comercios locales con el objetivo de dinamizar la economía del sector, resulta indispensable buscar el apoyo para su ejecución y financiamiento a través de programas de conexiones ofertados por esta Secretaría, tales como *Bogotá a Cielo Abierto 2.0* y *Mercado Temporales*. Lo anterior en el cumplimiento de uno de los objetivos estratégicos de la SDE: formular, orientar y coordinar estrategias que permitan mejorar las

competencias y capacidades de las unidades económicas informales para apoyar una mejor inclusión en la actividad económica y con ella un mejoramiento progresivo del nivel de vida.

Por último, en relación con los programas de fortalecimiento y crecimiento, el proyecto *Circuito Artístico y Cultural Calle 10* podría enmarcarse en *Emprendedores con el Arte*, un programa que busca el cierre de brechas sociales y económicas de las productivas del ecosistema artístico, creativo y cultural, a través del fortalecimiento de las habilidades digitales para la comercialización y circulación.

Instituto Distrital de Turismo - IDT: Dentro del abanico de funciones que tiene a su cargo el IDT, se pueden identificar: i) fomentar la industria del turismo en Bogotá, Distrito Capital, convirtiendo la ciudad en destino turístico sostenible; ii) impulsar organizadamente desarrollos turísticos desde las localidades del Distrito Capital; iii) elaborar y ejecutar planes, programas y estrategias en materia turística. En este sentido, se podrían generar posibles acuerdos para que el *Circuito Artístico y Cultural Calle 10* sea tenido en cuenta como proyecto que contribuye en el impulso del turismo local sostenible, que promueve el consumo de la gastronomía local y que aporta valor agregado a la infraestructura de museos, generando nuevas experiencias sobre cómo caminar el centro de la ciudad, y promoviendo el turismo de la Localidad de la Candelaria.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo: En el marco de sus competencias, este Ministerio tiene como objetivo principal formular, adoptar, dirigir y coordinar las políticas generales en materia de desarrollo económico y social del país, relacionadas con la competitividad, integración y desarrollo de los sectores productivos de la industria, la micro, pequeña y mediana empresa, el comercio exterior de bienes, servicios y tecnología, la promoción de la inversión extranjera, el comercio interno y el turismo; así mismo, ejecutar las políticas, planes generales, programas y proyectos de comercio exterior.

Por su parte, el Viceministerio de Turismo acuerda, ejecuta y evalúa la política turística, así como los planes y programas derivados de esta, en conjunto con las entidades competentes de los sectores público y privado, con el fin de mejorar la competitividad y sostenibilidad de los productos y destinos turísticos, y promover el turismo doméstico y receptivo.

En este sentido, se hace viable general las alianzas posibles para que desde el Viceministerio de Turismo se pueda promocionar el *Circuito Artístico y Cultural Calle 10* a partir del apoyo al turismo doméstico, como parte de los programas adscritos al plan de turismo que regula esta entidad. Asimismo, promoviendo por medio del *Circuito Artístico y Cultural Calle 10* el Centro Histórico de la ciudad, su infraestructura de museos, comercios tradicionales, y artistas del espacio público.

CROWDFUNDING

La recolección de fondos por mecenazgo es otra de las alternativas que se contemplan para poder llevar a cabo el circuito. Así pues, esta se planea desarrollar bajo dos modalidades: micro mecenazgo

por donaciones y por recompensas. Para la primera modalidad, el proyecto se montará en las principales plataformas de crowdfunding, como *Littlebigmoney*, una plataforma enfocada en el fortalecimiento económico de proyectos culturales y sociales. En el caso de la subvención por recompensa, a las personas que donen un porcentaje mayor se les entregará un producto editorial de memoria del proyecto donde aparecerá su nombre como patrocinador.

Conclusiones

“El espacio público urbano en cualquiera de sus acepciones vendría a ser una comarca en la que cada cual está con extraños que, de pronto y casi siempre provisionalmente, han devenido sus semejantes” (Delgado, 2011). Así las cosas, el espacio público es un escenario para el arte y la cultura. El actual corredor artístico de la Carrera Séptima, comprendido entre la Plaza de Bolívar y la Calle 26, trae consigo lo que fueran los antecedentes de las dinámicas culturales actuales.

Los días del *septimazo* quedaron atrás; sin embargo, los aires de verbena mutaron y llenaron el espacio público de diversas manifestaciones artísticas y culturales: expresiones que daban vida a las nuevas melodías, los nuevos bailes, las nuevas caracterizaciones de los superhéroes y villanos de tiempos pasados y contemporáneos que convergen hoy día en el que es el corredor peatonal y cultural más importante que tiene la ciudad de Bogotá.

Así pues, este lugar ganado a pulso ha sido un escenario por naturaleza. En ocasiones heredado de generación en generación, como es el caso de los caricaturistas que, bajo el alero del edificio de la Empresa de Telecomunicaciones de Bogotá - ETB, han formado la mejor escuela para que los padres pasen el conocimiento a sus hijos por generaciones. Asimismo, la Carrera Séptima se ha llenado de nuevos talentos provenientes de varias prácticas, como pintores de aerosol, artistas circenses y bailarines, entre otros. En este sentido, este corredor da lugar a una atmósfera de arte y cultura, ya que no solo deleita a los transeúntes con la creatividad de sus performances, sino que ofrece muestras de diferentes ritmos, instrumentos y costumbres de otras regiones y países. Desafortunadamente, dadas las condiciones actuales y los nuevos actores que también hacen parte del espacio público, este corredor cultural no se aprovecha de forma correcta. En este sentido, muchos de los actos y los artistas pasan a un segundo plano, como telón de un mar de comercio informal con el que tienen que competir por llamar la atención de los transeúntes.

Luego de varias inmersiones en el territorio se pudo evidenciar como el transitar por la Carrera Séptima se convierte entonces en una guerra del centavo, que al mejor estilo de los *buses cebolleros* ponen en carreras a artistas y comerciantes, tanto formales, como informales, para ver quién logra captar la atención del caminante. Si bien los artistas del lugar cuentan con un espacio que les ha sido otorgado por el distrito para que realicen su práctica artística, las múltiples distracciones presentes a lo largo del territorio desvirtúan el objetivo de presentar un espectáculo que pueda ser disfrutado y apreciado por la ciudadanía.

De esta observación participante surge el interés y el deseo de brindar a los artistas del espacio público un entorno en el que sus actos y su talento se sientan al nivel de cualquier artista. Así las cosas, se propone el diseño de un circuito artístico y cultural que, apoyado en la gratuidad de los museos, el último domingo del mes funcione como escenario efímero sobre la también peatonal Calle 10, entre las Carreras 2 y 7.

Creando para los artistas del espacio público un ambiente más amable que el de su cotidianidad, creando también una red con los museos y los comerciantes del sector, apoyándose en la historia, la gastronomía, la cultura y el arte, el *Circuito Artístico y Cultural Calle 10* tiene la pretensión de ser una opción con recorridos programados, con diferentes tarifas y material de merchandising que despierte el interés de diferentes públicos, tanto locales, como foráneos, para vivir una experiencia desde el arte y la cultura en un territorio emblemático de la ciudad.

En suma, los artistas del espacio público podrán sentirse realmente como artistas y gozar de un público que pueda apreciar y deleitarse de su arte y talento, en un ambiente idóneo, con un reconocimiento económico que garantice que el artista pueda potenciar su acto, libre de preocupaciones como la cuota diaria, el almuerzo, el refrigerio. Finalmente, la propuesta genera una red cultural compuesta de diferentes nodos: artistas, museos, comercio, lugares históricos y entidades distritales, todos dispuestos en una sinergia que quizá con el tiempo pueda dar pie a establecer políticas públicas que garanticen la realización y sostenibilidad de este tipo de iniciativas en el tiempo.

Logo



Bibliografía

- ABC. (2019). *Carmena restringió 35 calles del centro a los músicos callejeros antes de dejar Cibeles*. Disponible en: https://www.abc.es/espana/madrid/abci-carmena-restringio-35-calles-centro-musicos-callejeros-antes-dejar-cibeles-201906200049_noticia.html
- ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ. (s.f.). *Política Pública Distrital de Espacio Público*. Disponible en: <https://observatorio.dadep.gov.co/sites/default/files/documentos/2018/politicaEP-DADEP.pdf>
- CEDEÑO, M. (2005). *Tesis doctoral en Antropología Social. Relaciones sociales y prácticas de apropiación espacial en los parques públicos urbanos*. Universidad de Barcelona. España.
- DELGADO, M. (2011). *El espacio público como ideología*. Los libros de la Catarata. Madrid, España.
- EL ESPECTADOR. (2012). *La peatonalización de la Séptima*. Disponible en: <https://blogs.elespectador.com/actualidad/de-ti-habla-la-historia/la-peatonalizacion-de-la-septima>
- EL PAÍS. (2017). *Los músicos callejeros podrán tocar en 71 puntos del centro de la capital*. Disponible en: https://elpais.com/ccaa/2017/06/11/madrid/1497204536_417294.html
- EL TIEMPO. (2018). “*El septimazo*”, en Bogotá, es un espacio para la diversión. Disponible en: <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-4302105>
- EL TIEMPO. (2020). *Queda lista la carrera séptima, peatonal pero llena de caos*. Disponible en: <https://www.eltiempo.com/bogota/carrera-septima-peatonal-esta-lista-pero-llena-de-ambulantes-y-caos-467972>
- GALENUS. (s.f.). *Arte y espacio público urbano, una breve reflexión*. Disponible en: <https://www.galenusrevista.com/?Arte-y-espacio-publico-urbano-Una>
- GIGLIA, A. (2012). *El Habitar y la Cultura, Perspectivas teóricas y de investigación*. Siglo veintiuno. Barcelona, España.
- INSTITUTO DISTRITAL DE LAS ARTES. (s.f.). *Permiso para Aprovechamiento Económico de Artistas en Espacio Público - PAES*. Disponibles en: <https://paes.gov.co/artistas-espacio-publico>
- LADO B. (2017). *Regulación de arte callejero privatiza espacio público y censura libertad artística, acusan*. Disponible en: <https://www.ladobe.com.mx/2017/06/regulacion-arte-callejero-privatiza-espacio-publico-censura-libertad-artistica-acusan/>

- OBSERVATORIO DEL ESPACIO PÚBLICO DE BOGOTÁ. (s.f.). *Política Pública Distrital de Espacio Público 2019 - 2038*. Departamento Administrativo de la Defensoría del Espacio Público - DADEP. Disponible en: <https://observatorio.dadep.gov.co/politica-de-espacio-publico>
- PARIS LA DOUCE. (2019). *Paris: Place du Tertre à Montmartre, nostalgie et tourisme de masse - XVIIIème*. Disponible en: <https://www.parisladouce.com/2019/10/paris-place-du-tertre-montmartre.html>
- SECRETARÍA DE CULTURA, RECREACIÓN Y DEPORTE. (2018). *Alcaldía regula actividades artísticas en el espacio público*. Disponible en: <https://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/es/alcaldia-regula-actividades-artisticas-en-el-espacio-publico>
- SECRETARÍA DE CULTURA, RECREACIÓN Y DEPORTE. (s.f.). *Circuito Cultural Carrera Séptima*. Disponible en: <https://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/es/galerias/circuito-cultural-carrera-septima>
- SECRETARÍA DE CULTURA, RECREACIÓN Y DEPORTE. (s.f.). *El Trueque Intercambio Cultural Carrera Séptima*. Disponible en: <https://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/en/node/3990>
- SENADO DE LA REPÚBLICA DE CHILE. (2014). *Regulación de exhibición y ejecución artística en los bienes nacionales de uso público*. Disponible en: <https://www.senado.cl/noticias/arte/regulacion-de-artistas-callejeros-legisladores-respaldan-ideas-matrices>
- STUBBE, C. (2021). *Arte y espacio público urbano: una breve reflexión*. Disponible en: <https://www.galenusrevista.com/?Arte-y-espacio-publico-urbano-Una>
- UBATÉ, C. C. (2016). *“El septimazo”, mezcla de cultura y rebusque*. Universidad Externado de Colombia. El libre pensador. Disponible en: <https://librepensador.uexternado.edu.co/el-septimazo-mezcla-de-cultura-y-rebusque/>