



▲ Fotografía de Óscar E G Beleño.
Título: Rostro Amazonas. Año 2018.

Incubadoras y Gestoras. Una Mirada Hacia el Panorama y el Futuro del Arte Emergente en Colombia

Diego Villamizar¹, Federico Serna², Marcela Buenaños³ y Sarah Hernández⁴

Resumen

En este artículo se plantea un ejercicio de búsqueda y análisis de empresas y organizaciones que llevan a cabo la labor de incubación y gestión de proyectos artísticos en Colombia. Por medio de este trabajo se pretende obtener un panorama del sector artístico, de tal forma que se hallen elementos que optimicen la propuesta de valor del proyecto MUSA, así como estudiar el estado en que se encuentran los artistas emergentes del país. Por tanto, se pone en marcha un sondeo de los aspectos generales de las empresas que componen al sector. Un sondeo que será esencial para la construcción de un estado del arte y cuyas conclusiones darán pie a observaciones, preguntas y sugerencias sobre la puesta en marcha de MUSA y el desarrollo de su propuesta de valor frente al mercado actual del arte.

Palabras Clave: incubación y gestión de proyectos artísticos, arte en Colombia, arte emergente, sondeo de aspectos del sector.

Abstract

This article sets an exercise of search and analysis regarding companies and organizations that lead the incubation and management of artistic Colombian projects. Through it, a landscape of the field needs to be done to find features that let it enhance the value proposal on MUSA's project in relation to Colombia's emergent artists. Therefore, a needs analysis about the general aspects of companies that conform the artistic sector which will be essential to build an art state and, would bring some conclusions that will show outlooks, questions and, suggestions about the MUSA's starting line. Furthermore, it will show the development in its value proposal in front of the current art market.

Keywords: incubation and management of artistic projects, art in Colombia, emerging art, analysis of the sector's aspect

¹ Comunicador social y realizador audiovisual, estudiante de la Especialización y Maestría en Gestión Cultural y Creativa de la Universidad Sergio Arboleda. Interesado en la creación de productos audiovisuales y musicales. Correo electrónico: villamizarvargascarrasco@gmail.com

² Antropólogo, postproductor de audio, estudiante de la Especialización y Maestría en Gestión Cultural y Creativa de la Universidad Sergio Arboleda. Interesado en la intersección entre el sonido, el medio ambiente y lo social. Fundador y gerente de El Cauce, Narrativas transmedia y miembro del colectivo sonoro Tembe Estudio. Correo electrónico: fedserna93@gmail.com

³ Artista visual con énfasis en expresión gráfica, estudiante de la Especialización y Maestría en Gestión Cultural y Creativa de la Universidad Sergio Arboleda. Fundadora y directora creativa de la marca de arte y diseño independiente Menguante. Diseñadora gráfica, escritora y creadora de contenidos para proyectos públicos y privados a nivel nacional. Correo electrónico: marcelitabm11594@gmail.com

⁴ Antropóloga social y productora escénica, estudiante de la Especialización y Maestría en Gestión Cultural y Creativa de la Universidad Sergio Arboleda. Su principal área de interés son la producción general, ejecutiva y de campo. Además, se ha desempeñado como docente, correctora de estilo, asesora de tesis y actualmente se desenvuelve en el área de mercadeo como community manager. Correo electrónico: sghernandezcamaro@gmail.com

Introducción

La necesidad de entender la manera en que hoy en día se lleva a cabo el desarrollo de proyectos, principalmente tendientes al arte emergente, obliga a conocer profundamente todos los actores que se desempeñan actualmente como gestores e incubadoras de todo tipo de iniciativas creativas. Esto, para hallar aquellos elementos clave que pueden comprenderse como indispensables en el momento de hacer viable una iniciativa artística novedosa.

Siendo así, esta investigación pretende desarrollar un paneo y un análisis general de las iniciativas en Colombia que están intentando convertirse en un apoyo idóneo para los artistas emergentes. Se busca, asimismo, develar avances y carencias en el campo para la propuesta de nuevos trabajos en el área, tal y como pretende ser el proyecto *MUSA: Incubadora y Gestora de Proyectos Artísticos Emergentes*. En este sentido, el objetivo se basa en llevar a cabo un sondeo de las incubadoras y gestoras más representativas que actualmente se desempeñan en el país. Este sondeo se hizo por medio de una metodología cualitativa para, así, conocer formas, procesos y herramientas de trabajo que posibilitaran el hallazgo de elementos clave y faltantes en el tiempo.

Por consiguiente, este artículo se desarrolla alrededor de la siguiente pregunta investigativa: ¿cuál es el panorama actual de las incubadoras y gestoras de proyectos artísticos emergentes en Colombia? La intención del artículo es ofrecer un panorama distinto del que se conoce hasta el momento, en especial, sobre los aportes exclusivos a las grandes empresas creativas que se hacen en el marco de algunos apartes de los planes de desarrollo nacional. A través del sondeo que será llevado a cabo, se obtendrá la información necesaria para actualizar los datos correspondientes al campo. De esta forma, nuevos y futuros proyectos podrán conocerse de aquellas organizaciones, instituciones e iniciativas que han llevado a cabo diversos trabajos y ejercicios en pro de aportar al trabajo de gestión e incubación del arte en el país. En el desarrollo de este trabajo se pretende igualmente exponer, a través de la búsqueda de archivo y el análisis de los datos recolectados, el modo en que las incubadoras y gestoras de proyectos se convierten en un eje dinamizador de la economía y de la generación de empleo. Se busca, pues, que los proyectos artísticos emergentes garanticen espacios de empleo, y más específicamente, en el sector artístico.

Finalmente, a partir de la información recolectada, se plantean conclusiones que permiten comprender el ejercicio actual de incubadoras y gestoras en Colombia, sus metas comunes y su público objetivo. También, se cuestiona el lugar del artista emergente en las distintas iniciativas y se plantean los puntos que conformarán lo que será la propuesta de valor de MUSA dentro de este universo y campo. De igual forma, quedarán abiertas algunas propuestas y sugerencias que podrían potencializar el trabajo mediante una organización solidaria o búsqueda de economía colaborativa. Algo que, en últimas, fortalezca el quehacer de todos en el sector.

Contextualización

Colombia es un país en donde actualmente el crecimiento de las Industrias Culturales y Creativas (ICC) está en la lista de prioridades. No en vano, el presidente Iván Duque ha tomado como bandera de su gobierno el apoyo frontal a la economía naranja, esto con el fin de lograr que las ICC aporten al PIB nacional y sumen esfuerzos en la reducción de los índices de desempleo.

Sin embargo, ese concepto de “economía naranja” sigue siendo etéreo para muchas de las personas directamente implicadas. En el caso del arte, específicamente, se hace difícil

para muchos sectores asimilarlo como un bien regido por las leyes de la oferta y la demanda. El mero hecho de involucrar dinero en un proceso creativo artístico puede generar una percepción negativa. No obstante, es claro que se necesita de la economía y la inversión en el arte para poder fomentar su desarrollo integral.

Esto no significa que los artistas deban convertirse en economistas, administradores o mercaderes de su propio arte. El artista enfoca su concentración en el proceso creativo, por lo que es común que se deje de lado el componente de gestión, es decir, cómo vivir de la creación, cómo monetizar el trabajo, o cómo desarrollar un proyecto sólido e integral. Este artículo invita a encontrar un equilibrio: tanto en los componentes creativos, conceptuales y técnicos como en los legales, financieros, administrativos, de marketing, etc.

Allí radica la pertinencia del desarrollo de incubadoras y gestoras de proyectos artísticos que logren entender ese universo de la economía naranja y acercarlo al artista, de forma tal que logre favorecer los proyectos que requieren, además del potencial creativo, un acompañamiento especializado en cuanto a lo legal, administrativo y financiero.

Siendo así, este artículo responde a la necesidad de entender cómo se está haciendo el desarrollo de proyectos, principalmente tendientes al arte emergente. El artículo, además, busca acercarse a todos los actores que se desempeñan actualmente como gestores e incubadoras de iniciativas creativas. Se pretenden hallar, entonces, esos elementos clave que se tornan indispensables en el momento de hacer viable una iniciativa artística novedosa a través de las acciones de gestión e incubación.

Dicho esto, se plantea la siguiente pregunta que guiará la investigación de este texto: ¿cuál es el panorama actual de las incubadoras y gestoras de proyectos artísticos emergentes en Colombia?

Metodología

La investigación es llevada a cabo a partir de una metodología cualitativa. Por tal motivo, se utilizarán herramientas que permitan la recolección de datos, su análisis y la interpretación de los resultados en relación con el trabajo y trayectoria de las incubadoras y gestoras de proyectos artísticos en el país. Así, se ejecutará un sondeo de aspectos generales que responda a un trabajo descriptivo que ayude a entender y clasificar los distintos sujetos y elementos que componen esta muestra (conformación, equipos, procedimientos y valores relacionados con las actividades que desarrollan).

Para la construcción y el correcto funcionamiento del modelo de negocio de MUSA es preciso guardar especial interés en este tipo de documentos, ya que, al ser gestores de proyectos artísticos, esta información resulta ser bastante necesaria; tal y como se señala en la investigación realizada por Londoño et al. (2011): *Incubadoras y Gestoras*. En la figura 1 se expondrá un cuadro de organizaciones, colectivos y agrupaciones que se encontraron tras el sondeo efectuado.

Finalmente, y como complemento a este sondeo, se retoma la tesis de posgrado de Laura Corredor, Catherine Dunga, Juliana Jaramillo y Fabio Rave titulada *Modelo de Gestión Cultural para el Arte Itinerante con Ciencia y Tecnología* (2015), realizada en la Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario de Bogotá. En dicha tesis se visibilizan problemáticas similares a las desarrolladas en el presente texto y, como solución a ello, se proponen muestras artísticas itinerantes. Uno de los grandes problemas del sector cultural es la concentración de su oferta en las grandes ciudades, así como la focalización que hacen las ciudades intermedias de esta oferta en actividades culturales tradicionales y populares (Corredor, Dunga, Jaramillo y Rave, 2015, p. 6); se toman algunos apartes y elementos del documento para enriquecer los referentes y los posibles campos de acción de MUSA.

Figura 1. Cuadro incubadoras y gestoras

Nota. Relación de incubadoras. Fuente: elaboración propia.

Incubadoras y Gestoras. Experiencias del arte colaborativo.				
Nombre	Trayectoria	Tipo de organización	Modelo de negocio	Página web / Link de consulta
Taller Trez	11 años	Taller artístico	Está abierto a todas las personas (artistas, diseñadores y aficionados), interesadas en desarrollar proyectos alrededor de las artes gráficas.	https://www.tallertréz.com/
Casa Nuda	6 años	Fundación	Se trata de un lugar de innovación social a través del arte y la creatividad. Sus instalaciones y su locación son propicias para proyectos audiovisuales, exposiciones y eventos.	https://www.facebook.com/CasaNuda/videos/2057214797853669/
Casa AICHH	8 años	Taller artístico	Un espacio conformado por diseñadores y artistas apasionados por el arte urbano. Se autofinancian vendiendo productos hechos por los mismos artistas que en la práctica aprenden del quehacer gráfico.	https://www.instagram.com/aichstagram/
Antípoda (Formación y visibilización)	3 años	Centro cultural independiente	A través de la promoción y el desarrollo de espacios artísticos como ferias, exposiciones, talleres, convocatorias, charlas, presentación de performances, conciertos, entre otros. Dan visibilidad a artistas emergentes tanto nacionales como internacionales y logran su auto-financiación.	https://www.facebook.com/AntipodaBogota/?ref=page_internal
Casa Tinta (Formación y difusión)	9 años	Espacio independiente enfocado a la ilustración y las artes gráficas	Casa Tinta es el espacio físico (y la marca) en el que se realizan distintos eventos como exposiciones, talleres y espacios de encuentro para artistas gráficos mayoritariamente. Se autofinancian con eventos de escala nacional e internacional como el congreso fig, en el que le cobran a la comunidad interesada por asistir a charlas, revisiones de portafolio, talleres, etc. con artistas profesionales tanto colombianos como de otros países.	http://casatintabogota.blogspot.com/
El Tintero: Empieza, desarrolla y termina tu proyecto	9 años	Espacio independiente centrado en artes visuales y afines	El tintero acoge a los autodidactas, estudiantes, profesionales y emprendedores dedicados a las artes visuales, la ilustración, el diseño o afines ofreciendo una serie de ciclos para orientar y desarrollar proyectos de la mano de un muy completo e interdisciplinar equipo de asesores. El proyecto se mantiene gracias a la inversión que hace el público objetivo para la asesoría de sus proyectos.	http://casatintabogota.blogspot.com/2015/05/el-tintero-proyecto-desarrollo-y.html
FONDO EMPRENDER del SENA (Gestión y financiación)	18 años	Fondo estatal	Dirigido a todo tipo de emprendedores y no sólo a artistas. Es un fondo de presidencia administrado por el SENA. Se financian con fondos públicos, privados y de los emprendedores que entran a tomar asesorías de negocio dictadas por el SENA y entidades externas como PRANA.	http://www.fondoemprender.com/SitePages/Home.aspx
LA INCUBADORA (Formación)	3 años	Programa distrital	Programa de incubación de Idartes para proyectos de las industrias culturales y creativas. La incubadora es un proceso de formación y fortalecimiento para proyectos de las industrias culturales y creativas en etapas tempranas de implementación.	https://idartes.gov.co/es/lineas-estrategicas/emprendimiento-e-industrias-culturales/la-incubadora
PLATAFORMA BOGOTÁ (Formación, creación y difusión)	10 años	Programa distrital	Plataforma Bogotá es un laboratorio interactivo de arte, ciencia y tecnología, que promueve la creación, investigación, formación y difusión de proyectos interdisciplinarios entre un público de diferentes edades y niveles de formación. Es un proyecto que pertenece a La Alcaldía de Bogotá, desde la Línea Estratégica de Arte, Cultura Científica, Tecnología y Ciudad del Instituto Distrital de las Artes-Idartes.	https://plataformabogota.gov.co/plataforma-bogota-laboratorio-interactivo-de-arte-ciencia-y-tecnologia

INCUBADORAS Y GESTORAS.

LA FERIA DEL MILLÓN (Visibilización y monetización)	6 años	Feria de iniciativa privada	La Feria del Millón, tiene como intención abrir un espacio donde nuevos artistas y talentos puedan dar a conocer su trabajo y a la vez fomentar una cultura de nuevo coleccionismo en el país. Se financian cobrando un porcentaje sobre las obras vendidas, con fondos públicos y privados.	https://feriadelmillon.com/
PROYECTOS TESIS – Museo de Arte Contemporáneo Bogotá (Visibilización)	17 años	Programa de entidad sin ánimo de lucro	Esta iniciativa brinda estímulos que permiten a los ganadores el desarrollo de nuevos proyectos artísticos, el seguimiento de sus carreras, además de vincularlos a la curaduría que lleva a cabo el museo. Para muchos artistas es la primera vez exponiendo en un museo lo cual favorece muchísimo su hoja de vida. Para complementar el proyecto se creó el Banco de Tesis que actualmente alberga 1300 trabajos de grado para así permitir a estudiantes, docentes e investigadores tener un panorama mucho más amplio de las artes en el siglo XXI en Colombia.	http://www.mac.org.co/exposiciones/actual
CLUSTERLAB Red para las industrias creativas del Eje Cafetero (Networking y redes)	6 años	Iniciativa abierta de carácter colaborativo	Es una plataforma virtual para la interacción entre empresas y emprendedores culturales del Eje Cafetero. Más que una incubadora es una red que permite la interacción de diferentes agentes. Ofrece cursos, asesoría y la posibilidad de hacer networking. La plataforma se concibe como un repositorio de aplicaciones existentes en la red, a la manera de las interfaces de programación de aplicaciones, las cuales posibilitan la comunicación entre componentes de software, bibliotecas y plataformas especializadas. Buscan facilitar el trabajo en red, la visualización de las empresas y emprendimientos, la formulación de nuevos proyectos, su financiación formal o no formal y el trabajo colaborativo entre empresas e industrias creativas nacionales e internacionales.	http://www.clusterlab.co/
MA CONDO LAB. CENTRO EMPRESARIAL E INNOVACIÓN (Gestión, formación y tecnología)	6 años	Iniciativa independiente	Es una incubadora y aceleradora de proyectos en Barranquilla que fomenta el crecimiento económico de las nuevas empresas y las pequeñas empresas de base tecnológica. Se financian con fondos públicos y privados. Es una iniciativa de INCUBADORA, un programa del Ministerio de Comercio colombiano que brinda asesoría y acompañamiento para emprendedores. Esta institución identificó cuatro estadios críticos en los emprendimientos y creó una propuesta en la que los emprendedores deben ir superando un reto correspondiente a cada estadio, para poder continuar al siguiente. Estos retos son: conocerse, conversación con expertos, conectarse con asesores y levantar capital.	https://macondolab.com/#
ALDEA (Gestión y formación)		Programa estatal		http://aldeainnpulsa.com
APPS.CO (Gestión y Tecnología)	8 años	Programa estatal	Es un programa del Ministerio TIC que tiene como objetivo promover y potenciar la generación, creación y consolidación de negocios a partir del uso de las TIC, haciendo especial énfasis en el desarrollo de aplicaciones móviles, software y contenidos. Actualmente Apps.co cuenta con cuatro fases de acompañamiento: Exploración, Descubrimiento de Negocios, Crecimiento y Consolidación y Expansión.	www.apps.co
TEAM STARTUP COLOMBIA	1 año	Programa estatal	Su línea de acción es a través de entrenamiento, que es una serie de cursos gratuitos en temas de negocio, marketing, diseño, social media, conceptos legales, etc. y convocatorias con diferentes objetivos y en diferentes etapas en que se encuentran las empresas.	www.teamstartup.gov.co
PRA NA	19 años	Fundación sin ánimo de lucro	Esta incubadora busca impulsar el sector cultural y creativo del país apoyando la comercialización de productos y servicios que puedan impactar en el mercado global, mientras que fortalecen el sector económico, educativo y social.	https://pranasbdc.org/

El proyecto consiste en diseñar un modelo de gestión cultural que busca llevar el arte, la ciencia y la tecnología a distintas regiones y ciudades del país por medio de una exposición itinerante e innovadora que vincule estos tres campos de una manera transversal. Todo esto con el fin de generar experiencias y aprendizajes para distintos públicos (Corredor, Dunga, Jaramillo y Rave, 2015, p. 5).

Algunas instituciones públicas y privadas han creado estrategias para impulsar esta convergencia de saberes, instituciones a las que MUSA, como incubadora de proyectos artísticos, debe prestar especial atención, ya que pueden ser de utilidad para la visión de la empresa. Entre ellas se encuentran: el Parque Explora (Medellín), Maloka, Plataforma Bogotá (FUGA), Planetario de Bogotá y Colciencias (Bogotá), el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y el Ministerio de Cultura.

Conclusiones

Todos estos trabajos desarrollados por emprendedores, instituciones públicas y empresas privadas permiten comprender el amplio panorama en el cual se llevan a cabo proyectos de gestión e incubación de propuestas artísticas. Empero, develan a su vez los vacíos que existen entre las distintas alternativas, lo que permitirá tomar una decisión en la continuación de la investigación respecto al desarrollo y construcción de la propuesta de valor de MUSA.

De igual forma, a pesar de que las políticas públicas apuntan a apoyar las iniciativas creativas y culturales, aún hace falta mucho apoyo al arte emergente. De esto es de lo que parecieran estar responsabilizando las iniciativas de las gestoras e incubadores en el país. Todas, partiendo del propósito de apoyar a esos creadores que todavía no cuentan con lo necesario para insertarse en el mercado del arte.

Por otra parte, esta amplia visibilidad de oferta y demanda en el mercado evidencia la pertinencia del quehacer de la incubación y la gestión; pero, así mismo, de la necesidad de crear empresas con nuevas y actualizadas propuestas de valor. En todo caso, y tomando en cuenta la búsqueda realizada, aún no se encuentra un tipo de empresa que se pueda denominar como “especializada” en artistas y arte emergente. En consecuencia, se observa un nicho con gran potencial en donde MUSA puede dar grandes resultados con la ayuda de una oferta dirigida a un público delimitado. Finalmente, se observa que, por ahora, muchas de estas iniciativas se encuentran algo dispersas y trabajando de forma independiente, lo que impide el reconocimiento de proyectos y logros. Así que queda puesta la mirada del proyecto MUSA no sólo sobre la toma de decisiones respecto a su ejercicio a nivel interno, sino también sobre la creación de espacios y mecanismos que impulsen una economía colaborativa. Esto se podría lograr por medio de la organización de estas entidades en un clúster que permita potencializar y apoyar a artistas y creadores de todo el país.

Referencias

- Almeda, R. (1998). Hacia el concepto de creador emergente. *Revista Casa del Tiempo*. <http://www.uam.mx/difusion/revista/julio-agosto98/crea.html>
- Alcaldía Mayor de Bogotá & Cámara de Comercio de Bogotá. (2008). *Financiación de la empresa: ¿Qué se necesita saber y dónde conseguir dinero?* Legis S.A. https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/1011/3431_2008_3cartilla_conseguir_dinero.pdf?sequence=1&isAllowed=y Cluster industrias creativas CCB.
- Así hacen arte las nuevas generaciones de Colombia. (30 de octubre de 2018). *Revista Semana*. <https://www.semana.com/cultura/articulo/la-forma-de-hacer-arte-de-los-emergentes-en-colombia/588847/>

- Canal Trece (29 de septiembre de 2019). *Emprender en cultura en Colombia: difícil pero no imposible*. <https://canaltrece.com.co/noticias/emprendimientos-industrias-culturales-creativas-economia-naranja-colombia/>
- Decreto 697 de 2020. Por el cual se adiciona el Decreto 1080 de 2015, Único Reglamentario del Sector Cultura, y se reglamentan los artículos 1790 y 1800 de la Ley 1955 de 2019, Ley del Plan Nacional de Desarrollo 2018 - 2022, Pacto por Colombia, Pacto por la Equidad. 26 de mayo de 2020. <https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/DECRETO%20697%20DEL%2026%20DE%20MAYO%20DE%202020.pdf>
- Dirección General de Empresa y Competitividad (DGEC). (s.f). *Financiación pública y Ayudas y Subvenciones: Conoce los recursos públicos de financiación archivos*. Conecta Financiación. https://extremaduraempresarial.es/conectafinanciacion/formas_de_financiacion/financiacion-publica/
- Duque, I., & Buitrago, F. (2013). *Economía Naranja: una oportunidad infinita*. Puntoaparte Bookvertising. https://www.academia.edu/27370463/La_economia_naranja_Una_oportunidad_infinita_Felipe_Buitrago_e_Ivan_Duque
- Fernández, S. (14 de junio de 2020). Propagando el arte Colaborativo. *El Espectador*. <https://www.elespectador.com/noticias/cultura/propagar-arte-como-un-virus-por-spread-proyecto-de-arte-colaborativo/>
- Frey, B. (2000). La economía del arte. *Colección estudios Económicos*, Número 18. https://www.caixabankresearch.com/documents/10180/54279/ee18_esp.pdf
- Fuentes de financiación para proyectos y empresas creativas clúster de industrias creativas y contenidos de Bogotá. https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/14392/Fuentes_Financiamiento_Proyectos_Creativos.pdf?sequence=1
- Londoño, F., López, P., Montoya, D., D'abbraccio, G., Cuartas, C., Gómez, E. & Marín, P. Universidad de Caldas y Universidad Nacional. (2011). *Caracterización de fuentes de financiamiento para empresas culturales en el ámbito público y privado, nacional e internacional*. <https://www.mincultura.gov.co/areas/fomento-regional/Documents/P.02.4.-IF-UCALDAS1.pdf>
- López, J. (15 de noviembre de 2018). Así funcionan las iniciativas sociales de los artistas y agrupaciones nacionales. *La República*. <https://www.larepublica.co/responsabilidad-social/asi-funcionan-las-iniciativas-%20sociales-de-los-artistas-y-agrupaciones-nacionales-2793637>
- Manifestaciones culturales de artistas emergentes. (s.f). <https://cartelurbano.com/seccion/arte/manifestaciones-culturales-de-artistas-emergentes>
- MAPSI. (2016). *Gestión de Proyectos Artísticos con Impacto en la Sociedad. Guía de estudio*. https://issuu.com/mapsiproject/docs/mapsigu_a_de_estudio?fbclid=IwAR2-SluOgcsIr7NpveB3u9eUOh5yVxD_Ye_ApuOQrVfjx3KNE97vSiGleU4
- Peña, J. (17-20 de octubre de 2017). *Vivir del Arte. Artistas emprendedores para la dinamización del mercado del arte plástico y visual*. 2ndo Congreso Latinoamericano de Gestión Cultural, Cali, Colombia. <https://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/bitstream/handle/123456789/571/CLGC150.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rivas, M. (11 de septiembre de 2015). ¿Qué tan difíciles ser artista independiente en Colombia? *Vice*. <https://www.vice.com/es/article/mvy88q/qu-tan-difcil-es-ser-artista-independiente-en-colombia>

Rubens Bayardo. (2018). Repensando la gestión cultural en Latinoamérica. En: Carlos Yáñez (Ed.) *Praxis de la gestión cultural* (pp.17-31). Universidad Nacional de Colombia. <https://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/bitstream/handle/123456789/705/Praxis%20de%20la%20gestio%CC%81n%20ocultural.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Universidad UNIACC. (17 de abril de 2019). *¿Qué es la gestión de proyectos artísticos?* <https://blog.uniacc.cl/que-es-la-gestion-de-proyectos-artisticos#:~:text=La%20gesti%C3%B3n%20de%20proyectos%20oculturales,en%20funci%C3%B3n%20oun%20material%20art%C3%ADstico.>