



OPENSOURCE#2

DOKUMENTUA / DOCUMENTO

DOKA Antzokia (Donostia), 2014.09.27

Hitzegiteko proposatuako gaiak / Temas propuestos para el diálogo:

- asesoramiento económico y financiación
- músicos y hosteleros, ganancias económicas justas. Trabajo
- cultura alternativa y vivir de ello

- qué es la cultura alternativa
- experiencias externas

- recursos/ baliabideak
- carencias y necesidades
- compartir conocimiento de locales de la zona

- cultura alternativa y 2016, ¿subordinación o resistencia? ¿Lo común?

- cómo generar espacios donde poder crear y compartir proyectos y creaciones
- unión de disciplinas

- cómo generar público, cómo hacerlo atractivo

- barreras normativas e institucionales

- unión sostenible
- colaboración, aportación
- captación de colaboradores, ¿cómo?

Akzio proposamenak / Propuestas de acción:

- Proceso de concreción de la identidad
- Cómo hacer la unificación
- Encuentros
- KA. Arranque y programación conjunta

- Caja estándar
- Comunicación interdisciplinar
- Curso de autogestión musical
- Evento inicial
- Espacios de creación

- Gratis menores de 23 años
- Campamento de rock
- Hábitos y conciencia
- Bonos

Proposaturiko gaien elkarrizketei buruzko aktak / Actas de los diálogos sobre los temas propuestos

- asesoramiento económico y financiación
- músicos y hosteleros, ganancias económicas justas.

Trabajo

- cultura alternativa y vivir de ello

2 puntos de vista: artista y local

¿Hasta que punto es bueno que haya mucha oferta cultural?

¿Qué tipo de cliente pide cultura? Educación cultural

Bares-> conciertos de tarde

Salas-> conciertos de noche

Programar actuaciones entre locales para no solaparse

Buscar una asociación que coordine locales, asociación hosteleros.

Se está estableciendo nuevas costumbres de horarios en la cultura.

Buscar horarios alternativos a público más mayor.

Como culturizar a la gente? ¿En las escuelas?

Una caja de un color en cada local para aportaciones para el músico, con un cartel explicando respeto, actuación en silencio... (un decálogo de respeto, actuación en silencio (un diálogo del respeto, y de pagar por la actuación).

Urge coordinarse todos YA.

La gente consume lo que conoce.

¿Como generar público para hacerlo atractivo?

- qué es la cultura alternativa
- experiencias externas

Cultura alternativa / Cultura "BASE"

¿La palabra alternativa puede tener connotaciones políticas?

Llamándole de una manera más neutra, transparente. Cultura base.

¿La cultura alternativa tiene barreras? (para definirla) Tiene una definición exacta? En principio no.

Cultura base es algo que no tiene el apoyo suficiente, auge necesario.

Alternativo-> Autogestionado / No comercial Cultura base->

Amateur

Alternativa-> Profesionalización

Hay una dificultad a la hora de definirlo

Usamos la diferencia entre 1) contenido y 2) medios de los que dispone/fama

Alternativo-> Hace lo que le sale, no adultera o modifica el contenido para "gustar" o para recibir beneficios.

Ainara Legardon: Artista alternativa que da seminarios sobre :

- autogestión/derecho de autor - profesionalización de lo alternativo

SGAE : Puedes considerarte alternativo si formas parte de ella?

Puede haber gente compositora que no sea interprete, empieza el debate si se es alternativo o no?

Bjork es una artista alternativa, que ya ha conseguido los recursos.

A quién se le quiere dar una oportunidad/apoyo? A lo alternativo o a lo base?

Experiencias externas:

Asociación de cantautores en Pamplona, "Bardo Escalbo". Grupo de cantautores que se unieron. Cogieron local, lo reformaron y se asociaron (pagando cuota).

Francia: Movimiento artístico y cultural, desde hace 12-15 años hay un estatus de artista: Normativa que les permita, desde la cultura de base, profesionalizarlo. Seg social, paro,... recorte de derechos? Huelgas, boicot al festival de Cannes

Asociación de Músicos de Euskadi. Iñaki Salvador. Se intentó imitar el método francés y fracasó.

Suecia: Gente de grupos musicales, asociaciones de artistas, demuestran los gastos que se realizan en reformas, material, etc. al gobierno, se dan ayudas, con la condición de que se realicen funciones/conciertos un mínimo de veces al año.

Hay una empresa consultora que se dedica a presentar proyectos para recibir subvenciones que colabora con asociaciones sin ánimo de lucro.

- recursos/ baliabideak
- carencias y necesidades
- compartir conocimiento de locales de la zona

-> Forma de cobros de conciertos (asociaciones) / Musikari / consultoría a artistas /Legalidad

Asociaciones -> casos externos (asoc publicas, países nórdicos) -> ayuda subvenciones (recursos)

-> Promoción/Patrocinadores -> Centralizar necesidades -> Plataforma para dar eco -> escaparate

-> Concienciación -> 1) publico 2(promotores

-> Locales/bares/galerías (espacios) -> Red = Foro -Artistas -locales - promotores

-> Crean sinergias entre diferentes asociaciones

-> crear bases de datos - formatos - presupuestos - redes

-> creación de un festival -> Plataforma de nuevos artistas

-> Diferentes segmentos/necesidades: amateur/hobby vs. Profesional

-> Diferentes necesidades que responden.

-> Econ, colaborativa (grupos principales vs. Teloneros)

Crear

redes

plataformas

– cultura alternativa y 2016,¿subordinación o resistencia?¿Lo común?

- Desconocimiento sobre 2016 -> Interpretaciones erróneas
- Aunque interesante para 2016 escuchar opiniones de los demás
- 2016 ha tenido falta de funcionamiento por incapacidad política y de gestión
- Quieren crear la “Marca Donostia”, y acaparar con todo
- 2016 son facilitadores, quieren que la gente, la ciudadanía, genere y crea (por ellos mismos)
- 2016-> Branding urbano, gestión de la diversidad
- Quieren utilizar a la gente para una marca (Olatu talka): “olas de energía ciudadana”
- Existen opciones diferentes para colaborar con 2016
- La gente propone acciones a 2016 y no encuentran acogidas cavales.
- Hay una homologación que deja fuera muchas propuestas q se hacen a 2016.
- Es gratis acceder a 2016? Cuanto cuesta?
- La industria turística está expectante con la pasta de 2016.
- Difícil de medir lo que se está haciendo en 2016
- Más importante el trabajo de costumbres o de gestión humana que está haciendo 2016, que el dinero que opta.
- 2016 por ejemplo, está creando redes, con musika eskolas, Talkalive, proyectos compartidos con agentes externos....etc... (esto no tiene medición en euros)
- 2016: ombligismo
- Donostialdea: 315.000 habitantes.

- Como alcanzar objetivos de las convocatorias: incluir programa de plantea y denunciar convocatorias donde acude salo la gente cercana.

Embrutecimiento y mercantilización de la cultura: cultura como un consumo más.

- Ajustar las expectativas sobre 2016. No puede ser solución a todo.
- La desinformación crea expectativas. Proyecto y expectativas.
- Creación de espacios de reflexión a creativa sobre cuestiones.
- Vínculo económico y promoción turística, mediatización: circo
- 2016 ocupa un núcleo del espacio psicológico de la ciudad.
- Aportación a la ciudadanía?
- coste/beneficio positivo para la ciudad.
- Inicio lastrado por el gobierno anterior.
- Deseo de algunos de quieren desarrollar la marca Donosti.
- 2016 debe aportar positivamente en la gestión de la diversidad
- Contradicciones pero proyectos que pueden mejorar- romper cultura de silencio generada por el conflicto
- Cada cual se hace su película sobre 2016 -> desconocimiento
- Marketing urbano-> poco cultural
- Tabakalera-> buque insignia
- Arteleku -> sigue vivo.
- ¿Como identificar las fuentes de la brutalización? -> Practicas y plan para resolverlo.

– cómo generar espacios donde poder crear y compartir proyectos y creaciones

– unión de disciplinas

– Recurso digital de conciencia -> Proyecto

– Lugar de depósito para desarrollar

– Espacios físicos para desarrollo de proyectos

– Perversión de la creatividad “si no hay locales para que haga un grupo....”

–Arteleku-> hermetismo -> hace falta apertura

– HUB

– cómo generar público, cómo hacerlo atractivo

– no cobrar entrada a menores de 23 años. Facilitar el relevo generacional. Si hay problemas de aforo, se puede reservar un número de entradas.

– A veces no es del todo benéfico poner entrada gratuita. O viene menos gente pensando que el concierto no merece, o viene gente pero no tan interesad@ y molesta.

– ¿Por qué un grupo extranjero puede atraer a más gente en principio que en uno de aquí?

– Precio de la entrada: 3 o 5 euros: hay tanta diferencia? Gratis?

– Unión: Bertsozale Elkartea. Unirse todos los grupos de bertsolaris en 1. Y tomar decisiones en conjunto y hacerlo “atractivo” en común.

– No cobrar a la gente que tiene grupos de música, que está parada,...o precio reducido.

– Helldorado: Bono para los conciertos. Pagando una cuota o mensualidad tienes derecho a ir a una serie de eventos, gratis o entrada reducida.

– Hacer atractiva la cultura alternativa. Hace falta tener un conocimiento “técnico”. Talleres de gestión musical: Como organizar conciertos, giras, promo, cómo grabar un disco, organizarte una rueda de prensa,....

– La asociación ha de encargarse del trabajo de promo, etc. de cada banda?

O sólo de encargar del asesoramiento? Autogestión VS. Gestión externa.

– mucha asociación –Musikari – Musika zuzenean– Kulturalive ... que actúan por su cuenta, lo ideal unificarlo.

– Crear una plataforma atractiva y en común.

– Empezar por abajo (por los grupos) es difícil. Lo ideal sería hacer una lista de todas las agrupaciones culturales/asociaciones e intentar contactar con ellas para unificar esfuerzo. A partir de eso hacer una base de datos con bandas organizadas por estilos/localidad para a la hora de montar bolos facilitar las cosas.

– Txiki Jazz, llevar a los niños/escuelas de música, estimulación y descubrir.

Misma idea para personas mayores.

– barreras normativas e institucionales

- No hay licencia
- Tocar en la calle -> problemas con la ley
- Instituciones -> Cerradas, frenan ideas.
- Asociación -> Necesitan apoyo institucional, sobre todo en asesoramiento.
- Como constituir asociaciones? Existe el “consejo de participación juvenil”
- las siguientes reuniones, como hacerlas?
- En grupo se consigue más fuerza.
- importante -> definir puntos clave .
- Hacer algo YA.
- Foro de intercambio de información. . Necesidades, ayudas....
- Base de datos.
- Topopass -Locales- grupos - promotores
- Hacer un “cuento” de manera que se implique más gente.
- Cuanta más gente, más fuerza.
- Abrirlo a la ente menos “militante”, un evento más lúdico.
- Aplicación APP: zarata.info

- **unión sostenible**
- **colaboración, aportación**
- **captación de colaboradores, ¿cómo?**

COLABORACIÓN / APORTACIONES ESTRUCTURA

IDEAS GENERALES PREVIAS

Necesaria una valoración del “Arte” frente a su banalización. Ideas como las ya comentadas de la “Caja azul”, en la que se conciencie al público sobre la no gratuidad del tiempo y el esfuerzo del artista y de los medios necesarios para expresarse se valoran positivamente.

LOBBY

Se plantea la creación de un “grupo de presión” o Lobby o una función como tal de la propia “Asociación/Plataforma” o la forma que adopte. Tenemos claro que este “movimiento” parte de nosotros, que somos los agentes culturales, además de consumidores de cultura. Este lobby social debe tener clara la defensa de los bienes e intereses comunes por encima de los particulares, aspectos que se deben perfilar en reuniones periódicas.

Este lobby es vital a la hora de enfocar la “educación”/”concienciación” del público. Una labor prolongada en el tiempo y que precisa de implicación institucional... y para conseguirla es absolutamente necesaria la existencia de un “grupo de presión” lo suficientemente “fuerte”.

PROGRAMACIÓN

Se plantea partir de temáticas generales con expresiones múltiples. Dedicar un día a la semana, por ejemplo, a un tema concreto, que

será explotado a nivel musical, pictórico, de danza etc. partiendo de ese tema central expresado de muy diversas formas.

De hecho, se considera interesante combinar dichas formas siempre que sea posible. Proyecciones visuales y música en vivo, por ejemplo, mezclando música en vivo e imagen como ya hicieron en su día Kiko Veneno o los mucho más cercanos Kakahuete.

IDENTIDAD

Se huye de un formato de Asociación al uso en el que a fin de cuentas todas las decisiones queden en manos de dos-tres individuos. Por lo que un aspecto central a debatir es la propia identidad del “movimiento cultural” y su estructuración interna.

Hablamos de “Comunidad” o “movimiento” o “plataforma” a la espera de definir la forma legal, que se considera secundaria, de momento, aunque necesaria a partir de un determinado momento.

VISUALIZACIÓN

La función primordial es dar a conocer, hacer visible, la creación cultural local, especialmente aquellas que quedan demasiadas veces al margen de los medios habituales o se quedan en breves reseñas o anuncios y promoción mínimos.

EDUCACIÓN

Se ha perdido la noción no sólo del esfuerzo económico de toda actividad cultural, sino su propio sentido, su necesidad. Aprender no sólo a valorar sino también a experimentar las expresiones culturales son el único modo de evitar que el público consuma únicamente ocio “industrial”, o “cultura mainstream” .

PRESPPECTIVA SOCIAL

Se considera algo secundario, incluso prescindible, especialmente en épocas de crisis, y es preciso educar a la propia sociedad, en un trabajo de largo recorrido, para remarcar su valor no sólo económico

sino también, y muy especialmente, marcadamente social. La cultura aporta más allá de sí misma toda una serie de valores que se están perdiendo en la actualidad, además de ser un bien (actualmente devaluado) para la sociedad.

FUNCIONES

Se pretende coordinar la programación cultural sin solapar actividades. Lo que obliga no sólo a una coordinación entre las plataformas/asociaciones/agentes culturales ya existentes, sino el desarrollo de herramientas comunes para lograrlo de forma efectiva. Por otro lado, este movimiento cultural debe cubrir una función de asesoramiento para los nuevos artistas, tanto para dar sus primeros pasos como para desarrollarse de forma semi-profesional e incluso darles unas pautas generales, una cierta formación, que les sirvan para ir más y mejor preparados al mundo profesional, si es que pueden llegar a ese escalafón.

Se plantea por tanto una Asesoría que desempeñe una serie de Servicios (promoción etc.) para el artista, o al menos le facilite el acceso a ellos.

ESTRUCTURA INTERNA

Para ayudar a la visualización, se apuesta por crear un grupo multidisciplinar que actúe como filtro de las actividades culturales, para encajarlas en la agenda común o plantear actividades conjuntas que combinen varias disciplinas, yendo de lo general a lo particular, no al revés. Se plantea una estructura interna de “abajo a arriba” en la toma de decisiones aunque se necesitaría una Estructura Profesional, lo que implica el pago de cuotas y/o otras vías de financiación. Una parte de la actividad sería “publicable” con contenidos públicos abiertos, las herramientas comunes de planificación y los servicios que se presten de formación etc. Mientras que otra será la información interna que maneje la propia dirección y la estructura interna de la propia “plataforma”

HERRAMIENTAS

Nos quedamos sin falta de tiempo para desarrollar más este punto, pero quedó clara la necesidad de una herramienta común, accesible y práctica para poner en contacto a todos los agentes culturales y dar visibilidad a la agenda cultural.

El punto primordial es disponer de una Base de Datos (BB.DD.) que integre a todos los agentes culturales, desde los propios artistas a los promotores pasando por los propietarios de espacios para la expresión cultural... así como a los medios de comunicación para llegar a los “clientes”.

La idea básica es contar con una única página web o perfil social que integre a todos, y que con un solo click contacte con todos los medios a la hora de promocionar un evento o la totalidad de la agenda cultural del día/semana/mes.

NORMAS INTERNAS DE USO

Deben ser claras y simples, Y deben recoger la identidad que se haya decidido darle al movimiento.

FUNCIONES (II, las de la herramienta)

Facilitar la contratación, el contacto entre artista–agente–lugar
Impulsar el márketing, conectando acto–medios–público

GESTORES

Ya que se pretende una organización “de abajo a arriba” la estructura estará determinada por “gestores” más que “juntas directivas”, pero es necesario para una herramienta útil que exista también personal profesional y capaz para que sean herramientas útiles.

HERRAMIENTAS DE PROGRAMACIÓN COMUNES

La agenda debe ser común, de fácil acceso y uso. Y muy probablemente dependa de personal profesionalizado. Es imprescindible un asesoramiento

COMUNIDAD SOSTENIBLE

No se viene a sustituir lo anterior, sino a sumar a lo ya existente. A coordinar la programación y darle mayor visualización más que a dirigir. Y para ello queda claro que el organigrama, incluso profesionalizado, debería seguir un patrón de toma de decisiones de abajo a arriba.

Akzio proposamen aktak / Actas de propuestas de acción

- **Proceso de concreción de la identidad**
 - **Cómo hacer la unificación**
 - **Encuentros**
 - **KA. Arranque y programación conjunta**
-
- Haremos una fichas de registro para todos los que se adhieran a KA, así sabemos quienes son los integrantes
 - Con estas fichas haremos una base de datos
 - Iremos comentando por email y redes sociales las siguientes jornadas (fecha, duración, etc.)
 - Hay que hacer un breve escrito definiendo qué es KA, y para qué. También poner los 4 o 5 puntos mas importantes
 - Como captar más integrantes de KA?
 - La siguiente reunión dentro de 1 mes podria estar bien
 - Xpressionk gestiona el tema del papeleo (en caso de que haga falta) hasta que definamos que figura jurídica tenemos.
 - Una carpeta dropbox con todas info que tengamos?
 - Una memoria de programación conjunts puede ser interesante para que se visibilice todo el proyecto

- Caja estándar
- Comunicación interdisciplinar
- Curso de autogestión musical
- Evento inicial
- Espacios de creación

CAJAS

- Diseño?
- Que eslogan? – plataforma ka – porque la caja – para el artista– explicar sus esfuerzos
- Que se llegue a dejar claro a nivel publicitario
- Tríptico
- Reparto cajas
- Se divide el interior de la caja ente todos los artistas que participen en el evento -> diferentes disciplinas
- Coste de construcción de las cajas.
- Caja virtual? También

COMUNICACIÓN INTERDSICIPINAR

- Puente de comunicación para colaboración entre artistas
- Visualización de todas las disciplinas
- Implicscion de todos en todas las disciplinas
- Reuniones previas para organizar el asunto multidisciplinar
- Los artistas músicos etc que tengan un modo de presentar a los ka sus trabajos embrionarios para que los demás puedan sumarse o compartir o ayudar o publicitar boca a boca y demas.

EVENTO INICIAL

- expo de diferentes disciplinas
- ¿Dónde? Espacio publico mejor – lo mas visible posible (Kultur etxe)
- ¿se necesitan recursos?
- Punto de tertulia al final entre los artistas y el publico (después del evento o catering)
- Utilizar todos los recursos para hacerlo visible (internet, medios, y demas plataformas)
- Caja para el poncho común
- El dinero recaudado en las cajas comunes destinarlo al bien comun
- Sacar un video , fotos y demas del evento

ESPACIOS DE CREACION

- Lugar donde compartir ideas, maquetas , boletos, guiones, proyectos en general , es decir, ponerlos en un espacio físico (común) que legue al conocimiento y a la inspiración colectiva
- Al rescate del bellas artes!

- Bonos
- Gratis menores de 23 años
- Campamento de rock
- Hábitos y conciencia

BONOS:

- Una manera de fidelizar a la gente que acude a conciertos. Problemas? Que todo el mundo se ponga de acuerdo (salas, promotores, etc.) darse a conocer?
 - Una propuesta: Pagando una mensualidad y tener un “carnet” con el que conseguir descuentos en los conciertos de ese mes. También puede servir para ir a las exposiciones de arte de artistas pertenecientes a la asociación.

GRATIS MENORES DE 23 AÑOS.

Puede hacerse a modo de promoción. Una posibilidad es aplicar el descuento a gente con ese carnet, o que sea parte de la asociación. No tiene porqué ser gratis (un descuento de entradas) y se puede aplicar a jóvenes, a padres, a jubilados,....

ESCUELA DE ROCK

3 variantes:

- Hacer “semana de la música”, como el Zinemaldi en el que se lleve a los alumnos a actuaciones
- Clases de música especiales. Fomentar el gusto por la música. NO TXIRULA! ¿extraescolar?
- Campamento de Verano. Incluso para los niños.

Una serie de quedadas/cursillos en los que impartir conocimientos (historia de la musica, funcionamiento de un concierto/banda)

CREAR HABITOS/CONCIENCIA

- Organizar quedadas artista- público en la que acercarte a conocerles. En presentaciones de disco, antes del concierto una quedada/conversación. Este tipo de iniciativas puede crear un gusto en la gente por ir a eventos.