

CARDO  
CARO  
CARO

1ª Edición 2015

D.R. © Universidad Nacional Autónoma de México

Avenida Universidad 3000

Universidad Nacional Autónoma de México, Ciudad Universitaria

C.P. 04510

Ciudad de México, D.F., México

#### Proyecto

José Miguel González Casanova

#### Imagen de CACAO

Alejandro Magallanes

#### Diseño editorial

Selva Hernández

#### Edición

Vanessa López

Amauta García

#### Fotografías de la exhibición

Brenda Ortiz

#### Museo Universitario del Chopo

Dr. Enrique González Martínez 10

Col. Santa María La Ribera

Del. Cuauhtémoc

C.P. 06400

Ciudad de México, D.F., México

#### Consejo Nacional para la Cultura y las Artes

Av. Paseo de la Reforma 175, piso 14

Col. Cuauhtémoc

Del. Cuauhtémoc

C.P. 06500

Ciudad de México, D.F., México

#### Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura

Avenida Paseo de la Reforma y Campo Marte S/N

Col. Polanco Chapultepec

Del. Miguel Hidalgo

C.P. 11560

Ciudad de México, D.F., México

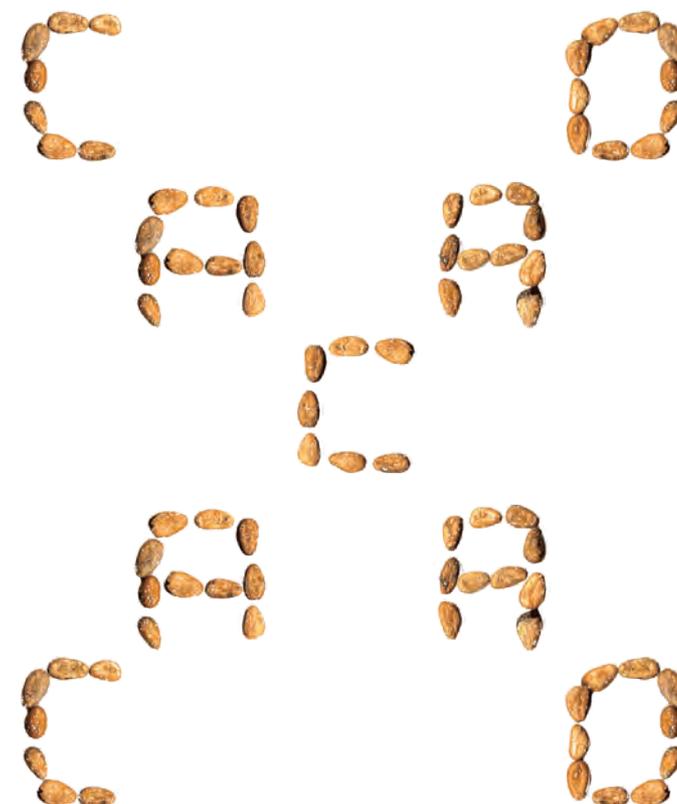
ISBN: 978-607-02-7244-8

“Beca Pintura Nacional”

“Prohibida la reproducción total o parcial por cualquier medio sin la autorización escrita del titular de los derechos patrimoniales”.

“Producción realizada con el beneficio derivado del artículo cuadragésimo segundo del Presupuesto de Egresos de la Federación 2012”.

Impreso y hecho en México.



## **TIANGUIS DE CACAO**

TIANGUIS DE CACAO  
(COOPERATIVA AUTÓNOMA DE COMERCIO ARTÍSTICO DE OBRAS)

### **1. Presentación**

José Luis Paredes Pacho

### **2. Proyecto**

José Miguel González Casanova

### **3. Moneda**

### **4. Conferencia magistral**

Reflexiones y prácticas de la producción cultural independiente / Eduardo Cruz, Eduardo Nivón,  
Ernesto Piedras, Fran Ilich, José Miguel González Casanova y José Luis Paredes Pacho

### **5. Artistas invitados**

Alejandro Rincón / TACO

Alfadir Luna

Antonio Vega Macotella

Daniel Godínez Nivón

Fran Ilich

Jota Izquierdo

Pinto mi Raya

Taniel Morales

Tráfico Libre de Conocimientos

Yutsil Cruz

### **6. Productores invitados**

Asamblea Comunitaria Miravalle

Colectivo 1050°

Ediciones Acapulco

Ediciones Joc Doc

Fábrica Social

La Casa Tropical

La Ceiba Gráfica

Laura Valencia Lozada / Unión de Coeditores Gráficos

Martha Hellión

N.A.A.F.I

Primal

### **7. Seleccionados por convocatoria / Becarios**

Alejandro Gómez-Arias

Colectivo Hilvana

Colectivo Santiaguero  
Cráter Invertido  
Daniel Ruvalcaba Aguilar  
Grrr!VIRUS  
Laboratorio Móvil de Investigación Gráfica  
Mosaideko  
Pitayas  
Plataforma de Investigación Nerivela  
Próximo Desliz  
Vladimir Flores García

### **8. Seleccionados por convocatoria / Menciones honoríficas**

Colectivo Radiador  
Julio Alejandro Hernández  
Taller NU  
Verde Corazón  
Xilo Moda

### **9. Microexpositores**

Aether  
Alias Editorial  
Anal Magazine  
Arta Cerámica  
Atelier Romo  
Candela  
Casa Vecina  
Casete  
Cata con Amor  
Cha Cha Cha  
Cusibani  
Del Bien  
Ediciones Hungría  
Endosando Ideas  
Fanzinorama  
Ficticia Editorial  
Horsehead  
Hostería La Bota Cultubar  
Hysteria Revista  
Inanimal  
Inés Estrada  
IN.SEEK.TOO  
La Caja de Cerillos Ediciones  
La Imagen del Rinoceronte  
La Nave de las Cosas Ricas

Lagos del Mundo  
Little Yummy Jewelry!  
Lørdag & Søndag  
Macadamia Props  
Manolarga  
Marañas, el Lado B de la Cultura & Sílice Ecolamp  
Marca Reciclada  
María Rosa Manzini  
Metro Huerto  
Mi Verde Morada  
Modopactua  
PéekToys  
Rituales Contemporáneos  
Rodete  
Siembra Merced  
Sophie Massun  
Tigre Ediciones de México  
Tititown  
Toloache  
Viumasters

### **10. Crónica de los talleres**

Experimentación gráfica / Asamblea Comunitaria Miravalle-Santa María La Ribera  
Taller de mapeos subjetivos / Plataforma de Investigación Nerivela  
Parcial o total / Taniel Morales  
Talleres de coedición y tipos móviles / Laura Valencia Lozada-Unión de Coeditores Gráficos  
Crea tu propia luna Ixchel, la toalla femenina / Andrea Amorales-Grrr!VIRUS  
Tu nombre es una joya / Mosaideko  
Media-lab / Colectivo Radiador  
Suprarreciclad@s / Julio Alejandro Hernández

### **11. Conferencias**

Conversatorio: Economías secundarias II / Alejandro Gómez-Arias  
Conferencia: Nuevas economías en el arte y presentación de Laura Valencia Lozada-Unión de Coeditores Gráficos  
Mapeo, reconocimientos y apropiación del espacio público como espacio de participación social / Laura Janka, Alberto Martínez, Julien Salabelle / Moderadoras: Carolina Alba y Ana Lacorte  
MakerMex, las impresoras 3D en México / Luis Pacheco y Josué Sánchez

### **12. Notas de museografía**

### **13. Semblanzas**



### IN.SEEK.TOO

#### ROPA SUSTENTABLE

95% ALGODÓN ORGÁNICO  
5% ELASTENO

Hecho de una agricultura respetuosa del medio ambiente, su cultivo requiere de plaguicidas y pesticidas con desechos y pesticidas de origen natural, sin fertilizantes ni pesticidas.

#### TINTES NATURALES

Hechos con hierbas como paja de arroz, coque de caña, papaya y taronja. El agua resultante del tinte se consume en la planta y se reutiliza, se evita el uso de agua.

#### IMPRESIÓN BASE AGUA

Los tintes a base de agua contienen la mínima cantidad de metales pesados, plomo y de origen orgánico descomponible, así como la cantidad mínima posible de compuestos químicos.

#### PRENDA MULTIFUNCIONAL

Este artículo cumple en una, reduce el consumo, evitando desperdicio de tela y la oferta y el desarrollo, se evita el desperdicio de la energía industrial, mejorando la calidad de vida de las personas y el medio ambiente.

#### HECHO POR HUMANOS

100% MEXICANO  
MÁS CONSUME MENOS

### IN.SEEK.TOO



### IN.SEEK.TOO



## PRESENTACION

### JOSÉ LUIS PAREDES PACHO

Desde su fundación en 1975, el Museo Universitario del Chopo (MUCH) abrió su espacio a las expresiones culturales alternativas y emergentes, incluso consideradas marginales. Desde un inicio las manifestaciones subculturales y las propuestas experimentales circularon por el recinto universitario como reflejo de la efervescencia vital de la ciudad.

Experimentaciones literaria, *performance*, producción de fanzines, encuentros para el intercambio de grabaciones musicales no comerciales, así como la participación de colectivos de creadores y productores culturales, dieron al MUCH su carácter emblemático. El espacio se caracterizó por ser un lugar abierto a los barrios adyacentes y a las comunidades creativas que buscaban gestionar de manera directa sus proyectos artísticos o culturales. Muchas de ellas, influidas por la actitud del "hazlo tú mismo", exploraron en algunos casos modelos alternativos de producir y gestionar la cultura, generando distintos canales de distribución, nuevas redes de producir, intercambiar y circular contenidos, de lo que se derivan las actuales líneas estratégicas del Museo.

En el marco de dichas líneas, el Museo ha desarrollado distintos proyectos que buscan propiciar la reflexión crítica en torno a la producción cultural y artística independientes, con la intención de dar continuidad a la función del museo como catalizador de la ebullición cultural alternativa contemporánea. En 2012, este recinto convocó al artista José Miguel González Casanova quien propuso desarrollar el proyecto Tianguis de CACAO (Cooperativa Autónoma de Comercio Artístico de Obras), inspirado en alguna medida en la experiencia previa del Tianguis Cultural del Chopo que surgió aquí mismo en 1980.

En los últimos años han proliferado los estudios sobre la cultura desde enfoques económicos que, en muchos casos, se centran en las dinámicas de las grandes industrias culturales, sobre las cuales ya se cuenta con sugerentes estadísticas y datos duros. De estos estudios se han generado paradigmas que tienden a extrapolarse al ámbito de las pequeñas economías mediante especulaciones y generalizaciones precipitadas, pues a veces carecen de suficientes descripciones y relatos sobre los productores directos de pequeña escala. Es decir, todavía son muy pocas las investigaciones sobre proyectos puntuales de pequeña

economía alternativa, así como los estudios de caso de sus circuitos específicos y sus redes.

Esta situación es aun más importante si reconocemos que estos universos son muy diversos y por ello difíciles de aprehender mediante tipologías generalizables. Los colectivos, las cooperativas, las asociaciones espontáneas, las microempresas, así como las iniciativas individuales de artistas de distinto signo no necesariamente se parecen unas a las otras. ¿Puede entonces hallarse un sólo modelo de economía creativa para tantas realidades? Es complejo, pues la mayoría de los casos están determinados por el contexto en el que operan y las comunidades con las que participan, de tal suerte que un modelo exitoso no necesariamente puede replicarse para un proyecto distinto. Lo anterior parece quedar más claro tras la experiencia de CACAO, donde muchos de los proyectos participantes operan cerca de las comunidades a las que benefician o con las que están relacionados. Sus hallazgos se deben negociar a cada instante, respondiendo al contexto singular y a sus comunidades.

CACAO se planteó distintas intenciones, hoy José Miguel González Casanova nos entrega un registro de esta experiencia en la que hubo mesas de reflexión, talleres y conferencias con especialistas en economía cultural, creadores, productores culturales y protagonistas, además del propio Tianguis. Un mapeo de algunos de los proyectos culturales y artísticos independientes que existen en la actualidad, constituye ya en sí una importante aportación para comenzar a cubrir algunas de las lagunas que existen sobre los temas de la autoproducción y la autodistribución sostenibles. A su vez, ¿puede una institución cultural fortalecer la autonomía de los colectivos de productores culturales independientes? La historia del Museo Universitario del Chopo demuestra que es posible. El proyecto CACAO pretende ser un ejemplo más de ello: una vía para la reflexión, dentro de un espacio institucional, sobre el estatus de las pequeñas economías culturales.





## PROYECTO

### JOSÉ MIGUEL GONZÁLEZ CASANOVA

El propósito del Tianguis de CACAO (Cooperativa Autónoma de Comercio Artístico de Obras) es fortalecer la producción cultural independiente y la creación de capital simbólico. En esta exposición participaron artistas, artesanos, diseñadores (gráficos, industriales, textiles y de moda), gestores culturales, editores (de libros, de fanzines y revistas, y de discos), músicos, especialistas en gastronomía y en el cultivo de huertos urbanos. Todos fueron elegidos porque exploran vías de producción-circulación de sus productos.

Los productores participantes están abriendo el intercambio con sus consumidores específicos: la intención de reunirlos en un espacio como el Tianguis de CACAO fue que al conectar esos numerosos y pequeños públicos se ampliara el mercado de cada uno. De esta manera, se favorece su autosustentabilidad y su autonomía ante la crisis económica que el sistema monetario ha creado en el mundo, que ha beneficiado el monopolio, la homogenización de la diversidad cultural y el espectáculo de la vida; en esta nueva etapa del sistema capitalista, que afirma la producción simbólica, la representación financiera y de las industrias del espectáculo como principal productora de riqueza.

Los objetivos de CACAO son:

a) Tener un sentido ecológico desde la extracción de la materia prima hasta el impacto del objeto cuando pierde su vida útil y es desechado; procurar la duración y la calidad del objeto y el reciclaje; no generar productos chatarra que contaminen la naturaleza, el cuerpo y la mente, y no explotar ni al hombre ni la naturaleza.

b) Establecer formas de relación social horizontales en los procesos de producción, distribución y consumo; integrar producción-consumo en un diálogo equitativo, con el reconocimiento de todos los participantes; formar equipos de trabajo, asociaciones productivas-creativas y cooperativas, y operar con el criterio de comercio justo e intercambiar con equidad.

c) Crear formas de conocimiento desde la concepción hasta el consumo de la producción; estetizar el proceso para ampliar la percepción, la vo-

luntad y la conciencia; establecer sensibilidades, identidades y saberes, modelos de vida e intercambiarlos para multiplicar la experiencia.

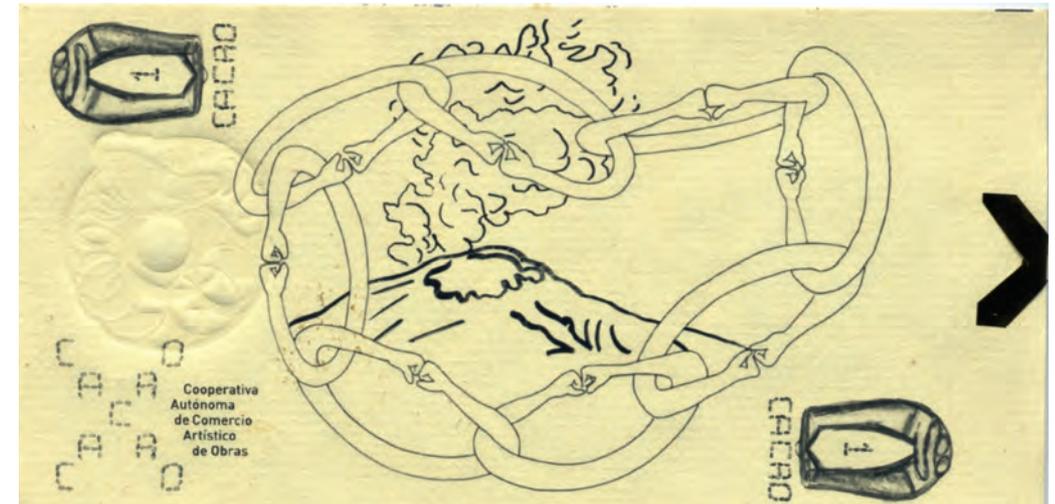
d) Producir y comunicar con un sentido pedagógico; generar procesos de enseñanza-aprendizaje integrados a la producción-consumo.

e) Crear sinergias económicas para aprovechar positivamente todos los recursos humanos y materiales con el objetivo de multiplicar los resultados; economizar la energía con justicia; aprovechar y multiplicar las energías creativas.

La exposición se presentó en el Museo Universitario del Chopo del 15 de noviembre al 8 de diciembre de 2013. Durante los sábados y domingos se activó la venta y el intercambio de productos en el Tianguis. Para favorecer el trueque, la Cooperativa puso en circulación la moneda de CACAO, que se podía obtener a cambio de servicios culturales o materiales que el público interesado ofreciera y con ella podía pagar un porcentaje del precio de los productos. El Tianguis estuvo formado por más de ochenta puestos, que ponían a la venta productos seleccionados por su alta calidad conceptual, formal y técnica, así como por formar parte de un plan de distribución y consumo de públicos específicos.

Los participantes fueron seleccionados en diferentes procesos: 10 artistas que trabajan el tema de arte y economía, invitados a través de una curaduría; 12 reconocidos productores culturales elegidos por una investigación y la recomendación de sus pares; 16 productores seleccionados por una convocatoria abierta y 48 microexpositores invitados porque sus productos son realizados con calidad. Éstos últimos se presentaron de manera itinerante cada fin de semana.

Otro de los objetivos fundamentales de este proyecto es constituir una Cooperativa Autónoma de Comercio Artístico de Obras para investigar procesos y proyectos, e incluso conformar nuevos canales de intercambio cultural y simbólico, a través de una acción colectiva y solidaria en sus cadenas de producción y distribución. CACAO conectará y dará visibilidad a proyectos que procuren formas de producción, intercambio y consumo abiertas, horizontales y creativas. Con ello se busca crear una red de economías autónomas que basen su producción en acciones solidarias y creativas, reunidas por el deseo común de hacer un mundo mejor.



### MONEDA

Durante la exposición se estableció un Banco de Tiempo, donde el público intercambiaba horas de trabajo con la Cooperativa para obtener la moneda y con ella pagar desde 10% hasta el valor total de los productos, según el criterio de cada vendedor. Con el intercambio se favorecía la participación del público en los procesos de producción. Después de seleccionarlos en la lista de horas de trabajo disponibles, los productores podían cobrar los billetes acumulados. A lo largo de la exposición recolectamos más de 650 horas de labores, desde actividades especializadas en trabajo cultural (dibujo e ilustración, traducción y corrección de estilo) hasta consultas médicas y servicio de taxi.



## REFLEXIONES Y PRÁCTICAS DE LA PRODUCCIÓN CULTURAL INDEPENDIENTE DIÁLOGO ENTRE TEÓRICOS DE LA ECONOMÍA CULTURAL Y PRODUCTORES DE CACAO

EDUARDO CRUZ, EDUARDO NIVÓN, ERNESTO PIEDRAS, FRAN ILICH,  
JOSÉ MIGUEL GONZÁLEZ CASANOVA Y JOSÉ PAREDES PACHO

**José Miguel González Casanova:** Me pareció muy importante generar con esta mesa un contexto teórico al Tianguis de CACAO, a la vez que provocar un intercambio entre los productores mismos y los destacados especialistas en economía cultural que nos acompañan. Para lo que les pido a nuestros conferencistas que empiecen con una participación breve, una exposición del tema, muy en lo general, para dar posibilidad sobre todo de un diálogo entre la mesa y los productores mismos. Tengo el gusto de presentar a nuestros invitados Eduardo Nivón, Eduardo Cruz, Ernesto Piedras, a nuestro compañero participante de CACAO Fran Ilich, y a nuestro anfitrión, el director del Museo del Chopo José Luis Paredes Pacho.

Les doy la bienvenida, muchas gracias por acompañarnos.

**Eduardo Nivón:** Buenos días. Muchas gracias José Miguel por esta invitación. Yo me siento como el ángel azul porque creo que soy el único que no debería estar aquí en este foro. Los que han trabajado realmente el tema son Ernesto y mi tocayo Cruz, y por el otro lado José Luis y Fran tienen tras de sí un trabajo de gestión que los enfrenta a la realidad y los hace aterrizar en muchos terrenos y no siempre suavemente. Midiendo los planteamientos que en general se hacen sobre esta relación entre cultura y economía, y sabiéndome un poco ajeno al tema, yo sólo voy a plantear algunas cuestiones que me llaman la atención sobre este asunto que nos convoca.

Ya no es una novedad discutir la relación entre cultura y economía; tal vez lo era hace 10 años. Precisamente la investigación pionera de Ernesto Piedras sobre el valor de la cultura abrió un panorama muy importante y yo creo que es valioso e interesante reflexionar acerca de lo que ha pasado en esta última década. Se abrió una discusión sobre cuál es el aporte de la cultura al producto nacional, a la riqueza nacional.

Nos sorprende la información que la investigación de Ernesto arrojó hace más o menos 10 años, un análisis que se complementó con el seguimiento que hizo en investigaciones posteriores, en las que incluso se incrementa el aporte de la cultura a la riqueza social, aunque también incrementa la

franja que Ernesto llama de la "zona gris" o la "economía sombra", como en forma muy políticamente correcta llama Ernesto a esa parte de la producción que otros llaman "informal" o "pirata".

Eso fue lo que nos sorprendió desde entonces, pero lo que ha venido pasando con posterioridad, luego de entrar al debate de cómo se produce esa riqueza y de cómo se expresa en la macroeconomía, es que teníamos que incursionar en el entorno pequeño, que precisamente ha trabajado mi tocayo Eduardo Cruz, al entrar a ver los procesos que ocurren en la cotidianidad de la producción de los bienes culturales. Creo que en esto ha consistido el giro que hemos presenciado durante estos 10 años y lo representan muy bien Ernesto y Eduardo: dos maneras de acercarse a la economía de la cultura.

Habría que añadir que de sus investigaciones resultan varias vertientes de trabajo, por lo que se debería reflexionar sobre lo que ha pasado con los propios productores de cultura en este tiempo. En este sentido se podría decir brevemente que ha habido una enorme proliferación de actividades y estudios del sector cultural. Ya había una gran capacidad de formación de artistas en el país, pero la presencia de este sector en lo que va del milenio es todavía mayor y sobre todo la presencia de los jóvenes.

Hay una nueva forma de asumir la vocación creativa que los ha obligado a replantearse la forma de trabajar, en la que el trabajo dentro de las instituciones no está considerado, en gran medida porque éstas no los reciben, porque o no están dispuestas a hacerlo o ya no tienen la condiciones para admitir a los creadores. La nueva forma de trabajar de los jóvenes es a partir de proyectos o programas que se han de articular con otros de manera horizontal.

En una investigación reciente sobre el campo de la danza, María de Lourdes Fernández Serratos, alumna del posgrado de la UAM, presenta muy claramente esta trayectoria. Hasta los años setenta, la forma de trabajar en ese campo era a partir de crear compañías. En los años ochenta empieza a darse un giro y en los años noventa los especialistas, los artistas que se mueven en el campo de la danza, empiezan a trabajar por proyectos. Esto supone una forma muy distinta de crear e interpretar; supone un trabajo muy rápido también. Las producciones se presentan de una manera casi inmediata después de sólo dos o tres meses de reflexión, de trabajo, de ensayo, viene la producción y a empezar un proyecto adicional. Éste es el desarrollo del artista que ya no está vinculado a las instituciones. La nueva forma de trabajar por proyectos está modifi-

cando también la relación entre economía y cultura, porque estos artistas son claramente emprendedores, pero no son empresarios: son agentes creativos que impulsan sus propios proyectos asumiendo en alguna fase de éstos un comportamiento empresarial.

La distinción entre lo uno y lo otro va a marcar el espacio de la actividad creativa y del tipo de formación que se requiere para que ésta ocurra. También exige crear ambientes favorables para el desarrollo de estas iniciativas, incluso la necesidad de que los artistas reflexionen constantemente sobre su propio trabajo, cómo lo ubican ante la sociedad. Son artistas que permanentemente tienen que repensar el hecho estético, pero a la vez deben diseñar formas de organización muy originales, muy prácticas. Deben ser probados en el campo de la relación con los públicos y de la venta de sus productos. Al final, luego de pasar cinco años en esta brega luchando por abrir sus proyectos, se enfrentan a la tarea de evaluar si lo que están haciendo es realmente el proyecto creativo que ellos imaginaron, el que iba a dar sentido a sus vidas como artistas, como creadores.

Creo que estamos en una situación especial. Por lo pronto, aquí hago esta primera reflexión.

**Eduardo Cruz Vázquez:** Muy buenas tardes a todos ustedes, muchas gracias al museo y a José Miguel, a quien tuve la oportunidad de conocer como vendedor, justamente, vendiendo deseos o buscando deseos para venderlos, en un proyecto muy hermoso que llevó en una residencia artística cuando estaba yo como agregado cultural en Bogotá. Ahí fue donde nos cruzamos, independientemente de saber y de tener muy claro la nobleza y la inteligencia de la familia a la que pertenece. Así que agradezco mucho la oportunidad de estar con todos ustedes y comparto algunos puntos de vista como detonantes de la conversación.

Son cuatro puntos que aparentemente se desarticulan, pero que, al final, ustedes juzgarán si van hacia uno en común. El primero es un elemento anecdótico relacionado con mi llegada a CACAO, en el sentido de que por ahí pasando por el pasillo hice una pregunta a una persona. Le dije: "oye ¿sabes cuánto vale lo que tienes aquí en mercancía?". Dialogamos rápidamente sobre si tenía previsto la eventualidad de que algo sucediera con sus productos, una merma, la pérdida, un siniestro, alguna cosa que afectara esa inversión dispuesta al consumidor. Y luego le pregunté: "¿cuánto crees que haya aquí, en este mercado del CACAO, en dinero? La respuesta fue "parece que sí lo sabemos, pero no lo tengo muy claro".

Entonces esta anécdota me lleva al tema de la economía cultural, la economía creativa, la economía digital y tantos conceptos que se han acuñado a lo largo de estos años. Una de las grandes flaquezas es, y sigue siendo, la escasa formación en temas de economía en general y de economía cultural en particular. Los planteamientos que ha hecho mi tocayo Eduardo Nivón tienen su respuesta en eso, en el paso entre emprendedor y empresario cultural. Muchos elementos tienen que ver con la falta de formación, que necesariamente pasa por la academia (obligadamente pasa por tener que estudiar, formarse), y eso marca mucha de manera ineludible el destino de lo que está ocurriendo con el mercado cultural mexicano.

Este segundo punto que señalo ahora está viviendo una serie de onomásticos que es muy importante tener presentes, como los 20 años de entrada en vigor del TLCAN o del nacimiento de empresas como la Corporación Interamericana de Entretenimiento (CIE). No en vano a finales de los años 80 y principios de los 90 se da una serie de ajustes en muchos paradigmas en el comercio de bienes, servicios y productos culturales.

Pensemos en otros ejemplos, como lo que ocurre con la producción vitivinícola en el Valle de Guadalupe en Baja California, en Casa Lamm. Otro caso, Cinépolis, que ni por asomo es lo que en aquellos años era la cadena de cines originaria de Michoacán; la colonia Condesa, una suerte de clúster gastronómico y de pequeñas empresas culturales, como galerías de arte y productoras de videojuegos. ¿Se imaginan lo que era la Condesa hace 25, 30 años? Casas, departamentos, zona habitacional. Como indico, ahí se da uno de los grandes fenómenos no sólo de microempresas, sino de desarrollo de *software*. Hay una cifra que yo no tengo corroborada, pero dicen que hay alrededor de 150 personas en esta colonia registradas formalmente ante Hacienda con este tipo de trabajo.

Entonces esto me lleva al tercer punto, que es el de la figura del promotor cultural (quizá desde la época de José Vasconcelos), del gestor cultural, al paso que significa también ser emprendedor cultural (Eduardo Nivón es el gran experto en estos temas de política y gestión culturales). Lo señalo porque generalmente se piensa que el emprendedor es aquel que va a empezar un negocio; pero no, un emprendedor también está en una institución pública y emprende al generar políticas culturales, desde una institucionalidad que vive un proceso que se ha llamado de "restauración"; es decir, un proceso de restauración de políticas culturales y no de innovación, que debería de ser lo que ocurriría.

Finalmente, el cuarto punto. Como lo he hecho en algunos de mis talleres cuando los mando a la calle a ver establecimientos: sería interesante, al mirar todos los locales, todos los negocios que se dan cita en CACAO, hacerse una pregunta central: ¿cuántos de ellos significan oportunidades de negocio para los próximos años? Uno de los elementos que lamentablemente también están ausentes en la formación es la respuesta a cómo podemos enseñar y transmitir si realmente lo que tú crees que es negocio es negocio; si realmente hay una demanda y una oferta, y si la hay, ¿estamos ante una posibilidad de que en efecto vivas de eso, o bien se instala en una fantasía? Ésa es la parte más dura para quienes formamos emprendedores, para quienes hemos tenido que empezar porque un día perdimos el trabajo, porque un día vimos que no había mercado laboral y tuvimos que empezar a reinventarnos.

Yo celebro mucho que este esfuerzo de José Miguel González Casanova ayude a dimensionar la importancia que tiene la economía cultural en el mercado interno y externo, los negocios, los emprendedores. Y hago votos porque muchos de los locales y de los empresarios culturales representados en este CACAO dentro de 10 o 15 años veamos que no sólo se hicieron ricos, que es lo que sinceramente deseo, sino que además marcaron huella en el comercio mexicano y en el extranjero. Muchas gracias.

**Ernesto Piedras:** Muchas gracias por la invitación. Comentaba Eduardo Nivón que hace prácticamente 10 años se publicó la investigación sobre el valor de la cultura y veíamos los números sobre la aportación que realiza al PIB. ¿Te acuerdas, Eduardo? Nos veían con mucha suspicacia y casi como caídos del espacio, pero se trataba de pura aritmética cultural. Creo que lo que hemos ganado en estos 10 años es perderle el miedo a los números, perderles el respeto: los manoseamos, los usamos, pero el problema es que no mucho y no todos.

Hoy tenemos unos números que hemos procesado. Eduardo muy fluidamente habla de 6% del PIB, o sea que de todo lo que se produce en el país en bienes y servicios, hace 10-15 años 6.7% tenía que ver directa o indirectamente con la cultura. De repente nos sentamos y vemos que ya subió de 6.7% a 7.3%. Vamos en esta evolución y están los números. Pero yo siempre, siempre, siempre cito que los números son como un diagnóstico médico. Si voy al médico y me dice: "estás gordo, pelón, presión alta". ¿Qué hago?, ¿salgo y modifico mis hábitos de vida, alimentación y ejercicio, o nada? Si no hago nada, mejor ya no voy al médico y vivo, como decía ese modelo de Álvaro Carrillo, en la feliz inconsciencia. Pero si voy al médico, gasto, lo hago trabajar, ¿cuál va a ser mi reacción?

Me parece que a 10 años de distancia la reacción desde muchos campos de la cultura y del arte ha sido mínima, y a veces hasta nula. Tenemos más números, tenemos una encuesta de consumo cultural, un atlas de infraestructura, tenemos estos trabajos de producción que me ha tocado encabezar, la OMPI está por publicar un diagnóstico sobre el sector editorial que me comisionó. Hay muchos ejercicios estatales como D.F., Puebla, etc. Cada vez vamos haciendo de esa foto satelital un *close-up*, estamos intentando hacer el *close-up* cartesiano, numérico, de la cultura y del arte, y no lo usamos. No lo usamos: no lo usamos ni de arriba hacia abajo ni de abajo hacia arriba. El creador no sabe su aritmética de costos para determinar el margen y ponerle un precio. El responsable de la política cultural no lee, o peor, si lee, no entiende. Porque vienen los días de crisis y no dice: "Aquí hay un sector que pesa 7% del PIB y genera 2 millones de empleos de altísima productividad, el doble del promedio nacional. Pues si estamos en crisis, ¿por qué no le invertimos a este sector que nos regresa dinero y genera empleo en el país?". Y además les digo lo de siempre: lo que menos importa en la cultura es lo económico, la cultura importa primero y esencialmente por lo estético, lo social, por su contribución a la cohesión. Pero hay una economía, una dimensión económica que existe, porque hay gente que trabaja, que invierte, que depende, que un día se puede enfermar y requerir seguridad social, necesitar una guardería. Para lo que sí son muy malos los creadores es para jubilarse. Nunca he conocido a ninguno que me diga yo fui creador y ya estoy jubilado. Para eso son pésimos.

Pero hay un ejemplo que he compartido con muchos de ustedes. Hace exactamente 5 años, por diferentes razones, me tocaba estar frecuentemente en Inglaterra y un día varios de mis amigos aquí en México me empezaron a hablar para decirme: "Oye, estamos en crisis y nos están cortando presupuesto. Ayúdanos con tus argumentos económicos", y yo encantado. Ese mismo día, mientras yo estaba hablando por teléfono, tenía el periódico del *Times* sobre el escritorio del hotel. El Ministro de Economía del Reino Unido decía: "es oficial, segundo trimestre en caída del PIB, es una recesión. Tenemos que invertir más en cultura, porque la cultura hace que vengan de otros países, gasten libras, consuman nuestra alimentación, las postales de la reina, el té, etc. Invirtamos en cultura para tener más dinero". O sea el mismo problema en México y el Reino Unido atacado de una forma radicalmente diferente.

Hoy mi pregunta, y no tengo la respuesta, es: ¿cómo vamos a hacer para que esta dimensión económica sí la accionemos? Usemos los números, los diagnósticos. Lo único que me da mucha alegría es saber que los crea-

dores no están esperando a que se usen los números. Me decía Laura: "estoy por montar una página transaccional para venta de obra", y yo le decía: "pues agrégale el enmarcado, porque cuando le regalas tu obra a alguien sin enmarcar lo metes en un problema". Se debe construir correctamente la cadena productiva, empezando por el creador y la impresión, recorriendo el camino hasta el consumo final de las audiencias.

La tecnología cambia, no es de extrañar. Decíamos, Eduardo, que en Zaragoza el tema fue la cultura digital y ésta no tiene freno ni reversa. Los creadores siguen avanzando. Yo veo a mis amigos músicos que ya no siguen la ruta de entrar al estudio y tener un arreglista e ir a la estación de radio. Ya es SoundCloud, ya es MySpace, es PayPal, es toda esta dimensión digital. El creador no está esperando a ver si las autoridades le entienden al número, le siguen avanzando. Pero sí frustra mucho indagar en números y análisis y seguir viendo que la política cultural se hace como hace 50 y 100 años, que era maravillosa. Tú decías la Condesa, Eduardo, pero yo decía llegando aquí, ésta era la zona cultural hace 120 años con el presidente Porfirio Díaz, la zona de gran vida. Vean toda la arquitectura que tiene, es preciosa.

Seguimos haciendo una política cultural de cuantificar el número de exposiciones, pero yo no veo una estadística que esté dimensionando esto o la parte digital. Hoy mi preocupación y mi felicidad es por lo mismo; es decir, ya traemos una tradición de generar esos diagnósticos, esos números y esos análisis. Mi pregunta es cómo vamos a reaccionar. Si tenemos el *check up* en mano, ¿cómo vamos a tener mejores hábitos de política cultural, de vida cultural hacia arriba y hacia abajo? A nuestros amigos que están exhibiendo aquí arriba, ¿cómo ayudarles a que adopten esa aritmética, a que aprendan a hacer la aritmética cultural y artística?

No todos somos buenos para todo. Yo no soy bueno para pintar, pero tal vez soy bueno con una calculadora. ¿Cómo complementarnos y avanzar al ritmo que estos creadores están avanzando? No tengo la respuesta, pero me da gusto que veo que no hace falta que tengamos las respuestas. La evolución va a muy buen ritmo. Gracias.

**Fran Ilich:** Uno de los grandes problemas que tenemos en la cultura en México es que tenemos una política cultural estatal. Es grande, es una gran economía, pero deja a muchos fuera. Tenemos el gran problema de la distribución de la riqueza o de quiénes son, digamos, artistas o productores culturales autorizados. Y sí existe la economía cultural y es grande. Al principio de los 2000, con lo digital de lo que habla Ernesto, nos enfren-

tamos con los paradigmas de economía de los comunes, la producción de archivos y con nuevas situaciones de propiedad intelectual, desde lo biológico hasta impresión en tercera dimensión, etc., que van a cambiar el diseño industrial o la producción en serie (que ya no es en serie, ya murió Detroit). Entonces, en ese momento en 2005, estaba tomando clases de Economía ecológica en la universidad, y me encuentro con una noción que no entendía y que fue radical en mi vida: el "costo de oportunidad", el Capitalismo. ¿Cuánto gano o pierdo si hago esto o esta otra cosa? Algo que los gringos tienen pensado en cada momento de su vida. Saben que si hacen esto pierden aquello. Y como mexicanos nunca pensamos en eso, quizá porque venimos de una economía indígena colectiva, de la que no tenemos claro todo para nuestra vida monetarizada.

En ese sentido, yo empecé apelar a monetarizar toda nuestra existencia, de una forma radical para tratar de tomar buenas decisiones. Al poner un servidor en internet y atacarlo desde la ecología económica, me di cuenta de que tenía algunos recursos, como el ancho de banda, que son transacciones que existen entre proveedoras de servicios muy grandes. Por ejemplo, Prodigy lo pasa a AT&T, ahí hay una transacción de tantos terabytes, que vale tanto dinero; ellos tienen como tasas de 50 TB y son trueques, digamos. Está el asunto de la memoria RAM, el espacio en disco duro y el dinero. Entonces, si tenemos a 10 colectivos hospedados en un servidor, ¿cómo vamos a distribuir estos recursos? Tenemos un problema económico clásico y además cada año tenemos que convertir este trabajo en dinero. Viene entonces un problema interesante y que además ya trabajamos desde la ley de Pareto, que dice que no hay que dañar a terceros durante el proceso para alcanzar nuestras metas. Difícil. Eso quiere decir no externalizar. Aparte, veía que el crecimiento es un gran problema que lleva a estas crisis cíclicas, periódicas en el capitalismo. Pensar en desarrollar, en no pasarnos, si publicamos libros y los leen 20 personas, pues entonces publiquemos 20 libros, porque si publicamos mil tendremos problemas de bodega, de que se los comen las ratas, de que se mojan, de que entramos en deudas, etc.

Para enfrentar estos problemas y no hacerle como el CGH (que gana, digamos, una guerra contra la privatización de la educación, pero la sigue peleando, a tal grado de que termina perdiendo todas las guerras) apliqué la cosa del costo de oportunidad. ¿Qué es lo que ocurre? Instalamos un banco para medir, para administrar todos estos recursos; un banco que va a funcionar en dinero y en otras cosas digitales. El banco empezó a generar una economía donde antes había pérdidas. Digamos que si ese servidor nos costaba 100 dólares al mes, de repente ya estábamos ge-

nerando 450 dólares. Aun cuando decían que la información quería ser libre, había gente que quería valorar esa información en dinero. Con ese dinero empezamos a invertir en playeras y en otro tipo de mercancías; rápidamente nos dimos cuenta de que nuestro mercado era muy pequeño pero que podíamos invertir en economía solidaria, como por ejemplo en productos zapatistas. De repente podíamos invertir en café zapatista, maíz zapatista, y de alguna manera prestarles nuestro dinero e ir generando una unidad de producción y fomentar determinado tipo de ideas.

Esto fue creciendo de tal forma que rápidamente pudimos abrir cuentas individuales, empezar a invertir en la bolsa, hacer grupos cada vez más complejos, y todo pensado desde la financiación, que es a lo que todos le teníamos miedo porque es donde tienes que sacar la calculadora. ¿Qué fue lo que pasó? Nos dimos cuenta de que cosas como los comunes existen en el corporativo. Las corporaciones tienen como bolsas de patentes donde todas estas personas entran a utilizarlas sin necesitar licencias libres. Nosotros a lo mejor tenemos que utilizar licencias libres porque no tenemos dinero de patentes, pero si empezamos a socializar todo logramos algo más.

Esta pequeña economía fue creciendo tanto que dijimos: "hay que inventar una moneda para desprendernos del peso y del dólar, con nuestra propia canasta de reserva". Ahí nos dimos cuenta de que el problema no es el dinero, sino la distribución, la producción y que, como dice Ernesto, no somos un mercado, somos muy pequeños. Entonces tuve la suerte en ese momento de entrar a trabajar al Centro Cultural Tijuana, cuando estábamos hablando de privatizar la institución y me di cuenta de que esa pequeña economía (de 126 millones de pesos más o menos) se va en su mayoría en pagar a la empresa que limpia los baños, que barre el piso, a la empresa de seguridad, etc. Entonces te quedas pensando cuánto de ese dinero se va realmente a la cultura, qué se podría hacer con estos 126 millones de pesos si se manejaran por nosotros, los colectivos independientes, si nos deshiciéramos del edificio, etc. Un montón de cuestiones importantes, que cuando se privatice va a hacer ahí su agosto un Cinemex con estacionamiento en la zona más importante de la ciudad.

Pudimos generar una bolsa de valores (que no es lo mismo que el *crowdfunding*) y empezar a hacer que estos proyectos funcionen. De repente, el problema que tenemos son las formas de organización social, digamos, desde la izquierda. Si queremos producir leche, la leche funciona como un sistema económico feudal en el que las familias están reunidas y la leche llega a las 6 am al OXXO. ¿Cómo le vamos a hacer nosotros

para tener la leche a las 6 am y no en dos semanas? Complicado. El gran reto es pensar en unidades de producción. Con lo que he estado viendo aquí, la semana pasada me sentía muy optimista con el dinero de CACAO, veía cómo generamos de repente, creo que \$30 mil en horas de tiempo: por ejemplo, entraron 60 horas de cardiología, que no valen \$3000 pero que las compramos con \$3000. En los últimos dos meses vi morir a dos artistas de paro cardíaco, porque no tenían seguridad social. Uno se murió en un panel justo enfrente de mí y el otro después de haber hablado con él. Entonces cuando vi al cardiólogo inmediatamente dije: "hay que comprar 60 horas, no vaya yo a ser el tercero".

La semana pasada me sentía muy optimista y ahora he empezado a pensar en los problemas económicos a los que nos podemos enfrentar. Algunas posibilidades se me ocurren. Por ejemplo: si generáramos unas 780 horas de servicios (que son como unos \$43 mil) me parece que podríamos hacer un bono y vendérselo a Carlos Slim o a Paredes Pacho, y decirles: "tenemos estas horas, el museo puede tener todo este contenido". Y ese dinero utilizarlo para invertir en algo, como la plata para las obras que produce Meme u otro tipo de cosas, empezar a pensar en el financiamiento de esto, no nada más pensar en salud y jubilación (aunque creo que sí hay que pensar en jubilación). En los últimos años he estado con muchos grupos de artistas, en diferentes países, que están pensando en la jubilación, en comprar edificios, en hacer sistemas de seguridad social o este tipo de cosas. Creo que tenemos que pensar como el capitalismo en el mundo, que es un gran momento de oportunidades para enriquecerse, pero creo que está muy de lado. Correcto, depende de cómo lo capitalizamos.

Otro aspecto importante es analizar cómo funciona el cine de Hollywood: no se mantiene por la producción de películas nada más, sino por el maíz que producen los migrantes mexicanos, en su mayoría en California. Y esto tiene que ver con el TLC, con el desplazamiento de los mexicanos hacia allá y con el congelamiento de créditos en México de este maíz. O sea que es una decisión política planeada desde arriba entre la clase mexicana criolla y los gringos. No es culpa de EUA, en México tenemos una clase traidora al interior (los Criollos). Entonces hay que ver que en lugar de tratar de hacer una película y de llegar a Cannes, pensemos que tenemos otro maíz y podemos hacer otras formas de organización social, con otra dimensión política, y que como artistas podemos desarrollar más sin que el Estado nos medie. Esto resultaría en que un González Casanova nos pueda convertir esa obra de pintura en una hora de cardiología, que es finalmente alquimia clásica.

**José Luis Paredes Pacho:** Te agradezco, José Miguel, la invitación a este foro. Recuerdo cuando apenas comenzábamos a planear y discutir CACAO, hace ya año y medio, porque han de saber que una de las primeras personas a las que busqué para colaborar cuando me nombraron director del museo, en mayo de 2012, fue a José Miguel González Casanova. Qué gusto que ya esté andando este experimento.

Aprovecho que Ernesto Piedras mencionó la historia de la colonia Santa María la Ribera para comenzar por evocar el pasado. Como él dice, ésta fue una zona cultural emblemática de la modernización porfirista. Pero yo recordaré otra época, la de los años 80 del siglo XX, cuando la zona se volvió un referente cultural con un carácter completamente distinto, pues lo que floreció en torno a este museo hace 30 años fue más bien la cultura subterránea. Y por subterránea me refiero a una forma de operar cultural y artísticamente, una forma diferenciada de producir, diseminar y consumir el arte y la cultura, desde fuera de los sistemas de arte convencionales de cada momento. Mi intención es complementar lo que ya se ha dicho introduciendo esta variable.

Eduardo Cruz Vázquez planteó la necesidad de enseñar a los artistas y productores culturales a planificar económicamente sus proyectos, con miras a lograr su sostenibilidad y evitarles frustraciones posteriores. Por su parte, Ernesto Piedras habló de la necesidad de establecer nuevas políticas culturales de Estado, que, coincido con él, son todavía arcaicas. Eduardo Nivón, a su vez, propone una asertiva genealogía de la independencia de las compañías de danza. Y por último, Fran Ilich ejemplificaría al artista que parte de la reflexión financiera para crear su obra. Si bien Ernesto Piedras cuestiona a los artistas que no manejan la calculadora, es importante aclarar que hay artistas que parten de la economía para crear proyectos, pero no necesariamente para investigar fórmulas mercadotécnicas, sino para realizar más bien una crítica al propio sistema artístico. Otros prefieren explorar distintas prácticas de gestión directa que no buscan obtener la máxima ganancia pecuniaria, sino generar otro tipo de valores simbólicos relacionados con comunidades concretas, como es el caso de algunos de los proyectos incluidos en CACAO. Por lo tanto, el tema de la economía y la cultura tiene distintas aristas. Como ya dije, a mí me interesa detenerme en el universo de la cultura subterránea y postsubterránea, no necesariamente inserta en los circuitos culturales del gran mercado y que tuvo mucha relación con el origen de este museo.

Durante los años 80, el Museo del Chopo era un lugar de encuentro para las escenas consideradas subterráneas en ese momento; es decir,

para el *performance*, el movimiento gay, las nuevas prácticas de las artes visuales, el videoarte, las bienales de poesía visual y experimental, etc. Recordemos, por ejemplo, que en 1980 surgió dentro de este museo un encuentro de intercambio de grabaciones de "música no comercial", según enunciaron los organizadores del evento. El contexto nacional era muy diferente del actual, habitábamos un país con aranceles altos, de fronteras cerradas y con una gran estigmatización del rock. El hecho es que los melómanos de los 80 no podían comprar discos fácilmente. Este encuentro sabatino de grabaciones musicales inaccesibles, que se intercambiaban sin mediación del dinero o a precios muy bajos, representó una alternativa de distribución importantísima para los escuchas y los músicos. Además, el mercadillo musical no sólo ofrecía música, sino también ropa reciclada, libros, videos, literatura y grabaciones caseras en cassettes. En fin, el tianguis musical creció tanto, que después de tres años tuvo que salir de este museo para establecerse aquí enfrente, en la calle Enrique González Martínez, hasta que la policía lo echó de ahí en 1985 y comenzó su peregrinar por toda la ciudad. Finalmente definió su nombre como "Tianguis Cultural del Chopo" y en 1988 se estableció definitivamente junto a la estación de trenes de Buenavista, donde se encuentra todavía hoy. Su éxito fue tal, que hasta la gran industria discográfica de los 90 comenzó a aprovechar las redes del tianguis para posicionar sus grupos.

Como estrategia cultural, este tianguis representó un parteaguas en la escena cultural mexicana. A pesar de operar originalmente fuera de los sistemas establecidos, contribuyó al gran despegue de una escena musical, mediante una poderosa forma de organización cultural autónoma que puso a circular valores simbólicos, permitió el acceso a la información y la distribución de las ideas en el contexto de un país autoritario. Y todo esto más allá del intercambio monetario. Sus integrantes nunca asumieron al dinero como el elemento principal para darle sentido a sus prácticas culturales; es decir, su fundamento estaba muy lejos de la forma de validación de las actuales teorías de la economía cultural y de las industrias culturales. La historia de las prácticas culturales independientes puede revisarse en muchos campos o disciplinas. Como ya comenté, me parece acertada la periodización de la escena dancística que expuso Eduardo Nivón, pero si los 70 fueron la década de las compañías de danza vinculadas a las instituciones y los 90 la época de los proyectos dancísticos independientes, es importante decir que cada escena artística tuvo procesos específicos. Todavía es necesario revisar la historia de cada escena cultural para poder sacar conclusiones particulares de cada campo: para las artes visuales, para la literatura, el teatro, en fin, además de la danza.

Para la escena de rock, por ejemplo, los 50 y 60 fueron las décadas de las discográficas corporativas, o sea la época en que los músicos aspiraban principalmente a ser firmados por alguno de los sellos convencionales. En cambio, después de Avándaro durante los 70, la mayoría de los grupos existían sólo dentro de su nicho, de forma marginal, completamente invisibles para el resto de la sociedad, en una especie de independencia obligatoria, porque no había de otra. Las bandas no calibraban su éxito a partir de la obtención de una beca, un premio del gobierno, ni mucho menos por haber alcanzado la fama o el éxito comercial. Al contrario, para la mayoría de los roqueros la única opción era rascarse con sus propias uñas, crear su propio público, organizar sus propias tocadas y realizar grabaciones caseras. En pocas palabras, en los 80 era imposible concebir siquiera la posibilidad de alcanzar la celebridad y la economía de un Café Tacvba. Si alguien hubiera manifestado esas aspiraciones en los 80 habría sido considerado un delirante, como si yo les invitara ahora mismo a subirnos a un coche que volara. Era inconcebible, inarticulable.

Durante los 80 tener éxito no significaba convertirse en millonario. Si bien al final de esta década algunos grupos lograron contratos con grandes discográficas, para la mayoría de las agrupaciones de rock la meta era grabar un casete en una consola de cuatro canales, con un tiraje de 500 copias, para regalarlo a los cuates. Lograr esto era prácticamente una conquista descomunal. Más tarde durante, los 90, la independencia se volvió una postura reivindicada expresamente por más y más grupos, a la vez que se desarrolló una gran industria que les dio cada vez más entrada. Porque entonces la industria discográfica descubrió que era más rentable firmar a los grupos independientes para posteriormente comercializarlos y distribuirlos, que gastar en diseñar artificialmente una agrupación.

Así pues, en la historia de la producción independiente de la escena roquera, podemos decir que en los 80 se desarrolló una escena subterránea (definida como redes sociales de producción cultural de gestión directa y de economía informal), mientras que durante los 90 los grupos independientes ya podían conectarse con un mercado vinculado cada vez más a la gran industria del entretenimiento local y global. Esto último se ilustra con la creación de sub sellos "independientes" por parte de las disqueras transnacionales, como Culebra y Manicomio, o incluso con el surgimiento del festival de rock Vive Latino al final de la década, un festival corporativo que incluyó en su programa a las bandas locales independientes e incluso invitó a los tianguistas callejeros del Chopo. Como el rock, varias escenas culturales despegaron durante los 90 al articularse con los mercados globales, de tal suerte que el Festival de Cine de Guadalajara dejó de ser una

simple muestra, y de la misma forma a comienzos del Siglo XXI se creó la feria Zona MACO para el arte contemporáneo.

A los creadores o productores culturales autónomos o *freelancers* que entran en relación con la gran industria se les llama hoy día emprendedores, aunque no se usaba este término antes. Con esto se asume que cada iniciativa independiente o *emprendeduría* puede articularse dinámicamente con el gran mercado de las industrias culturales. Y esto es así porque las formas de producción cultural independiente, de gestión directa, se han desplazado hacia el centro del sistema económico regido por los corporativos, ya que para afrontar la competencia actual, a estos últimos les resulta muy conveniente aprovechar la flexibilidad, la capacidad de innovación y la adaptabilidad de los trabajadores culturales. La producción cultural independiente no es nueva, pero sí ha cobrado mayor visibilidad gracias a estos cambios de contexto. Además, las nuevas tecnologías han potenciado la escala y la velocidad de estas prácticas.

Por otro lado, las teorías económicas han volteado a ver estas formas de producción cultural para integrarlas a sus reflexiones con miras a encontrar nuevas políticas culturales, a veces vinculadas a las políticas urbanas, turísticas y económicas. En ocasiones combinan todas estas con el objetivo de proponer *brandings* ciudadanos, como en el caso de Nueva York y Barcelona, donde lo principal no es el apoyo a la cultura ni a los productores culturales independientes, sino a la consolidación de los corporativos que subsumen a dichos productores independientes en condiciones de precariedad laboral o en situaciones de inestabilidad e incertidumbre. Un fenómeno vinculado a estas estrategias son los procesos de gentrificación de las ciudades alrededor del mundo, los cuales surgen de la alianza entre el gran mercado del arte y el mercado inmobiliario.

Así pues, las narrativas económicas han volteado a ver cada vez más estas prácticas independientes, autogestivas o alternativas, según se les llamaba antes, para estudiarlas. Lo curioso es que durante los 90 muchos estudios buscaban identidades juveniles y por ello hallaban tribus. En cambio, hoy buscan agenciamientos económicos y por eso encuentran a *freelancers* que llaman emprendedores, *trendsetters* o microempresarios. En consecuencia, me parece imprescindible historiar no sólo las distintas escenas culturales de la ciudad, sino también los mismos relatos que estamos poniendo en juego al hablar de economía y cultura.

Por último, ¿cuál es el futuro de estas formas de producción, hacia dónde van? Cuando Eduardo Cruz Vázquez se refiere al éxito de los produc-

tores culturales y artistas, es importante preguntarnos qué entendemos por éxito. Mi opinión es que seguramente hay tantas nociones de éxito como artistas sentados en esta sala. ¿Se trata de que todos los artistas aspiren ahora al éxito de ser famosos como Café Tacvba, Gabriel Orozco o Alfonso Cuarón? Tampoco pretendo romantizar e idealizar nostálgicamente las experiencias de los colectivos y los creadores de las escenas subterráneas de los 80, que estaban siempre a punto de colapsarse. Pero, ¿qué otras alternativas hay? Habría que comenzar por desplegar lecturas críticas sobre estos procesos.

Está bien preguntarnos por las políticas culturales que puedan apoyar a los productores culturales independientes, pero no sólo para convertirlos a todos en emprendedores asociados intermitentemente a los corporativos, fomentando la precarización laboral y la estandarización de las prácticas culturales en beneficio de las grandes industrias culturales. Por el contrario, hay distintos tipos de prácticas independientes que toman la forma de asociaciones informales, cooperativas, colectivos, incluso microempresas. Todavía hay que hacer tipologías claras de estas prácticas, pues, insisto, no todas buscan la lógica del negocio, y la innovación y el valor de la cultura no siempre se mide por su impacto en el mercado. En conclusión, los estudios de economía cultural son muy importantes, sólo insisto en que debe ampliarse la base de los estudios históricos y de campo para no terminar beneficiando, una vez más, a las grandes economías, es decir subsumiendo los proyectos alternativos a la lógica de la máxima ganancia.

Por eso, para mí, el gran hallazgo de José Miguel radica en el proceso mismo de su proyecto. Él tiene la intención, como artista, de generar un mercado paralelo que se fortalezca con el tiempo; mientras para mí, como historiador, lo más importante es el ensayo y la reflexión, el mapeo de todos los colectivos participantes, que son apenas una pequeña muestra de los que existen en realidad en nuestra inmensa ciudad. Si la cooperativa fracasara, CACAO ya habría tenido éxito con el simple ensayo. Un laboratorio, un experimento de distintos experimentos, una pequeña muestra de un universo que es insondablemente rico y que urge hacer visible en su pluralidad de posturas no hegemónicas. Esto tendrá que registrarse en el catálogo que edite José Miguel.

También me parece muy importante, como director, pensar desde el Museo del Chopo estos temas por la gran carga histórica que tiene, por su pasado relacionado con estas prácticas y por estar emplazado en un barrio empobrecido como Santa María la Ribera, donde hoy día, por cier-

to, hay asentados varios colectivos culturales juveniles con prácticas diferentes a los productores culturales de la colonia Condesa, que son los modelos que ya se han estudiado tanto. Nosotros hemos querido partir de este origen del museo para desarrollar líneas de trabajo que exploren estas realidades sin pretender obtener respuestas absolutas, sino abrir preguntas, poniendo en común la disparidad de posturas al respecto. El acercamiento a artistas como José Miguel González Casanova busca generar proyectos que amplíen la reflexión desde la pluralidad de voces y prácticas como las que ha convocado CACAO, un proyecto que me atrae sobre todo por la gama de dudas que presenta. Gracias.

**José Miguel González Casanova:** Pues yo quisiera regresar un poco a la reflexión desde CACAO, esto que dicen sobre las expectativas de un productor cultural de hace 30 años y de la participación del Estado. Yo creo que sí, que hace 30 años las expectativas básicas eran que el Estado patrocinara la cultura fundamentalmente. Luego me parece que en los 90 hay toda una ilusión porque se piensa que va a existir una gran empresa o unas grandes empresas que te van a patrocinar, que la iniciativa privada va a tomar ese rol que el Estado dejó; cosa que al final sucedió de manera muy limitada y puntual. Y lo que veo en la investigación que hice en CACAO es que hay una nueva generación que no tiene ninguna de las expectativas anteriores y en realidad lo que está diciendo es: "¿Yo cómo le hago para poder realizar mis productos en vinculación directa con públicos específicos?". A partir de esta reflexión, formulé la hipótesis de la que partí para generar este tianguis, en el que supongo que si se reúnen aquí productores culturales que tienen un público específico, con el cual se están comunicando directamente, pues esos públicos consumidores se van a reunir y entonces los que consumen a un productor igual pueden consumir a otro. Por ejemplo, el que acostumbra comprar los libros de uno, también se lleva la ropa de otro, así se genera un mercado más amplio de un tipo de producción que cuestiona en sus estrategias reales la intermediación porque tiene una conexión directa con ese público e incluso le está otorgando un papel mucho más activo y real como parte de la misma producción. Se rebasa al intermediario y se pone en cuestión el papel de este consumidor, como un consumidor pasivo, a la vez que se cuestiona el papel del productor como un productor exclusivo generador del discurso cultural.

Hay aquí en el Tianguis muchísimos modelos muy propositivos de proyectos culturales autosustentables. Creo que más allá de esa hipótesis de tratar de crear un mercado independiente, que es a la vez exhibición de museo e investigación, es muy interesante ver los 40 ejemplos que

tenemos aquí. Hablo de los proyectos específicamente desarrollados para esta presentación, porque hay 100 productores, de los cuales 60 son itinerantes que ya tienen una producción hecha y han tenido a otro nivel su invitación. Hay 40 que hicieron un proyecto específico para este evento: yo descubro que tienen estrategias muy diversas de cómo seguir sobreviviendo y seguir produciendo y distribuyendo su producto a estos públicos concretos. Me parece que ahí hay un punto muy importante. Por ejemplo, cómo Ediciones Acapulco vende suscripciones con las que produce libros mensualmente, o cómo NAAFI hace una fiesta cada dos meses y con el ingreso de las entradas al reventón saca un disco; la Unión de Coeditores Gráficos comparte e intercambia una parte del tiraje de los grabados de los diversos talleres y amplía así la oferta para sus consumidores habituales. Pitayas promueve la elaboración de conservas a través de cocinas establecidas en comunidades campesinas de distintos lugares de la República para luego ponerlas en circulación en esas mismas zonas y otras más. Fábrica Social, gracias a la colaboración con artesanos textiles, genera a través de talleres de producción un intercambio cultural entre diversas tradiciones con el diseño de moda contemporánea.

En fin, me gustaría que ustedes hablaran de cómo están vinculados con públicos concretos y cómo están siguiendo estrategias para la producción y distribución de su trabajo. Un elemento de la postura general de CACAO, en la que ponemos en cuestión al intermediario o incluso lo asumimos, es que el productor también inventa creativamente sus formas de distribución y diálogo con el público: asume producción, distribución y consumo como un mismo fenómeno creativo, en el que la distribución es responsabilidad del productor cultural. Creo que eso es algo importante a destacar.

Ya que Fran mencionó la moneda, aprovecho también. La moneda de CACAO: ya tenemos 750 horas en nuestro banco de tiempo y tendremos para cuando cierre la exposición unas 1500 si se mantiene el ritmo. Esto es algo muy importante porque no es que valga dinero, sino que vale 750 horas de gente que está dispuesta a trabajar con los productores. O sea que en realidad los productores están comprando el trabajo de estos espectadores en este intercambio y luego van a elegir qué llevarse o integrar a sus proyectos. Van a decir: "A mí me sirven estas horas de cardiólogo, tal vez del taxista, del corrector de estilo" o lo que sea que tengamos. De esta manera se va a convertir directamente al público en productor. O sea, sí se están poniendo en cuestión otra vez estos roles. El público que está aquí consumiendo, al comprar los billetes de CACAO, se está volviendo productor porque va a trabajar en los productos, y los vende-

dores están comprando, por intercambio, el trabajo del público asistente y se está creando otro tipo de vinculación. Creo que eso es también muy importante y espero que siga desarrollándose. También se lo digo a los productores para motivarlos a seguir desarrollando esta moneda, porque pienso que puede tener consecuencias muy interesantes. Al final de la exposición, nos preguntaremos como cooperativa qué haremos con 1500 horas de trabajo de gente que está aquí dispuesta con nosotros. Más que intercambiarla por dinero, creo que sería muy interesante aprovechar este capital para producir algo juntos. Pero, claro, eso lo decidiremos juntos en la medida en que nos organicemos como un proyecto colectivo.

Otro de los objetivos de este proyecto es conformar una cooperativa legal, un grupo de trabajo que se apoye sobre todo en la distribución. Platicando este proyecto con Eduardo Cruz, cuando lo consulté antes de comenzar, me hablaba de lo importante que era dar notas y facturas y de que fuera legal la participación cultural, nuestras ganancias y todo el movimiento de la cultura. No quedar en la economía informal, sino asumirla dentro de la economía formal, y por lo mismo procurar la legalidad, emitir facturas, pagar impuestos y aprovechar las ventajas de constituirnos como cooperativa.

Podemos hablar un poco aquí con los productores participantes. Quisiera que hubiera un diálogo abierto, que hablaran de sus estrategias y que hubiera una mediación entre estas grandes ideas de nuestros invitados y estas grandes prácticas de los productores de CACAO.

**Ernesto Piedras:** Me quedo muchísimo con lo que dice Pacho de que ya no sólo hablemos de la cultura, del arte o del creador, sino hay que hablar en plural. Porque, por ejemplo, cuando hablamos de 6.7%, de 7.3% no significa que toda la actividad artística creativa sea rentable, que tenga los mismo retornos. Hay una que es susceptible de funcionar fácilmente en el mercado, o sea hay una cultura muy comercial. Ésa requiere un tratamiento, o ninguno a veces, se parece a vender hamburguesas y zapatos. Con todo el respeto lo digo, eso no es proactivo. Pero no toda la cultura es económicamente viable ni rentable. Ésa es la que requiere un tratamiento social especial. Y entonces, ¿la política cultural a cuál de estas divisiones de la cultura se va a enfocar?

Esos números tienen que ir rebanados más fino para saber de qué estamos tratando y, hasta donde conozco, CACAO se trata de eso, de hacer un tratamiento más específico, de abrir nuevos vasos de operación. Porque además a mí me preocupa que venimos a estos foros y siempre

es la misma queja, y nos volvemos a reunir en un año y seguimos quejándonos de lo mismo, y no intentamos estas formas novedosas de generar divisas, espacios, relacionamiento transaccional, acceso a las audiencias. El creador frecuentemente es muy malo para llegar a sus audiencias, necesita esa intermediación, necesita más y mejor gestión.

Recientemente presentamos un libro que escribimos acerca de los *trendsetters*, estos chavos que trabajan intensivamente con tecnologías de la información. Nada más en un área geográfica acotada (la Roma Sur y Condesa) encontramos a casi 200 que nos regalaron encuestas. Cuando les preguntamos por el gobierno, te dicen "¿qué?". Ni siquiera están amargados, ni siquiera dicen "mugre autoridad". Imagínense a estos *trendsetters*, estos chavos de 22 a 35 años súper blogueros, ciudadanos de las redes sociales que hacen trabajo de postproducción cinematográfica, por ejemplo, para películas que se están filmado en Brasilia, en Australia, en Hollywood o en el D.F. Su trabajo es tan especializado y tan tecnológico que no les importa la ubicación geográfica y son optimistas.

Padecen el mismo problema que todos los que se dedican a la cultura. En la estadística nacional, 80% de quienes se dedican a la cultura y al arte se gana la vida haciendo otra cosa, aunque consideren que su actividad principal sea la cultura y el arte. En este caso, 80% se dedica a algo complementario; si es un guionista se dedica a revisar textos, si es un músico se dedica a hacer ediciones. Están más cercanos, pero finalmente, 4 de 5, 8 de 10 tienen que generar sus recursos por otro lado o son familiarmente dependientes. Tienen un sesgo socioeconómico.

Yo creo que es momento de hacer una reconstrucción de políticas culturales, de políticas públicas desde archivos de Word y Excel en blanco, y no seguir yendo a tocar las puertas de las becas y los fondos de siempre. Que sigan existiendo, hay para todo, pero yo creo que estas nuevas generaciones de creadores ya están *by passeando* esta tradición de la dependencia setentera y su letargo ochentero.

Celebro mucho la generación de la divisa porque es una nueva forma de intercambio. Esto no es nuevo para la cultura. Vayan a cualquier museo de pintores (por ejemplo, el Pedro Coronel en Zacatecas) y tiene un salón de Miró, otro de Dalí. Los creadores, los pintores y artistas plásticos son tan malos para ponerle precio a su obra que les resulta más fácil intercambiar obra con sus pares. Esto lo he visto en todo el mundo, pero me preocupa porque a mí sí me gusta la idea de que exista una nueva forma de intercambio y que también la cultura y el arte tengan una inserción formal en

la economía, porque, si no, nos regresamos. Para mí lo más maravilloso, perdóneme, soy economista, pero de lo más maravilloso que existe es el dinero, en el sentido de representación de mis capacidades productivas intercambiadas por las tuyas. Va a costar mucho trabajo que tú me ofrezcas el viaje de taxi al momento que yo lo necesito, mejor lo representamos cuantitativamente. No renunciemos a ello, pero abramos estas nuevas formas de intervenir que sin duda lubrican la forma de operar.

**Fran Ilich:** Habría también que ver que el dinero es como un sistema de puntuación en el capitalismo, por llamarlo de alguna manera. Que si destruimos un bosque y generamos papel o leña, pues ya nos hacemos ricos, ganamos mucho dinero con esta premiación. Si hacemos poesía, pues ganamos deudas. Creo que tendríamos que pensar cuál es el sistema de creadores y generar una puntuación coherente que podamos ir invirtiendo en comida, en todo tipo de cosas. Esto es importante porque si nos quedamos en un sistema de trueque nunca podremos producir un carro o una computadora, que requieren necesariamente de un sistema financiero más complejo. Digamos un lápiz, que es un ejemplo clásico. Un lápiz no se produce en un solo lugar, todo viene como de 10 lugares diferentes del mundo. Por eso con CACAO me encanta la idea de que sea convertible en dinero, porque nos permite este mercado interno, entrar al mercado mexicano. Así como el sistema mexicano conecta con los dólares o los euros.

Creo que no tendríamos que quedarnos en las horas, que es el problema que tenemos, el banco utópico de tiempo clásico y sus recibos, sino pensar en la convertibilidad.

**Ronda de preguntas:** Mi nombre es Víctor, soy artista visual, tengo 64 años, soy de la generación de los 70. Estoy un poco de acuerdo con Pacho, pero aquí mi pregunta es a los seis: ¿cuál es el modelo perfecto? Ustedes estuvieron hablando de una teoría, de una postura, de un ejemplo específico. Pero viviendo en México, ¿cuál sería un modelo adecuado que venga del extranjero y se aplique aquí? O para los que estamos aquí, ¿cuál sería el más aplicable económicamente hablando?

**Eduardo Cruz Vázquez:** En efecto, creo que hay una gran diversidad cuando apelas a la perfección. Pues bueno, a lo mejor esa perfección se puede leer a partir de aquellos negocios que han sido muy exitosos a lo largo de la historia, o que a partir de que los mercados cambiaron su lógica, particularmente en México, pues vemos ahí, en diferentes prácticas económicas, casos muy claros de modelos de negocio.

Estimo que el gran problema para responder tu pregunta es que en las condiciones en que actualmente se despliega el comercio en México, de cómo están configurados el comercio interno y externo, en realidad éstos se convierten en una suerte de pelea dentro de una selva en donde hay un factor fundamental que define las cosas y que es el carácter innovador que tienen los negocios. Y por otro lado, esto se liga de manera capital con el tema de la oferta y la demanda.

Yo creo que no hay un modelo perfecto. Lo que existe actualmente en el mercado es una gran diversidad de modelos de negocio, en los que aquellos que son capaces de innovar, que son capaces de visualizar dónde están las demandas, cuál es el tipo de oferta que se necesita, son los que están teniendo éxito.

Ernesto Piedras tiene mucha razón cuando dice que no convirtamos esto en un muro de lamentaciones, que hay que olvidarnos de muchos elementos que intervienen de la economía, como el Estado, y buscar la autogestión y autorregulación, que podamos ir buscando los mercados. Pero también es cierto que esto lo saben todos los economistas, que las derramas de recursos públicos que los Estados generan hacia las economías nacionales son fundamentales y que benefician a muchos de nuestros compradores aquí en CACAO; o que el consumo en general de la gente que gasta en bienes, productos y servicios culturales proviene, ¿por qué no decirlo?, del salario, que es generado fundamentalmente a partir de la inversión pública. Pueden ser trabajadores, pueden ser empresas constructoras, en fin... No me quiero detener mucho en ese análisis, pero no quiero dejar de mencionarlo. Revisemos lo que pasa en China, en las grandes economías como la de los Estados Unidos, donde son los capitales de los gobiernos los que movilizan el aparato productivo.

En cualquier escenario de la economía cultural, habrá que insistir en la capacidad de innovación como la clave para encontrar el modelo más perfecto para el mercado existente. Pero evidentemente que hay claros ejemplos y hay formas muy claras de cómo lograr que una creatividad se transforme en un producto exitoso.

**Ernesto Piedras:** Y si no perfecto, ¿cómo empujar la experiencia hacia adelante? Yo ahí lo adoptaría en primera persona. Porque aquí hemos hablado de la política pública, lo cual implica al regulador y al servidor público, pero lo que yo siempre digo, siempre lo repito, es que esas personas que están ahí no son diferentes a nosotros. Somos una sociedad que desprecia, menosprecia y desatiende a la creatividad simbólica, a la

cultura y al arte. El típico ejemplo del chico que llega diciendo: "quiero ser gestor cultural, quiero ser concertista" y la respuesta es: "vete a ser ingeniero, abogado o arquitecto". O sea, socialmente no tenemos esa apreciación profesional, esa valoración social por lo creativo, por lo artístico y por lo cultural.

No nos quedemos con criticarlos. Criticarlos es un espléndido ejercicio, pero la crítica viene en primera persona. ¿Por qué somos una sociedad que con toda la riqueza creativa que tenemos, históricamente hablando, no estamos de moda? Somos un país en el que históricamente hemos generado colores, sabores, imágenes, sonidos y seguimos cada día. Y luego tendemos a rebanar finamente la noción de cultura en México, pero ¿cuál? ¿La de Oaxaca, la de Baja California? ¿O cuál? La cultura de México es riquísima.

Somos de esos países con una riqueza abundante y reproductiva, y cada día estamos generando más y más. ¿Por qué socialmente no lo adoptamos?, ¿por qué presupuestalmente no lo encaramos para reconocernos así? Porque otros países sí tienen clarísimo que la gente va a consumir su gastronomía, sus textiles, su arquitectura, su ambiente social y nosotros lo damos por sentado. Yo frecuentemente expreso esto como ¿en dónde estará?, más que el modelo perfecto, ¿de dónde vendrá el manotazo en la mesa para decir que no seamos estúpidos? No seamos miopes. Tampoco caigamos en el mercantilismo o economicismo de la cultura y la creatividad. Pero al creador que quiera un financiamiento, que pueda entrar a un banco; al creador que quiera atenderse médicamente, que pueda hacerlo; al creador que quiera acceder a audiencias masivas, que lo pueda hacer.

Me toca muy frecuentemente encontrarme con artistas de diferentes disciplinas y les digo: "oye, ¿cómo querías acceder a audiencias más grandes?", y me dicen: "no quiero. Yo estoy feliz". Pero hay otros que me dicen: "quiero producir en escala, quiero proyectarme y no encuentro en esas ventanas la oportunidad".

Cierro este comentario diciendo que es un tema sistémico, es un tema social. Quiero pensar que no es de ondas desconectadas ni que en serio seamos tan estúpidos como para no darnos cuenta. ¿Qué queremos todo el tiempo económicamente? ¿Ir por más petróleo?, que además ya se va a acabar en 20 o 30 años. En cambio la creatividad sigue creándose. Porque un día un presidente de la República dijo: "qué mala onda, ya no hay tantos braseros". "No seas estúpido. ¿Cómo que no hay tantos brase-

ros? Un brasero es un mexicano que no pudo operar económicamente aquí y se tuvo que ir. No es una felicidad irse del país". Por eso a mí me gusta hablar más de la economía, de la creatividad. Porque la creatividad es como ese petróleo que detona una cadena productiva, una cadena económica. ¿Por qué no la formalizamos, en el caso de que se pueda formalizar? ¿Por qué no la multiplicamos y les damos respeto a los creadores, y multiplicamos nuestra generación de divisas, infraestructura, producción, empleo, etc.? Ahí entra el discurso economicista y económico. Pero seguimos viéndola como un elemento ornamental, ocioso, bonito en el mejor de los casos, pero que no es parte de la vida real y no caemos en la cuenta de que la pisamos, la comemos, la vestimos y la respiramos todos los días de la vida, nosotros y el resto del mundo.

**Público:** Lo que yo quería comentar era que si había justo una documentación y sistematización de flujos económicos cruzados y en cuanto a costos diferenciados, en el sentido de que en la diversidad geográfica de la ciudad (por lo menos yo estoy viviendo en el centro y trabajo en el suroriente), en el suroriente imperan economías muy marcadas, hay mucho trabajo de artesanos (específicamente en la zona de Tláhuac y Xochimilco) que tienen cooperativas, pero que no están limitados a la economía local. Se están empoderando mucho, aunque sí están un poco dejadas de la mano de las autoridades, como las delegaciones. Pero ellos mismos, con capacitaciones federales, buscan desarrollarse como cooperativas de producción y además buscan espacios de Fonart o de tiendas en zonas de alto consumo, como Roma, Condesa, Polanco. De alguna manera hay un flujo de costos diferenciados de producción y de consumo, que mientras saben que en la zona no van a poder generar un mercado al costo al que ellos consideran justo, sí luchan por tener un flujo de salida en otra zona de consumo, sin dejar de apoyar sus proyectos locales. Están haciendo granjas, talleres de cerámica, y de alguna manera no sé si estas experiencias son atractivas para los especialistas como ustedes, para hacer visible estas alternativas en donde no todo está echado a una sola canasta de huevos, sino que la reparten para fortalecer lo local, sabiendo que está mejor pagado en otros lados de la ciudad y que incluso están buscando formas de exportar su producto.

**Ernesto Piedras:** No conozco que existan muchos de esos estudios. Creo que un problema de esa tradición de estadísticas hace 10 años es que nos quedamos en las fotos satelitales. Yo he sugerido mucho ir por ciudades específicas, por barrios, por actividades. Lo de siempre, los argentinos tienen desde hace tiempo el estudio de cuánto vale el tango y aquí no tenemos uno del mariachi, como para ver esas especificidades. El

único que se me ocurre, o el más aterrizado, es un libro que editó Mafer Olvera titulado *Sonidos urbanos*. Abarca D.F., Guadalajara y Tijuana. Es un libro maravilloso y son muchas generaciones de estadística primaria. A mí me tocó prologarlo, pero me tocó ver en el camino la perspectiva de esos grupos de rock urbano, sobre todo los que empiezan trabajando localmente. O sea, llegaban con músicos de un barrio, ensayaban localmente y sus audiencias eran locales. Sólo que para cuando publicaron el libro ese modelo ya se había roto. Ensayaban en un lugar, venían de diferentes puntos de la ciudad y tocaban en toda la ciudad, o sea como una exportación intraurbana de rock. Y me encantó porque había estadísticas, nombres, fotos, géneros y yo creo que ésa es la utilidad de los números.

Si yo les digo 6.7% del PIB pueden reflexionar y pueden quedar convencidos de que hay una dimensión económica. Pero para darle salida y operar la cultura y el arte, 6.7% sirve para muy poco. Necesitamos el *close up* de esos grupos, de esos artistas visuales y sus geografías y sus características. Otra vez vuelvo al ejemplo médico, ninguno de nosotros va al médico y nos dice: "tienes 8.3% de salud". Te da tu peso, tu altura, los diferentes indicadores que nos hacen leer esas impresiones. Eso es lo que nos falta para tener una reacción creativa y conducente para la salud de nuestra cultura.

**Eduardo Cruz Vázquez:** Yo creo que, evidentemente, en relación con otros países como Chile, Colombia y España, México no tiene una buena cantidad de estudios sobre economía y cultura ni tampoco estudios que se deriven de ellos. No es el momento ni el caso para enumerar los que sí hay, pero sólo quiero destacar un elemento para responder tu pregunta.

Dentro de lo que sí hay y que es muy útil, y que tiene un costo en una parte de ellos, es lo que finalmente el INEGI ha generado. Están los censos económicos. Acaban de sacar una encuesta muy interesante sobre el gasto de los hogares, donde por primera vez se mide el promedio anual del gasto por hogar y cuánto se destina a educación, transporte, comida, libros, etc. Todo lo que arroja el Sistema de Cuentas Nacionales, todo lo que arroja el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas y lo que será la Cuenta Satélite de Cultura.<sup>1</sup> Lo que pasa es que este asunto Ernesto Piedras y yo lo hemos vivido en su momento. Él con su estudio

1. Es importante aclarar que la Cuenta Satélite de Cultura fue puesta a disposición por el INEGI en enero de 2014 (N. de E.C.).

*¿Cuánto vale la cultura?*, y yo al tratar de armar estudios más particulares, como en el caso de lo que hicimos en Oaxaca con el Programa Sectorial de Cultura 2011-2016. Lo que pasa es que todo eso demanda, para el economista y para el periodista que se mete en la economía, una enorme cantidad de esfuerzo formativo. No es lo que te da un economista nada más, sino es también cómo interpretar esos instrumentos de medición. Por eso hay una estela importante de trabajos de mercadotecnia. Muchas empresas y personas recurren a comprar la información del INEGI, la que no aparece en el portal, para hacer sus diagnósticos y poder tomar las mejores decisiones para establecer un negocio.

En tal perspectiva, el Gobierno del Distrito Federal anunció que a través de la Secretaría de Desarrollo Económico va a hacer una toma satelital por delegaciones, por manzanas, etc., para que cuando tú quieras poner una zapatería o una farmacia o una miscelánea o lo que se te ocurra, tengas la información más desagregada para saber si te conviene o no estar ahí. Yo creo que no estamos en el nivel que deberíamos de estar, y lamentablemente quienes nos dedicamos a esto tampoco contamos con estímulos tan bárbaros, como los que se dan en el Sistema Nacional de Creadores del Fonca. No los hay tampoco para otro tipo de trabajos que son tan importantes como el señor que se sienta a escribir sus poemas. Y vaya que es indignante ver en esas listas de becarios a algunos personajes. Pero no veo caso detenerme en esto. En suma, coincido con Ernesto Piedras y con los demás colegas.

El hecho de que no contemos con estímulos para realizar estudios, para poder publicar, no quiere decir que nos detengamos en la tarea. Pero ojo: si se investiga y se busca, se encuentra mucha información para crear modelos de negocio y para tomar decisiones. De eso estoy absolutamente convencido.

**Fran Ilich:** Yo creo que aquí hay una diferencia muy grande entre una cooperativa, donde ya hay una idea de trabajo grupal, y el arte, que por lo menos en México es bastante individualizado. Hay algunos artistas que van juntando sus fondos mensuales (de trabajo que hacen en el extranjero, o de instituciones públicas, o de ventas individuales, etc.) como una manera de sobrevivir. Una solución a este modelo ocurrió en Brasil con un grupo de músicos que fundaron una especie de sindicato de músicos de la provincia del noreste. Fundaron una divisa y esta divisa lo que hizo fue monetarizar el trabajo de todos los servicios que hay en la industria urbana independiente de música: el que conecta los cables, el que vende las cervezas, etc. Juntaron 15 millones de dólares como los 43 mil que

juntamos nosotros en estas dos semanas. Hablaron con el Ministerio de Cultura de Brasil y con la iniciativa privada, desde Nike hasta Red Bull, y lograron poner 50% y 50%, de manera que hacen grandes festivales donde todos reciben el dinero completo, o la mitad en reales y la otra mitad en su moneda. El gobierno acepta pagos en esta moneda y logró hacer un censo a nivel micro de todo lo que ocurre en la industria musical de Brasil. Los músicos lograron pasar el control de los editores o de las disqueras de São Paulo y Río y llevar música de otros sabores y colores.

Entonces creo que eso es muy interesante. Ahora Google tiene un nuevo departamento, como desde hace un año, donde visualiza todos los tráfico que hay de información y de estadística, como GoogleMaps pero viendo que en tal edificio los usuarios están viendo esto, estas personas están viendo aquello, descargando esto. Lo que implica como censo de economía es genial. Puedes saber qué está consumiendo la gente, cuánto dinero está gastando, saber si hacen transacciones bancarias o no, o no sé... Creo que es una herramienta que podemos hacer nosotros mismos con GoogleMaps o con otra cosa.

**José Luis Paredes Pacho:** Yo estoy de acuerdo con Ernesto en que no hay estudios micros. Sería importante profundizar en el estudio de lo que él llama la "economía sombra", un territorio donde Ernesto incluye varias realidades aún sin cuantificar, entre ellas justamente ese mundo subterráneo de producción directa que traté de describir anteriormente. Como afirmé en un texto que publiqué en 2007, un estudio semejante tendría que distinguir la subterrneidad y la independencia de la simple ilegalidad.

En cuanto a estudios realizados en el extranjero, debo mencionar a George Yúdice, quien ha estudiado principalmente los fenómenos culturales de Brasil relacionados con la música; por ejemplo, el technobrega y sus estrategias económicas, donde la venta de discos no es importante ya que las grabaciones se regalan. En España debo mencionar a Jaron Rowan, a quien invité a México hace cinco años, por ahí de 2007, para realizar una residencia y una investigación sobre los colectivos culturales locales desde la Casa del Lago.

Tanto George Yúdice como Jaron Rowan son muy críticos. Su reflexión no busca hallar el modelo perfecto sino problematizar cualquier tipo de modelo. Pero, además, debemos asumir que todo modelo es dinámico. No podemos referirnos a un modelo nacional perfecto, ni a un modelo infalible de economía cultural o de microempresa, ni de emprendeduría. Es

imposible sostener una postura que busque un modelo único imbatible. Cada proyecto presenta su especificidad y cada modelo tiene sus debilidades. Si el ejemplo que aquí puse sobre el Tianguis Cultural del Chopo tuvo sus aciertos durante los 80, hoy en día el sentido de ese modelo ha cambiado simplemente porque el contexto, al cual ayudó a transformar, es otro por completo, ya no obedece a un contexto de escases sino de abundancia. De tal manera que su éxito de antaño no necesariamente es emulable para CACAO. Y esto a pesar de la gran épica que puede representar la narrativa de su historia: un tianguis perseguido por la policía, que generó sus brigadas de autodefensa, sus formas de autogobierno, su vinculación con el Movimiento Urbano Popular a raíz del terremoto del 85, su negociación con la prensa de la época, el contacto con sus diversas comunidades constituyentes y con las que atrajo a lo largo de todo el país, su economía de sobrevivencia, sus reglas internas, etc.

La compleja realidad de cada proyecto debe ser estudiada con seriedad. En cuanto a la mencionada épica del Tianguis, Jota Izquierdo, un artista participante de CACAO, ha presentado aquí una investigación. Jota identifica las contradicciones actuales del Tianguis, así como sus externalidades (los datos económicos derivados o relacionados indirectamente con una práctica cultural específica). De igual forma, habría que estudiar más a los colectivos que han existido y a los actuales. Es un mundo que yo llamo invisible y que Ernesto llama economía sombra, justo porque es lo que nos falta estudiar antes de sacar conclusiones absolutas.

**Ernesto Piedras:** Y aguas nada más: el que sea "sombra" no quiere decir que estamos mal y ellos están bien. En sombra entra también la parte digital. La autoridad (y es en serio, les pongo ejemplos) no está sabiendo qué hacer con el mundo digital. El ejemplo más cotidiano: si ustedes compran una tarjeta de iTunes no pueden pedir factura porque mis amigos de la Secretaría de Hacienda no saben a quién cobrarle impuesto, si al establecimiento que vende, a Apple o al que entrega los bienes y servicios. Simplemente no es facturable.

¿Y cuánto se está descargando? Netflix, Apple TV y muchos otros. Y si yo les digo: "Escríbanme y les mando mis libros en formato digital" ya les rompí el modelo. Eso no quiere decir que estemos mal o que seamos ilegales; es una sombra en donde la estadística no está sabiendo capturar nuestros procesos y el fisco no está sabiendo cómo cobrar los impuestos. Entonces, más bien, puede haber una parte que es ilegal bajo ciertos formatos legales, y ya sé que a mis amigos compositores les encantaría volver al mundo del acetato y el casete. Pero también adapta tus estadísticas,

este intercambio digital, ese *trendsetter* que les describí, no sabe cómo cobrar impuestos y está generando mucho dinero. Cóbrale impuestos, pero dale apoyo, cóbrale impuestos pero ten una política fiscal y cultural de banda ancha, no de acetatos de 78 revoluciones como la sigues teniendo. No vamos a desconectar la banda ancha, más bien adáptate a esto que viene sin freno, ni reversa.

**José Luis Paredes Pacho:** Cada modelo, aun si fuere perfecto, generaría problemas con su simple evolución. Toda propuesta abre flancos nuevos. Incluso la búsqueda de modelos globales de licencia de autor se enfrenta a una suma de realidades particulares que relativizan cualquiera de sus hallazgos. Si en su origen la figura de derechos de autor vigente podía aspirar a la universalidad, hoy es mucho más complejo el panorama ante el desarrollo desigual de cada uno de los campos culturales, porque no es lo mismo el campo literario que el campo musical, o el campo del cine. Y además en cada campo hay géneros y subcircuitos que generan distintas velocidades, dinámicas y problemáticas, y por lo tanto las respuestas tienen que ser diferenciadas. Ése es el gran problema de generar un modelo universal macro, pero también micro.

**Fran Ilich:** Quizá sea también como la crítica que yo le hago al Bitcoin, que es esta moneda digital global y que antier estaba en 150 dólares. La puedes hacer en tu computadora, pero hace muchos años costaba un centavo. El problema que yo le veo al Bitcoin es que no paga impuestos. Es una moneda criptográfica, pero por otro lado puedes ver todas las transacciones en donde estuvo cada Bitcoin que se gastó en una transferencia completa. El problema es que fue generado por un programador libertario, que es por definición anti estatal. Entonces, ¿qué bienestar colectivo se está generando? Esto es muy fuerte porque si es una moneda global ¿qué logra? Imagínense: yo tengo, creo que 10 u 11 Bitcoins, que nos costaron unos 20 dólares y que hoy son 100 mil.

Podemos estar comprando un montón de cosas pero ¿qué es lo que estamos generando en el tejido social real, más allá del internet, y de quién es el internet? Yo creo que después del agosto pasado, queda muy claro que el internet es un lugar de cuidado. Yo vendí mis laptops, traigo un iPad, no tengo nada de información.

Es importante también lo que está pasando en internet a ese nivel, donde los Estados nacionales no logran tener un control sobre éste o poner diferentes políticas que tengan que ver con su territorio, digamos. Un problema que me encontré con este servidor autónomo es que si el

EZLN o las fuerzas armadas revolucionarias del pueblo quieren tener una página web, ¿cómo le hacen? Sí, el internet es el lugar de la libertad de expresión, pero ¿cómo compran el dominio? Necesitan una tarjeta de crédito. Entonces al usar la tarjeta de crédito saben absolutamente todo de ti. Creo que ahí si nos vamos al asunto del Bitcoin, no va a funcionar. El mercado sí es el lugar donde la sociedad o las fuerzas sociales (sean horizontales o dinámicas) balancean las cosas en contra del control estatal. Sin embargo, el internet sí es un producto del Estado nación muy fuerte.

Tendríamos que entender que tiene que haber economías pequeñas como la de CACAO, como la de los Digital Material Sunflowers, como la de empresas mexicanas para las que no es el dólar ni el euro, por una o varias razones. Cada vez van a empezar a surgir más de estas moneditas que tienen acceso a diferentes transacciones, a diferentes productos y que a veces a mí me asusta; digo, esto es feudalismo, esto es completamente antimoderno, sin embargo el feudalismo viene de otras dinámicas completamente diferentes. Aquí hay una crisis dialéctica, es una negociación muy interesante, en un momento de multipolaridad global.

**Público:** Yo pongo la figura del artista como emprendedor cultural. Por ejemplo, en la Secretaría de Cultura hay un programa desde hace algunos años que se dedica a formar empresas culturales a partir de los colectivos. Tiene muy clara esta sistematización. Incluso ahora los trámites de pago se facilitan más si eres una asociación civil conforme a lo cultural, y hacia allá va la formativa. ¿Qué tanto tendría que estar más sistematizado y formado el gestor cultural, viniendo de distintas disciplinas, como en nuestro caso del gremio artístico? Bueno, en la ENAP hay una materia que es "Costos y presupuestos", pero si también la da un artista que no tiene un buen desempeño en el mercado del arte y, por ende, no te va a transmitir una buena estrategia ni de economía cultural, ni como artista en el mercado, ¿de qué formación estamos hablando? Y por otro lado, el artista se tiene que preocupar por pagar sus impuestos, además por sus gastos fijos (renta, luz, agua, gastos de sobrevivencia) y no sólo los de producción.

Además muchas veces tienes tu taller en casa, o la mayoría vive con sus papás y ahí tiene su taller, entonces dejas de ver todos esos costos, que son inherentes al precio final del producto si tu producto es obra artística. Con toda esta problemática (pagar impuestos, vender la obra, saber lo difícil que es vivir de ser artista y convertirte en gestor para ayudar a otros proyectos), en medio de toda esta situación compleja de cómo situarse en distintas plataformas, que no es en el mercado ni en la academia vi-

viendo de dar clases, ¿cómo tendríamos que ver la figura del artista, que le llaman despectivamente “de chambitas” cuando se vuelve gestor cultural? Ya sea para una institución o siendo activista, hace gestión cultural para su barrio o su comunidad. Y eso está bien porque ya viene pagado. Pero, ¿qué pasa con esta figura del artista y gestor cultural que debe tener varias fases de preparación?

**Eduardo Nivón:** La figura del artista ha cambiado precisamente por esta nueva manera de enfrentar el reto creativo, por esta historia de cómo el artista se vincula con las instituciones y con la sociedad. No digo que este individuo en la etapa reciente se ha hecho independiente, pero sí que ha dejado de trabajar construyendo instituciones, para entonces trabajar por proyectos. Proyectos que son a veces concursables y que otras son parte de su propio ímpetu personal. Este modelo se ha generalizado y ha construido diversas narrativas. Lo más sorprendente es que frente a la narrativa del éxito que nosotros tenemos (imaginando que alguien en el taller de su casa está construyendo, está diseñando alguna pieza y de pronto da el pelotazo y construye Facebook) hay otra narrativa como la que, por ejemplo, se desarrolló durante mucho tiempo en el Tianguis del Chopo, una forma de trabajo cultural que se desarrolló en lo oculto, en lo marginal, sin entrar a los grandes procesos. Estamos en medio de esas dos narrativas, y afortunadamente el debate ya no es si nos vamos a mantener al margen de las grandes líneas de las políticas públicas. Tus mismas preocupaciones lo muestran. El artista tiene que estar pensando en pagar impuestos y en muchas cosas más. Hoy se trata de convencer a más artistas de que es más rentable estar en la formalidad que estar en la informalidad porque pueden beneficiarse de algunas deducciones; aunque eso no descarta que en cinco años un creador que se haya formalizado pueda decir: “yo seguí las reglas y mira cómo estoy”, o por el contrario: “estoy desarrollando un proyecto exitoso”.

Hay muchas cosas de por medio en la construcción de estas narrativas y es, creo yo, el momento de pensar en tres temas:

1. Un artista emocionado por su proyecto es capaz de dedicar muchas horas a su realización, que constituyen (o son parte de) una autoexplotación y que no son valoradas como trabajo. Ni ellos ni la sociedad son conscientes de ese esfuerzo al que a veces alegremente se somete el artista. Hay que medir ese trabajo para poder revalorarlo.

2. El modelo de producción actual obliga a combinar muchas estrategias de trabajo y con ellas surgen muchos agentes, a los cuales el artista mu-

chas veces queda subordinado. Es la gran paradoja de lo que ha pasado entre el curador y el artista plástico. Muchos curadores, a pesar de que con frecuencia no son artistas plásticos, son los que están interpretando la obra y la están vendiendo. Esta cuestión es muy interesante para pensar dónde se ubica el papel del artista y cómo hacer que el artista no pierda relevancia frente a todas estas transformaciones que están sucediendo.

3. Por último, está el problema de los jóvenes propiamente. Hay que mirar con mucho cuidado todo lo que está pasando en el ambiente juvenil, porque son la parte más pujante de la sociedad pero está viviendo una situación económica frágil y de riesgo. Pienso que las estrategias para enfrentar el paro juvenil, las estrategias para enfrentar la realización de los jóvenes en una sociedad tan caótica como en la que estamos viviendo, requiere de una serie de medidas que no son estrictamente económicas ni artísticas, sino que van muchísimo más allá de esto. Es necesario darles cobijo en una sociedad que tiende a expulsarlos. Bueno, en este punto tenemos todavía un espacio de reflexión muy amplio.

**Público:** Soy de una familia de músicos, de mujeres músicos. Mi pregunta es: ¿qué es lo que pasa en una sociedad (yo no quiero categorizarlo como si fuese un barrio, una colonia o una nación como la nuestra, cada quien tiene lo suyo) donde tenemos que consumir constantemente cultura, o más bien no cultura como tal, sino representaciones de la cultura? Abrimos una página de Facebook y tenemos que ver imágenes que las personas van subiendo. Yo lo podría categorizar como representaciones de sonidos, porque todos los comerciales que vemos en la televisión o el cine tienen música. En los camiones hay música, nuestros celulares tienen música o alarmas. Quiero saber su opinión sobre todo, confrontando esta forma de consumir las cosas tan rápido, tan seguido. Pareciera que todos los días debo descubrir un nuevo proyecto de música porque ya me aburrí el anterior y ni siquiera escuché todo el disco, sólo escuché dos canciones. Y esto confrontándolo con una manera de crear al que muchos de nosotros estamos expuestos, que es el crear lentamente. Sobre todo si somos personas individualistas y no quiero colaborar o no sé colaborar con otras personas, duplico o me autoexploto, porque no solamente yo me grabo, sino yo registro a otros, yo me edito, yo me masterizo, yo publico, yo hago una empresa: este *do it yourself* llevado al extremo.

Entonces esto se convierte en una especie de autoexplotación, en tiempo excesivo para producir, cuando nosotros como sociedad estamos consumiendo contenidos de una manera voraz. Pareciera como esos progra-

mas de televisión, donde el día de ayer estuvo alguien de moda y al día siguiente está otra persona. Y, bueno, el caso de la música es a lo que yo me enfrente, y me gustaría preguntarles qué opinión tienen (cada quien dentro de su disciplina) de la relación que hay entre los productores jóvenes, entre este individualismo como tal, pero sobre todo entre esta sociedad que consume contenidos culturales de una manera voraz.

**Ernesto Piedras:** Lo que diría es que nos acostumbremos porque nunca, nunca un ser humano ha tenido tanta capacidad de crear y de acceder a la creatividad. Y retomo la época del Tianguis del Chopo. En esa época, a veces tardaba 6 meses o 1 año en llegar un disco a México, y los que nos considerábamos melómanos teníamos mil acetatos. Hoy cualquier chavo tiene 120 mil canciones en dos discos duros, más películas y videos. O sea, el acceso y descargas de libros, de artículos es abrumador. Entonces el problema es doble: uno, en discriminar, en clasificar, y dos, en asegurarnos de que efectivamente todos tengamos ese acceso. Porque luego salen estas estadísticas de AMIBS que dicen que 50% de la población en México son internautas. ¡Qué padre! Ya es 50% más que el año pasado. Pero te recuerdo una cosa: somos 118 millones de mexicanos, ¿en dónde están los otros 73 millones?, ¿cómo se informaron hoy?, ¿cómo votaron el año pasado?, ¿cómo discuten y se enteran de estos eventos o algunos otros? O sea, la brecha digital no es puramente retórica. El problema para ti y para mí es discriminar. Quisieras oír el álbum completo y sólo escuchaste dos canciones, pero el otro problema es que hay gente que ni siquiera logra escuchar esas canciones. Por eso preocupa cuando a ese componente sombra le estamos llamando "nueva forma de vivir", de vivir, de crear, de acceder digitalmente a los contenidos.

Y me sorprende mucho que aquí el tema sea esto y en el gobierno no tanto. No es como que a nadie le digan que ya existe la banda ancha y los *smartphones*. Es aspiracional, es un elemento de todos. ¿Por qué no hacemos una política fiscal?

En parte del comentario que hacías yo pensaba: ¿cómo hacerle? Pues también perdiéndole el respeto y siendo irreverentes con la cultura. Hay dos vocablos o ideas que a mí me preocupan mucho en las conversaciones cotidianas, y son cultura y educación. Porque más que invitarnos a la reflexión y al análisis, siento que entramos en un plano de irreflexión. Tú le dices a cualquier persona que esto es un tema de educación y parecemos muñequitos de pesero, todos meneamos la cabeza y ya lo dejamos. Pero ¿qué es educación? Son contenidos, puede ser educación digital, es democracia educativa. Decimos "es educación" y ya no exploramos

más. Y también con lo cultural, pero ese tema pareciera que lo sacáramos del plano. Deberíamos decir que la cultura se vincula con la infraestructura, con la electricidad, con los dispositivos electrónicos, con el poder adquisitivo. Lo que siempre digo: si hoy internet es el nuevo espacio de educación lúdico, la nueva biblioteca, la nueva discoteca, en parte el nuevo Chopo, cuando alguien no tiene una laptop o una tableta es como si le dijéramos: "Tú no entras a la biblioteca por jodido. ¿No tienes dinero? No accedes a los libros, te me quedas afuera". Cuidado, no es un tema sólo ornamental y "qué bonito, salió la tableta 3 mm, más delgada". Es un tema de equidad educativa, cultural, social, económica y todo.

Yo sí sería más irreverente y diría: "A ver, en el plano fiscal tal vez hay que pagar impuestos, ¿pero a cambio de qué, a cambio de qué presupuestos?". Yo discutiría la cultura, y nunca he escuchado a la autoridad cultural opinar sobre las leyes secundarias de telecomunicaciones, como si fueran otra cosa: 60% de los contenidos en la red son culturales. ¿Por qué no hay un pronunciamiento de la autoridad? ¿Por qué lo vemos como mundos separados? Insisto, encendemos la cultura, le damos *enter*, la pisamos, nos la comemos todos los días. Ése es el tratamiento que debemos reconocer que le damos y ponernos a trabajar y explorar.

Yo me quedo con que la pregunta fuera: "¿Tenemos la actividad política y cultural que necesitamos?". Me quedo con un no. Yo pensaría en estos temas fiscales y digitales más intensivamente.

**Fran Ilich:** Muchas gracias por abrir la caja de Pandora.

Regresando a lo que estabas diciendo, Jaron Lanier, quien diseñó o inventó la tecnología de la realidad virtual, lo llama maoísmo digital. Lo que él dice es que ahora un montón de gente tiene la oportunidad de crear, pero ¿qué es lo que están creando? Lo que él dice es que la música no ha cambiado lo suficiente, como del house al techno o al trance.

Seguimos en lo mismo básicamente, acaso una pequeña variación, por hablar de la música. Sin embargo, si antes vivían de esta producción cultural determinado número de personas, ahora quien hace el dinero es "la colmena", que serían Apple, Facebook, Amazon, etc. Por eso él lo llama maoísmo digital, porque todas la pequeñas abejitas están produciendo el dinero para estas cuatro o cinco compañías.

Ahí es donde me interesa el asunto. Hace unas semanas estuve en un encuentro de piratas, capitalistas y *hackers*, entre otras cosas, y se discutía

el tema de la biblioteca universal. Ahora tenemos la capacidad de tener una biblioteca universal, donde todas las personas que tengan acceso a una computadora e internet pueden descargar libros. No me voy a detener en quiénes tienen acceso y quiénes no.

El problema con el que nos encontramos es que, por decirte, la biblioteca de Nueva York te permite descargar libros electrónicos, uno solo a la vez, o sea que si un libro lo descargó una persona no lo puede descargar otra persona, a menos que la biblioteca tenga varias copias de ese libro, por asuntos de derechos de autor. Entonces los anarquistas lo que dicen es que los libros tienen que ser gratis, pero quizá no reparan en el hecho de que hay un escritor que los escribe y que vive de eso y que a lo mejor no tiene acceso a la economía de la "academia", que parece que funciona más o menos bien.

Lo que proponen los piratas es escanear todos los libros y están produciendo escáneres con impresoras digitales, escáneres de muy buena definición. Tienen lo que se llama la biblioteca Guttenberg. Son 32 terabytes, son cien mil, o no sé si millones de libros, que tardas varias semanas en descargar. Lo que ellos dicen es que necesitan un país que publique todos estos libros piratas para defender a Assange de Obama. Ya están en diálogo con Corea. No sé si Corea se va a prestar al juego antiimperialista.

Por otro lado está Islandia, que quiere ser el paraíso de los bancos de información, así como Suiza era el de los bancos de dinero. ¿Cómo le haría Islandia para liberar toda esta información de acceso universal, pero que además es pirata, sin pagar derechos de autor? A mí me parece motivo de alarma. El ancho de banda sí se lo pagamos a Carlos Slim; es más, se lo subsidiamos, como telecomunicación está subsidiada y después se privatizó. ¿Pero estos libros? ¿Qué pasa con toda esta promoción cultural? ¿Cómo los metemos al pacto social, para que estos autores puedan ir al tianguis y comprarse unas verduritas? Los piratas no lo ven, los piratas te dicen: "Un libro dura dos años, después de los dos años está muerto". Entonces tú les dices: "O sea, no, el autor sigue vivo después de los dos años". Creo que tenemos un reto importante ahí, que pesa, que es complejo.

Por ejemplo, las personas que hacen impresión 3D dicen: "El diseño industrial ya no vale. Vamos a ganarle a las corporaciones". Pero simplemente los recursos materiales, la materia prima sigue viniendo del mismo lugar, sigue siendo la misma materia prima, que ahora el consumidor

final la quiere a mitad de precio porque dice que está muy caro. No sé, la plata. Ahora la plata viene de unos pocos lugares.

Creo que va a estar interesante. Creo que la solución no está en los comunes, que es esta idea como del siglo XVI, me parece. No sé si conocen bien el asunto de los comunes. En Inglaterra estaba la tierra común. Tenían acceso todos estos granjeros y campesinos. Pero, claro, puedes colapsar el territorio común. Claro que el que más lo trabaja, más rápido lo colapsa y se convierte en el siguiente Slim, que está bien pero creo que el ejercicio que estaremos haciendo con CACAO pasará por ahí.



## Alejandro Rincón Gutiérrez / TACO (Tianguis de Arte Contemporáneo)

Tel: 21605471 0445519105309 E-mail: rinc2@yahoo.com.mx alex.rinc@gmail.com Fb: /alejandro.rinc

Tw: @COMAGuardafaros



### AGENCIA DE TURISMO CULTURAL/ TACO LABORATORIO DE PRODUCCIÓN CRUZADA... EN BICI

El artista dirigió un minidocumental sobre seis rodadas que partieron del FARO Tláhuac hacia talleres artesanales y artísticos en Tláhuac y Xochimilco, (como el espacio cultural-comunitario La Cebada). En dichas rodadas se hizo trueque con los creadores visitados: a cambio del recibimiento y de una obra se entregaba una libreta de dibujo con hojas de papel algodón y un estilógrafo. De este proceso se presentó la instalación *Bici-puesto* que exhibía el documental.

### PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Durante CACAO se comercializaron y se realizaron trueques de productos elaborados por artesanos y artistas colaboradores del TACO: playeras, libretas, bolsas y otras artesanías. Uno de los objetivos del documental era dar a conocer el trabajo de artesanos y artistas del suroriente de la Ciudad de México. Se hicieron visibles sus materiales y sus formas de distribuir productos y proyectos. Además, se fomentó el uso de la bicicleta como medio para desplazarse por avenidas, ejidos de producción agrícola y pueblos originarios.



Visita al taller del maestro vitalista, José Arturo Viurcos, en la colonia Del Mar, Tláhuac



Parada durante la rodada a talleres artesanales de Tláhuac con las indicaciones de ruta del artista y profesor Israel Mora, ciclista activo

## Alfadir Luna

Tel: 0445534230230 E-mail: alfadir.luna@gmail.com



### IN GIRUM IMUS NOTCTE ET CONSUMIMUR IGNI!

La propuesta presentada para CACAO parte del proyecto *Mercados públicos*, que comprende a estos espacios de comercio como foros de retórica pública, cuyas dinámicas intrincadas son la base de los procesos de diálogo. Productores-comercializadores que trabajan en La Merced y que cubrían los objetivos del Tianguis fueron invitados a exhibir y poner a la venta sus productos en el Museo Universitario del Chopo. A su vez, aquellos productores de CACAO que emplean mecanismos de operación similares a los de La Merced fueron invitados a exhibir y poner a la venta sus productos en este mercado.

### PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

El proyecto se sustenta en la producción de lazos sociales, que devienen en circuitos de comercialización. La producción consiste en la elaboración de relaciones sociales y no en la elaboración de productos, con el objetivo de que las mercancías, que los involucrados en el proyecto ya comercializan, sean aproximadas e integradas a potenciales vías de circulación.



Objetos-documentación y "Archivo Activo" de Pinto Mi Raya en Galería y Centro Cultural "Keren Tá" (detalle), Nave Mayor de La Merced / Fotografía: cortesía del artista



Productos orgánicos elaborados por Corral de Piedra, El Copudo, Hacienda de Arriba, Victoria y Sta. Rosa de Lima, Gto. en la Nave Mayor de La Merced / Fotografía: cortesía del artista

## Antonio Vega Macotela

E-mail: asanisimas@gmail.com

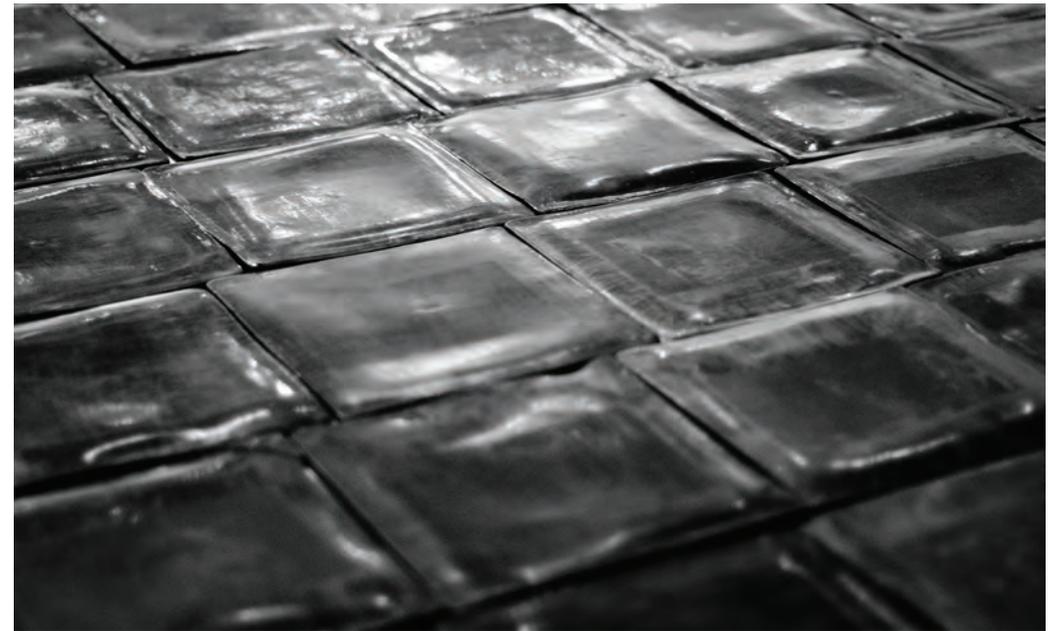


### ATONAL

El barro negro es negro fundamentalmente por las cenizas que se le impregnan cuando se está cociendo. La tierra es un contenedor de lo quemado. Todas mis fotos y mi memoria fueron quemadas y cada una de las placas se impregnó y se volvió ceniza de mi memoria-imagen. Cada mosaico negro, a pesar de que todos son prácticamente iguales, contiene una imagen única, un original diferente. Los mosaicos están acomodados de acuerdo con un valor subjetivo: mientras más cerca estén de la cabeza de la serpiente, mayor es su valor.

### PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

*Atonal* es una reflexión en torno a la producción en serie y a la idea de autor en el trabajo. Decidí trabajar con los artesanos de barro negro de San Bartolo Coyotepec, Oaxaca. Me interesa el sistema de producción del barro negro por la manera en que se producen las piezas. Cada reproducción es intervenida individualmente con objetos cotidianos (tapas de refresco, credenciales de elector, piedras, balas). Cada pieza es diferente, ya que los objetos y formas de trabajarlas lo son.



## Daniel Godínez Nivón

Tel: 0445534772119 E-mail: renton\_hr@yahoo.com Web: [issuu.com/mediosmultiples/docs/tequiografias](http://issuu.com/mediosmultiples/docs/tequiografias) [tequiorolas.tumblr.com](http://tequiorolas.tumblr.com)

Tw: @tlatelolca466



### LA FORMA DE LA DEUDA

El proyecto consistió en crear diez piñatas que representaran las deudas económicas de comerciantes de diferentes mercados de la Ciudad de México. El diseño fue realizado a través de asambleas y procesos de trabajo colectivo, en que los comerciantes imaginaron una manera de representar las deudas económicas que han experimentado o que tienen actualmente. Para CACAO se realizaron dos piñatas representativas de cada mercado. El dinero recaudado por la venta de una se emplearía para rellenar las demás, con el objetivo de romperlas en sus mercados correspondientes durante las posadas.

### PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Desde 2008 he trabajado con personas provenientes de comunidades indígenas a través de una metodología artística inspirada en el tequio (forma tradicional de organización comunitaria que consiste en el trabajo gratuito para el beneficio colectivo) y la organización de asambleas. Me interesa el tequio como sistema de trabajo y de organización humana, y la asamblea como una puesta en escena de los saberes de una comunidad y una herramienta de composición artística.



Proceso de trabajo con maestros piñateros en la colonia El Sol / Fotografías: Éder Almanza

## Fran Ilich

E-mail: [ilich@variable.vg](mailto:ilich@variable.vg) Web: [diegodelavega.net](http://diegodelavega.net) [spacebank.org](http://spacebank.org) [variable.org](http://variable.org)



### SPACEBANK

En 2005 con la Sexta Declaración de la Selva Lacandona nació el servidor de internet cooperativo Possibleworlds, que buscaba desarrollar otra política en el uso de la red. Al mismo tiempo se creó el Spacebank, un banco de inversión comunitario virtual que promueve valores socialistas y apoya el comercio de mercancías alternativas, como el café y el maíz zapatistas. El servidor y banco construyeron una nano-macroeconomía enfocada en sostener distintos proyectos. Durante CACAO estuvo disponible la apertura de cuentas bancarias en Spacebank y la venta o el intercambio de productos alternativos.

### PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

El conglomerado mediático cooperativo Diego de la Vega es un organismo administrativo de finanzas corporativas. Permite la búsqueda de financiamiento para varios proyectos: el Departamento de Ficción (grupo que investiga y desarrolla medios narrativos), Possibleworlds (servidor autónomo), Radio Latina (servidor alternativo con siete programas a la semana), Tijuana Media Lab (laboratorio de medios en un garaje) y SpaceBank, cuya divisa "Digital Material Sunflower" fue respaldada en algún momento por semillas de girasol de porcelana del artista chino Ai Weiwei.



## Jota Izquierdo

E-mail: srjota@gmail.com Web: capitalismoamarillo.net



### CAPITALISMO AMARILLO: CHOPIN

*Capitalismo amarillo: Chopin* es un documental que investiga las transformaciones económico-culturales que ha vivido el Tianguis Cultural del Chopo en la última década. Ésta contrasta con los 80 y 90, que fueron clave para conformar la cultura rockera de la ciudad y del país. Gracias a la venta de bienes culturales (cine, música y literatura), el tianguis ayudó a concretar diversas identidades urbanas, movimientos musicales y procesos de autoproducción y distribución cultural (desde el trueque, la piratería y la fayuca) del panorama contracultural de la ciudad. Los cambios culturales, económicos y tecnológicos de principios de este siglo obligaron al tianguis a adaptarse económicamente. Esto generó una nueva convivencia entre los viejos rockeros y los nuevos comerciantes, entre la cultura y el consumo.

### PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

El documental se exhibe en las plataformas tradicionales de difusión artística (galerías, instituciones o bienales). La distribución de mis proyectos está más enfocada a la difusión que a la propia venta. La página web capitalismoamarillo.net y mi canal de YouTube me permiten compartir mi trabajo de forma global y generar contactos con otros investigadores sociales.



Fotografía: cortesía del artista

## Pinto mi Raya

Tel: 55230419 E-mail: pintomiraya@yahoo.com Web: www.pintomiraya.com Tw: @Pintomiraya



### DEL ARCHIVO A TU CASA

Pinto mi Raya es un proyecto de arte conceptual aplicado. Posee un gran archivo con más de 40 mil artículos de opinión de diarios nacionales, recuperados desde 1991, son documentos sobre su propio trabajo y el de otros artistas contemporáneos. *Del archivo a tu casa* es una revisión de proyectos concretados en objetos cotidianos. Para nosotros, la vida y el arte siempre han estado unidos. Ésta es una manera de compartir nuestro recorrido, una visita a nuestro archivo para reactivarlo. En CACAO presentamos diez productos, cada uno acompañado por una explicación sobre la pieza o el documento a partir del cual fue creado.

### PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Los materiales hemerográficos del archivo se distribuyen en bibliotecas especializadas, ferias de arte o encuentros académicos. Los objetos utilitarios hechos como reactivación de nuestros *performances* se distribuyen en ferias, encuentros académicos, exposiciones e internet. La producción es autosustentable, aunque ocasionalmente hacemos proyectos más grandes para donar nuestros compendios hemerográficos a instituciones académicas y artísticas, en cuyo caso buscamos becas.



Fotografía: Mónica Mayer

## Taniel Morales

Montealban 25-7, col. Narvarte, C.P. 03020, México, D.F. Tel: 0445540881208 E-mail: taniel70@gmail.com Fb: /taniel.morales



### TRANS-ACCIÓN

Satura con clavos las maderas. La madera pertenece a una mesa de corte de una maquila de ropa ubicada en la colonia San Antonio Abad, que funcionó de 1940 a 2011. Para trabajar debes escribir en la hoja de trabajo tu nombre, el día, la hora y tu e-mail. Toma el martillo y satura con clavos la madera (el tiempo que quieras y donde quieras). El video documenta el tiempo de trabajo. Puedes mover las cámaras para documentar mejor tu labor. Todo el trabajo queda grabado. La pieza está en subasta continua. El dinero que se recaude de la subasta se repartirá proporcionalmente entre todos los participantes según el tiempo de trabajo.

### PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Somos lo que hacemos. Trabajar crea nuestro tiempo. Pero en algún momento dejamos de trabajar para formarnos y empezamos a trabajar para ser premiados o conseguir algo (dinero). ¿En qué momento dejamos de trabajar para formarnos y empezamos a trabajar sólo para conseguir dinero? Nuestra presencia en los otros los transforma. Socializar es tomar control de este mecanismo. Trabajar para hacerse uno con los otros. Para sentir nuestra permanencia colectiva en el mundo.



Fotografía: cortesía del artista



Fotografía: cortesía del artista

## Tráfico Libre de Conocimientos (TLC)

E-mail: [tlconocimientos@gmail.com](mailto:tlconocimientos@gmail.com) Web: [tlc.org.mx](http://tlc.org.mx) Fb: [TLConocimientos](https://www.facebook.com/TLConocimientos) Tw: [@TLConocimientos](https://twitter.com/TLConocimientos)

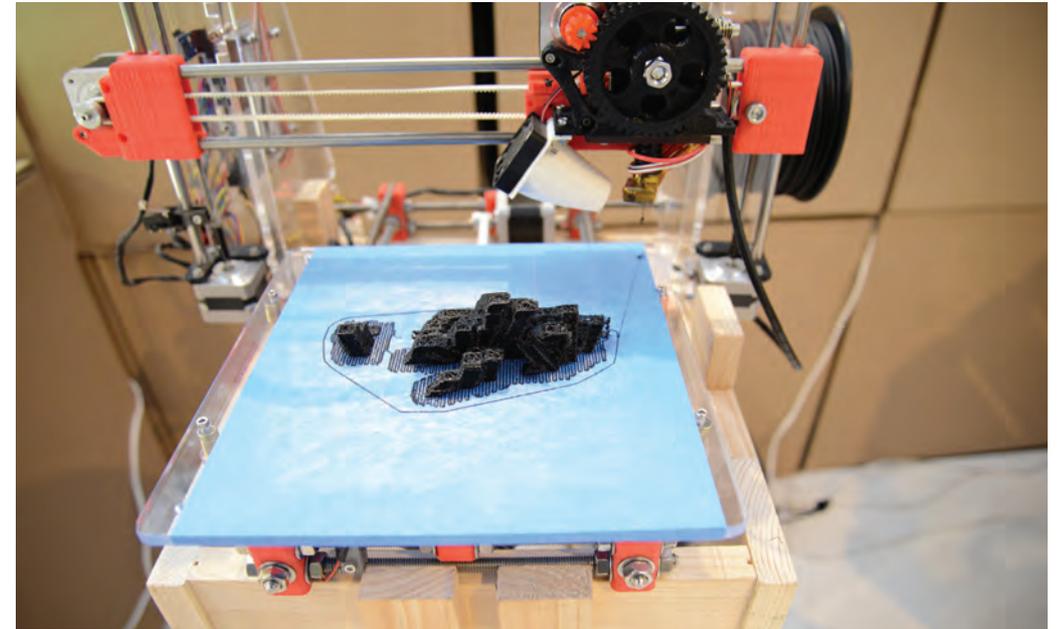


### EL OBJETO DE LA AUSENCIA

El detonante para la pieza fue el contexto de la vivienda en la Ciudad de México, donde la mayoría de los habitantes no tienen un espacio propio y no existen proyectos gubernamentales eficaces para resolver el problema. Para empezar, entrevistamos a personas cuya relación con el habitar y la ausencia de vivienda nos pareció relevante: escultores, autoconstructores, bailarines, arquitectos, poetas y niños. Ellos contaban sus experiencias y las describían en el aire con sus manos. Estos movimientos fueron capturados por un sensor y se tradujeron en modelos impresos en 3D. Usar tecnología basada en código abierto nos permitió alejar la impresión de sus objetivos utilitarios y contribuir al uso público de la información.

### PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

TLC trabaja a partir de situaciones cercanas a sus integrantes, desde las que se pueden generar vínculos con otras personas. Para esta pieza, abordamos un problema que nos afecta como generación: la falta de vivienda propia. Con esta inquietud investigamos el tema a nivel nacional e invertimos el presupuesto de CACAO en un proyecto que nos redituara ganancias económicas a largo plazo, para conseguir un espacio propio.



Impresión de la pieza *Mutación* realizada por Pablo Hoyos / Fotografía: Xchel Gallegos



Vista general de la instalación *El objeto de la ausencia* / Fotografía: Xchel Gallegos

## Yutsil Cruz

Tel: 0445541329614 E-mail: yutsilas@gmail.com Fb: /yutsil



### SER DIPLODOCUS NUNCA FUE FÁCIL

La instalación se refiere a la memoria histórica del Museo Universitario del Chopo, y recuerda cuando el Museo Nacional de Historia Natural se ubicaba ahí y exhibía una réplica del esqueleto de un *Diplodocus Carnegii*, del cual seleccioné la pata trasera para realizar 16 réplicas en escala real. Éstas fueron puestas a la venta en el Tianguis de CACAO. El valor de un objeto que se considera un bien cultural se presenta así como un objeto de entretenimiento que se asemeja a un juguete.

### PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Realicé 16 intercambios de mano en mano con artistas, gestores y otros agentes culturales que estuvieran interesados en adquirir una de las patas. A cambio recibí horas de su trabajo, obra, películas, entre otros productos. El valor del trueque fue negociado y pactado con cada uno.



Modelado en plastilina, previo al molde / Fotografía: cortesía de la artista



Réplica de la pata *Ser Diplodocus nunca fue fácil* / Fotografía: Brenda Anayatzin Ortiz



**PRODUCTORES INVITADOS**

## Asamblea Comunitaria Miravalle (ACM)

Web: [comunidadmiravalle.blogspot.com](http://comunidadmiravalle.blogspot.com) Fb: /Asambleacomunitaria.miravalle Web: [tagrami.org](http://tagrami.org) Fb: TAGRAMI Taller de Cooperativa

Gráfica Miravalle Fb: Colectivo de Mujeres en Huerto Urbano



### VARIACIÓN ESPACIAL DE UN PROCESO DE ORGANIZACIÓN COMUNITARIA

En CACAO, el Colectivo de Mujeres en Huerto Urbano ofreció un par de talleres en los que enseñaron cómo hacer huertos en casa; además ofrecieron productos de medicina alternativa generados desde la siembra de las plantas hasta su fabricación. El Taller de Cooperativa Gráfica Miravalle ofreció un taller de experimentación gráfica en el que expuso una técnica que involucra la xilografía y el reciclaje de plástico HDPE, ya que a partir de un proceso de termoformado se logra imprimir sobre el material. También se diseñaron y construyeron macetas de plástico.

### PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

La ACM está formada por varias asociaciones comunitarias de Miravalle, ubicada en la Sierra de Santa Catarina, Iztapalapa. Busca mejorar las condiciones de vida en la región a través de la participación ciudadana y de las instituciones del Estado. Durante el Tianguis participaron el Colectivo de Mujeres en Huerto Urbano y Tagrami. Ambos proponen técnicas amigables con el ambiente, generación de empleos y encuentros con la juventud.



## Colectivo 1050°

Quintana Roo 211, (HUB Oaxaca), col. Centro, C.P. 68000, Oaxaca Tel: 9515204019 E-mail: info@1050grados.com

Fb: Colectivo de Cerámica 1050 grados



### POLVO SOMOS

*Polvo somos* es un ritual para convertir las cenizas de nuestros seres queridos en color; es un proyecto para repensar cómo percibimos la muerte. Las personas nos entregan una pequeña porción de las cenizas de sus difuntos y las mezclamos con otros componentes para crear esmaltes que dan color y vida a un contenedor de barro. Cada persona puede tener una urna única y personalizada que guarda el recuerdo de quienes se han ido.

### PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

El colectivo busca crear puentes entre arte, diseño y artesanía para generar cambios sociales. Se basa en la tecnología social que involucra la psicología y las prácticas narrativas como metodologías de trabajo participativo. En colaboración con artesanos oaxaqueños, producen artesanía basada en obras tradicionales, adaptadas al gusto y necesidades de la actualidad. Sus procesos productivos tienen bajo impacto ambiental. Para ello el colectivo desarrolló el primer horno en el mundo que funciona usando el mismo quemador, a base de aceite reciclado de restaurantes locales.

80 Productores invitados Cooperativa Autónoma de Comercio Artístico de Obras



*Polvo somos* en CACAO / Fotografía: Diego Mier y Terán



Francisca Regino Porras torneando / Fotografía: Diego Mier y Terán

## Ediciones Acapulco

Acapulco 13-7, col. Roma Norte, del. Cuauhtémoc, C.P. 06700, México, D.F. Tel: 52716265 E-mail: info@edicionesacapulco.mx

Web: edicionesacapulco.mx Fb: /EdicionesAcapulco Tw: @LibrosyAcapulco



Ediciones Acapulco es una editorial independiente establecida en la Ciudad de México en 2011, fundada por la diseñadora editorial Selva Hernández, con la idea de hacer libros pensados desde la perspectiva del diseño y del libro como objeto. Hacemos objetos donde la letra está intrínsecamente relacionada con su forma, pequeñas publicaciones que buscan crear objetos de diseño con un valor bibliográfico *a posteriori* que no se refleje en su costo de salida al público.

### PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Actualmente, para escribir y dejarse leer, los medios electrónicos son la mejor opción. Esta realidad le da una nueva dimensión a los formatos en papel. Nuestra propuesta se basa en hacer ediciones de tirajes limitados (de 100 a 500 ejemplares) con atención en el diseño tipográfico, los materiales de impresión y los acabados de encuadernación, para que los libros perduren con los años. Acapulco es un espacio para publicar creaciones actuales en cualquier disciplina. Al colaborar directamente con los autores, producimos un objeto en el que el contenido y la forma son inseparables. Los libros de Ediciones Acapulco son libros para atesorarse: sólo hacemos primeras ediciones.



Selva Hernández, diseñadora editorial / Fotografía: Folio



Cuadernos y márgenes, Otro Yo, Velvet y Siempre te amaré / Fotografía: cortesía del productor

## Ediciones ¡Joc-Doc!

Antonio Plaza 37, col. Algarín, del. Cuauhtémoc, C.P. 06880, México, D.F. Tel: 52716265 E-mail: ediciones.joc.doc@gmail.com

Fb: /EdicionesJocDoc Tw: @EdicionesJocDoc



## NAZIOSARE

Para este proyecto, la premisa básica fue hacer algo loco, algo que representara un reto en todos los aspectos, en la planeación y realización. La idea primigenia giró en torno a realizar una antología de arte gráfico internacional, impresa en serigrafía y cuya temática uniera a cada uno de los colaboradores y sus quehaceres gráficos: el cómic era el nexo más fuerte, por lo que decidimos realizar la publicación en torno a portadas de cómic. El resultado final fue una publicación de 30 x 40 cm, impresa y ensamblada durante septiembre y octubre de 2013.

## PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Intentamos mover *Naziosare* y otras publicaciones dentro de los circuitos del punk, arte gráfico y cómic *underground* y sus redes a nivel mundial por medio de internet. Nuestras publicaciones se distribuyen en tiendas como Quimby's (Chicago), Punk and Destroy (Osaka), Fatbottoms Cómics (Barcelona), Gordo Seboso Gibis (São Paulo) y Seite Books (Los Ángeles). Tenemos una tienda en línea para enviar nuestros productos a cualquier parte del mundo y participamos en festivales de autoedición y de publicaciones independientes cuando podemos.



Fotografía: Apolo Cacho



Fotografía: Apolo Cacho

## Fábrica Social

Córdoba 67, int. 7, col. Roma, del. Cuauhtémoc, C.P. 06700, México, D.F. Tel: 55353431 E-mail: info@fabricasocial.org

Web: fabricasocial.org Fb: Fábrica Social Tw: @FabricaSocial



### TALLER DE TINTES NATURALES PARA TEXTIL

En CACAO se propuso el taller de tintes naturales para textil, impartido por Josefina Jiménez, artesana de Teotitlán del Valle. El objetivo era mostrar el proceso de teñido de fibras naturales, en particular de lana, desde el lavado y mordentado hasta la obtención del color. Y además explicar las cualidades y características de las fibras y de los tintes para obtener un muestrario de color. Para ello se pretendió dar a conocer el uso de la grana cochinilla, añil, muiltle, palo brasil, cempasúchil, palo azul y cáscara de nuez.

### PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Fábrica Social impulsa las capacidades creativas y económicas de mujeres artesanas especializadas en textiles; busca posicionar los oficios tradicionales como alternativa financiera redituable para las comunidades, y que éstas logren consolidar grupos artesanales autosustentables.



Quexquémitl CACAO / Fotografía: Ray Marmolejo

## La Casa Tropical

Juan de la Fuente 8, col. Obrera, del. Cuauhtémoc, C.P. 06800, México, D.F. Tel: 55647570 E-mail: info@omelette.com.mx  
lacasatropical@omelette.com.mx Web: omelette.com.mx/lacasatropical Fb: /LaCasaTropical Tw: @LaCasaTropical



### CABEZA NEGRA / AGRICULTURA CHOCOLATE UNA ACCIÓN DE INTERCAMBIO Y RIQUEZA DELICIOSA A TRAVÉS DE LA EXPOSICIÓN

Este grupo de productores ha investigado acerca de la naturaleza y cultura de especies patrimoniales como el cacao, la vainilla, el chicle, la cochinilla, el henequén, el palo de tinte y el mangle rojo. Dichas especies influyeron en la formación de las culturas mesoamericanas, pero, en la actualidad, en medio de la decadencia capitalista, se ha olvidado su aplicación cultural como monedas y herramientas de belleza. Ante lo cual, Casa Tropical reivindica el uso de estos bienes naturales para combatir la pobreza y construir mejores relaciones con el entorno. En CACAO vendieron chocolates, hubo degustaciones y pláticas sobre la riqueza cultural e histórica del cacao.

### PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Su comunidad está conformada por un taller creativo, dos fincas y una cooperativa. Trabaja con agricultores que siembran en policultivo y cuentan con certificación orgánica, lo cual favorece a la regeneración de la biósfera tropical.



## La Ceiba Gráfica

Hidalgo 1, col. La Orduña, Coatepec, Veracruz, C.P. 91603 Tel: 228 8169330 E-mail: ceibagrafica@gmail.com Web: laceibagrafica.org  
Fb: La Ceiba Gráfica AC Tw: @CeibaG



### LITOGRAFÍAS CACAO

El proyecto consistió en realizar una carpeta de litografías de mediano formato, con propuestas de imagen para algunos proyectos de los productores invitados. Se realizó un ejercicio creativo que apoyara la presencia de productos culturales elaborados por grupos, cooperativas y asociaciones vinculados a CACAO, así se creó un conjunto de imágenes que sirven como testimonio del Tianguis. La carpeta consta de 8 estampas de un formato de 30 X 37 cm y un tiraje de 25 impresiones, realizadas en litografía sobre mármol mexicano e impresas sobre papel de algodón hecho a mano en La Ceiba Gráfica.

### PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Los artistas fueron seleccionados porque estaban relacionados con algunos de los productores que participaban en el Tianguis o por tener interés en los proyectos que se presentaron. El equipo necesario se trasladó desde La Orduña, Coatepec, hasta el Museo del Chopo. Todo el equipo y los materiales utilizados fueron diseñados y fabricados en La Ceiba Gráfica, con la participación de personas locales que han adaptado los oficios que practican para este propósito.



## Laura Valencia Lozada

E-mail: lauravaloz@gmail.com



### UNIÓN DE COEDITORES GRÁFICOS

La Unión busca formar un colectivo de talleres de grabado dedicados a producir gráfica de manera profesional, a usar el grabado como moneda de cambio para intercambiar coediciones con artistas, con productores, gestores, coleccionistas, impresores, etc. Tiene un especial interés en encontrar una vía para la distribución y venta de obra gráfica con mejores condiciones para los productores y dirigida a un público más amplio, con miras a formar una cooperativa de talleres.

### PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Con la venta de grabados y con los fondos invertidos durante el Tianguis de CACAO (diseño gráfico, impresos, carpetas, materiales de difusión) se formó un primer fondo común o capital semilla de la Unión. Pensamos que es prioritario abrir un espacio de reflexión crítica y acción colectiva en relación con la producción, la distribución y el consumo de la gráfica. Nosotros nos cuestionamos: quiénes y bajo qué parámetros se establecen los precios en el mercado de la gráfica, cuáles son las vías de distribución actuales, a qué públicos está dirigida, y si a partir de crear nuevos públicos enriquecemos y dinamizamos los contenidos del grabado.



Taller de grabado en hueco impartido por José Porras, en colaboración con la Imprenta Móvil / Fotografía: Laura Valencia Lozada



Taller de tipos móviles impartido por Rogelio Vázquez de Casa Móvil / Fotografía: Laura Valencia Lozada

## Martha Hellión

E-mail: marthahellion@gmail.com mhellion012@yahoo.com



### COLECTIVO EDITORIAL

Partí de la información de los participantes para iniciar mi propia investigación. Después reuní imágenes relacionadas con la colonia Santa María e hice un análisis visual. Éstas se convirtieron en postales de edición limitada (150 ejemplares) y se presentaron con un cuaderno/álbum que permitía al comprador desarrollar una narrativa personal al pegar las postales y añadir más fotos, dibujos y textos. Además se lanzó una convocatoria para invitar a la comunidad a participar con material propio, que sería digitalizado e impreso durante la segunda etapa del proyecto para exponer y formar un acervo para el Museo.

### PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

A partir del uso desmedido de la tecnología informática, en la que se pierde la habilidad de observar y percibir fuera de las pantallas, propuse que se reflexionara acerca de revertir procesos y que se realizara, por medio de la creatividad multidisciplinaria, un estudio visual relacionado con los alrededores del Museo del Chopo con el fin de apreciar nuevamente valores sociales, económicos y estéticos que servirían para la conservación de esta área. El resultado sería utilizado como documento propositivo en otro lugar.



## N.A.A.F.I

E-mail: [info@naafi.mx](mailto:info@naafi.mx) Web: [naafi.mx/CACAO](http://naafi.mx/CACAO) Fb: /NAAFImx Tw: @N\_A\_A\_F\_I



### ESPECTRAL + MOCK THE ZUMA

CACAO es una pieza musical producida específicamente para el Tanguis. Se trata de un ambiente sonoro, de tintes siniestros y mecánicos, con referencias a la frontera y al borde urbano. Una colaboración de Espectral con Mock The Zuma. Se colocó un PA ambiental a 4 canales en el centro de la galería con el audio sonando en *loop* durante todo el evento. Al centro del cuadrante se colocaron sillas metálicas industriales y una placa grabada con el nombre del archivo y el URL del sitio de la organización para su descarga gratuita.

### PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Como disquera independiente, autofinanciamos la producción del material con fiestas y eventos. Editamos en digital, viniles de 12" y CD de tiraje limitado. La productora integra 13 proyectos musicales y mediáticos: DJ Tetris, Espectral, Fausto Bahía, Fuede Billete, Imaabs, Lao, Lechuga Zafiro, Mexican Jihad, Mock The Zuma, Omaar, Paul Marmota, Zutzut y Smurphy.



## Primal

Tel: 56961358 E-mail: info@primal.mx Web: primal.mx 754mm.org Fb: /primalstudio Tw: @primalstudio



### 754 MM

Setecientos cincuenta y cuatro milímetros es el promedio anual de la precipitación pluvial en el Distrito Federal. "Primal nos propone de un modo ejemplarmente sencillo –tan claro y transparente como un frasco de vidrio– que adoptemos una actitud limpia, activa y respetuosa. Con una acción individual que supone un mínimo esfuerzo y una intervención igualmente mínima sobre nuestro entorno cotidiano, plantea una profunda reflexión sobre el uso del agua y el enorme poder que tenemos y no ejercemos." Juan Bta. Peiró

### PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

754MM es agua de lluvia potabilizada para consumo humano.

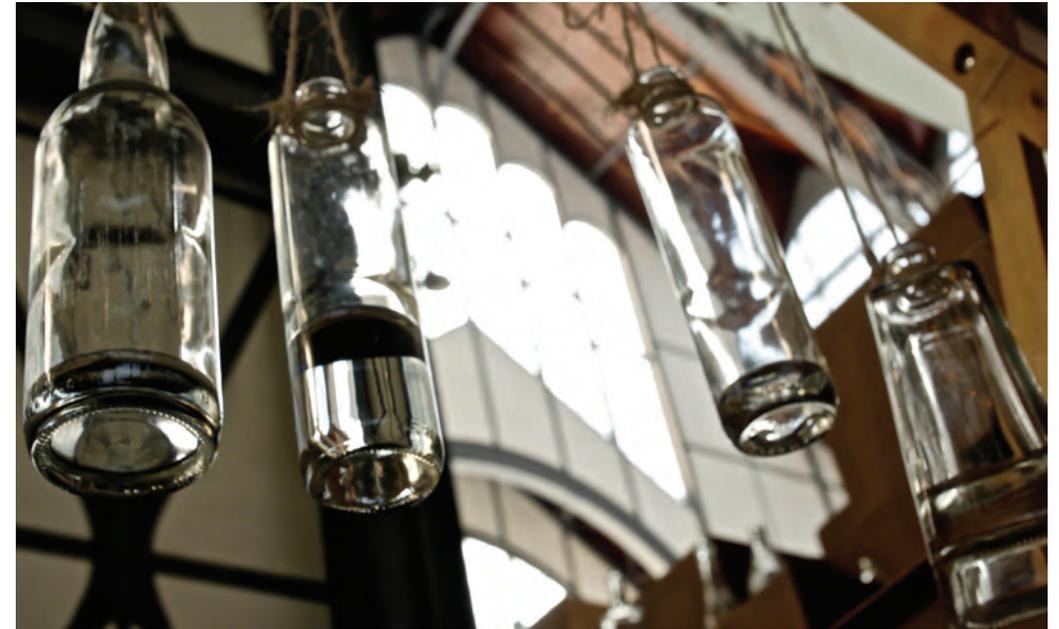
754MM es la reutilización de botellas de vidrio que normalmente se desechan como basura.

754MM es incentivar el uso de envases reutilizables.

754MM es crear conciencia sobre el consumo de agua.

754MM es *copyleft*.

754MM habla sobre el lugar y sus recursos.



Capítulo tres: oro blanco, CACAO, Museo Universitario del Chopo / Fotografía: Susana Bernal



Capítulo tres: oro blanco, CACAO, Museo Universitario del Chopo / Fotografía: Susana Bernal



**SELECCIONADOS POR CONVOCATORIA / BECARIOS**

## Alejandro Gómez-Arias

Tel: 0445536676480 E-mail: gomezariasalejandro@gmail.com Web: alejandrogomezarias.com



### TRANSACCIÓN TRES VALORES

La producción desarrollada para CACAO se adscribe al proyecto *Capital flexible*, en ésta se realizó, junto con maestros artesanos, una serie de joyería de plata extraída de las monedas de 10 nuevos pesos, emitidas de 1992 a 1995 por el Banco de México. Se propusieron cuatro diseños (una manopla y tres anillos) que evidencian la especulación del sistema financiero. Se reflexionó sobre los procesos de resistencia económica, la irrupción de sistemas dominantes y la transformación del valor de un objeto por las fuerzas de cauce social a las que son sometidos.

### PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

La producción está vinculada a la reflexión sobre el cambio de valor de la moneda, como un proceso de resistencia al sistema monetario y un proceso de destrucción de la misma. Se propuso relacionar al consumidor a través de un círculo de discusión con especialistas en economía donde se cuestionó el valor de la pieza en función de sus características desde distintos modelos de valoración. Las piezas se exhibieron como un muestrario de joyería para poder ser producidas por encargo.



Joyería hecha con la plata extraída de monedas de 10 pesos. El diseño es la gráfica del mercado de plata de Nueva York entre 2003 y 2013, periodo en que la plata incrementó en 700% / Fotografía: Carmen Tapia



Anillo hecho con la moneda mexicana de N\$10, la última en circulación fabricada con plata / Fotografía: cortesía del artista

## Colectivo Hilvana

Romero de Terreros 1359-401, col. Narvarte, del. Benito Juárez, C.P. 03020, México, D.F. Tel: 62360336 E-mail: hilvana.moda@gmail.com

Fb: Hilvana



### INDUMENTARIA ACTUAL Y RENOVACIÓN COLECTIVA

Hacemos diseño y trabajo textil de objetos decorativos, moda y accesorios, hechos a mano. Nuestros productos están elaborados con materiales textiles 100% reciclados. Para CACAO recolectamos materiales usados y resignificamos cada prenda artesanalmente. El consumidor se llevó un producto único y fue invitado a donar prendas y accesorios que ya no quisiera. Así él se renovaba, obtenía un descuento para su siguiente compra y contribuía a la renovación de más personas.

### PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

La producción del taller Hilvana se divide en dos áreas: por una parte, un equipo de diseño, coordinación y administración; y por la otra, un grupo autosustentable de producción (GAP). Con este modelo de trabajo ofrecemos a personas de bajos recursos la posibilidad de apoyar en los procesos de fabricación de nuestros productos. Estas personas trabajan desde su casa, lo que les permite atender sus hogares y generar una convivencia familiar durante horas laborales. Buscamos, a largo plazo, crear una red comunitaria donde también participen sus vecinos y conocidos.



Fotografía: cortesía del productor



Fotografía: cortesía del productor

## Colectivo Santiaguero

E-mail: colectivo.santiaguero@gmail.com Web: colectivosantiaguero.org Facebook: /ColectivoSantiaguero

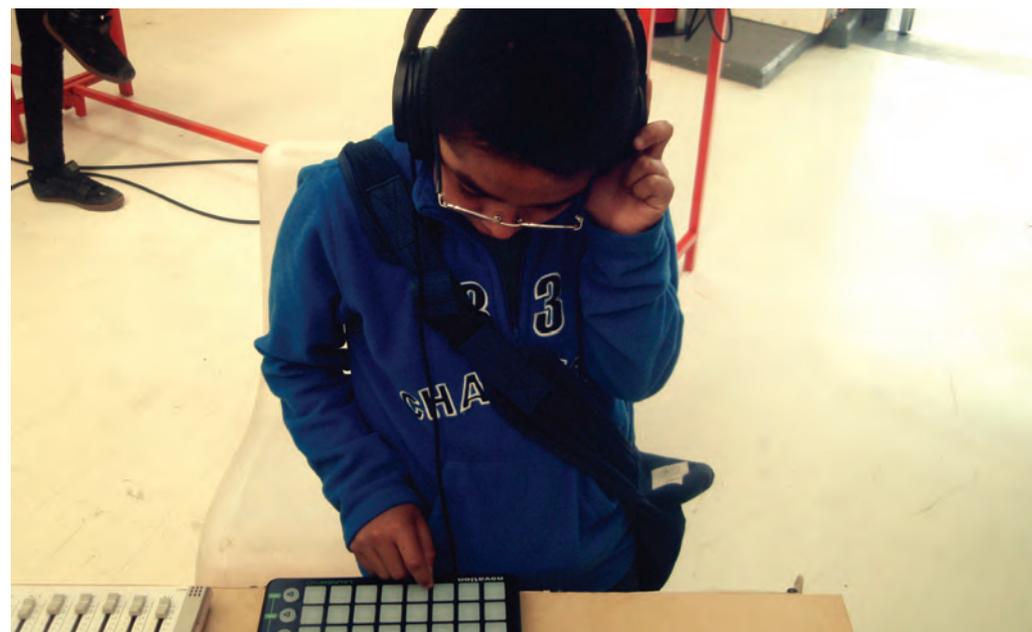


### LA MARCHANTE SELECTA Y LA ORQUESTA MULTICOLOR PRESENTAN: RIZOMA SONORO DE INTERSABERES

El proyecto consistió en construir un espacio interactivo que motivara el diálogo intercultural entre los participantes del encuentro, los asistentes al Museo y los músicos del colectivo sobre acciones solidarias y recíprocas, a través del uso de nuevas tecnologías para la composición colaborativa o colectiva. Se crearon dos cabinas: una para el registro de audio y otra para escuchar música, motivar y documentar en formato sonoro la respuesta de los asistentes. Se elaboraron cuatro piezas cuyos *samplers* sonoros surgieron de las prácticas humanas solidarias documentadas; se puso a disposición todo el material como estrategia de retroalimentación del taller.

### PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Las estrategias de difusión para este proyecto sonoro colaborativo se basan en organizar espacios sonoros para presentar nuestra música; y con ello generamos un ingreso solidario que permita la consecución del proyecto. De igual forma subimos material a la nube que puede ser descargado, deconstruido y compartido, como estrategia para la generación de capital social.



Personas escuchando y remezclando los registros que se documentaron / Fotografía: cortesía del productor

## Cráter Invertido

Sin domicilio fijo, col. Obrera, México, D.F. E-mail: holahola@craterinvertido.org Web: craterinvertido.org Fb:/crater.invertido

Tw: @craterinvertido



### MERMA

Cráter Invertido es nuestro y tuyo también. Es una editorial de producción a baja escala. Nos interesa la edición, publicación, reedición y apropiación del conocimiento a través de fanzines, libros y revistas con contenidos que nos prenden y de los que nos sentimos afines; creaciones que buscan acompañar, complejizar y ampliar la información ya existente. Con una fotocopiadora y diversas técnicas (serigrafía, offset, risografía, sellos) logramos imprimir, reproducir y compartir nuestras ediciones. Tejemos alianzas y consolidamos afinidades para pensar juntos en otras estrategias de producción-distribución de nuestros múltiples contenidos.

### PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

De abril a agosto de 2013 nos tomamos el tiempo para aprender, explorar y repensar la selección, conceptualización, financiamiento, edición, diseño, impresión y distribución en el proceso editorial. Abrimos una invitación a personas con experiencia en la producción editorial y a personas que quieran aprender como nosotros, formamos una escuela temporal para compartir conocimiento a través de pláticas y talleres. A todo este proceso le llamamos Movimiento Editorial.



Fotografía: cortesía del productor



Zúngale. Gráfica caníbal y cómic, una de las seis publicaciones realizadas por Cráter Invertido para CACAO / Fotografía: cortesía del productor

## Daniel Ruvalcaba Aguilar

Benjamín Franklin 20-2, col. Escandón, del. Miguel Hidalgo, 11800, México, D.F. Tel: 0445559409291 E-mail: daguiru2@hotmail.com

Web: ruvalcabayasociados.weebly.com



### REVISTA DE PUBLICIDAD. CEO DE RUVALCABA Y ASOCIADOS

Realicé una publicación para vincular el Museo Universitario del Chopo con algunos de los espacios comerciales de la colonia Santa María la Ribera. El impreso es un tríptico tamaño carta que contiene 16 anuncios con 16 cupones. Los comerciantes que obtuvieron un espacio en la publicación fueron quienes se tomaron el tiempo de responder las siguientes preguntas: ¿cuál es la obra de arte de tus sueños? y ¿qué darías a cambio por ver esa obra hecha realidad? (no dinero ni mercancías). Con las respuestas hice un cupón por cada negocio. Por ejemplo: "si me traes *La última cena*, te doy clases de zumba", dijo Vicky de Vickycandy.

### PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Como editor de la publicación, ofrecí velas creativas en forma de agradecimiento a los lectores que hicieran válido alguno de los cupones y me lo demostraran con fotos. Según el tiempo que les tomó hacer válido el cupón fue la cantidad de velas que les correspondió. La tasa de cambio fue 100 gramos de parafina por 60 minutos de trabajo. En total recibí documentación de 12 intercambios y entregué 2100 gramos de parafina.



"Querido lector, si haces válido uno de los cupones y das testimonio de tu intercambio en el Museo del Chopo recibirás a cambio ¡velas creativas!" / Fotografía: Sara Baruch



Productos comprados en las tiendas de alrededor del Museo del Chopo, a los que se les vació parafina / Fotografía: Sara Baruch

## GrrrIVIRUS

Tel: 551513666 E-mail: andreatumbas@gmail.com Fb: /AndreaTumbas Andrea Antimorales



### IXCHEL, LA TOALLA FEMENINA ECOLÓGICA

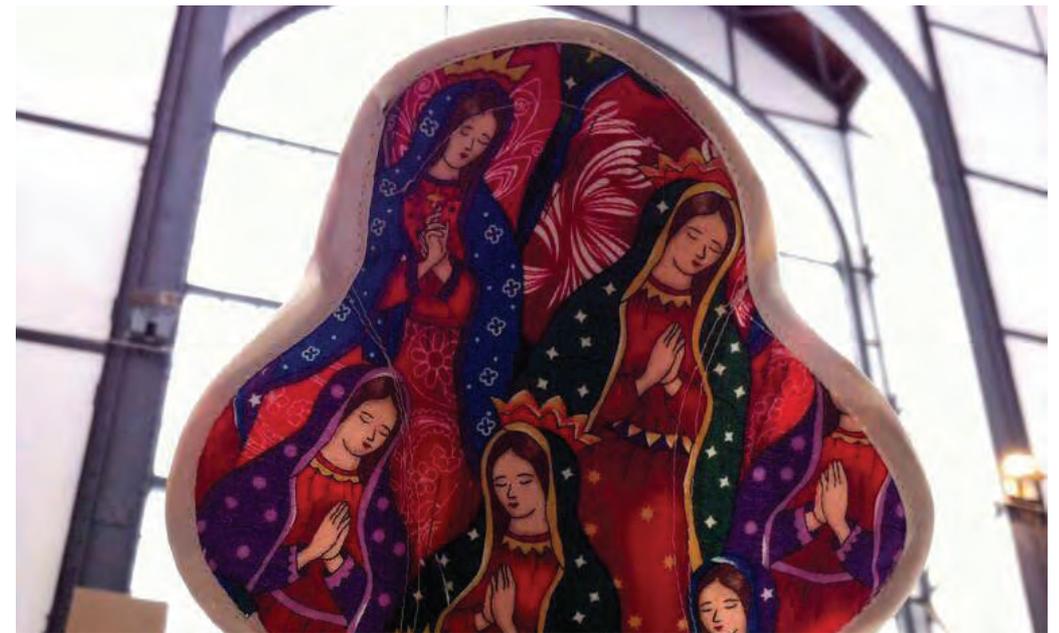
Queremos reconciliarnos con nosotras y con la naturaleza. No deseamos utilizar productos químicos que desequilibren el pH de nuestro cuerpo, nos causen alergias o infecciones, ni que contaminen el ambiente y terminen en la basura o en los mares. Con la toalla femenina de tela lavas y cargas tu propia sangre. Esto ayuda a crear una conexión y aceptación contigo misma, con tu cuerpo, tus ciclos y con las demás mujeres. Somos más de la mitad de los seres humanos en el planeta y podemos dejar de ser consumidoras-contaminadoras si nos conectamos con nosotras y con la naturaleza.

### PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

La toalla tiene como mercados las tiendas ecológicas y los tianguis alternativos. Es una opción productiva para la mujer y se basa en el principio de "hazlo tú misma", que se traduce a "independízate tú misma". La creación de colectivos femeninos por colonias, barrios, centros de estudio, rehabilitación o autoayuda busca constituir microeconomías para organizar modelos económicos compartidos que incidan en la producción y en el consumo como parte de la vinculación social.



Fotografía: cortesía del productor



Fotografía: cortesía del productor

## Laboratorio Móvil de Investigación Gráfica

Tel: 0445534467516 E-mail: cows\_11@hotmail.com Fb: /LaboratorioMovildelInvestigacionGrafica



### EDICIONES TARÁNTULA

Es el proyecto editorial del Laboratorio, se plantea como un sistema de producción editorial que abarca tres modalidades de publicación artesanal: edición en comunidad, coedición con artistas y edición directa por Ediciones Tarántula. En CACAO realizó tres publicaciones: *Precaución*, *Phobos* y *Fanzine comunitario*. De esta manera integró a los asistentes al sistema de producción, los vinculó con artistas y generó un intercambio de saberes entre las partes.

### PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Ediciones Tarántula realiza publicaciones de bajo costo y alta calidad artística, además está abierto al trueque de ediciones por fuerza de trabajo o materiales que apoyen la producción. Tiene particular interés en artistas que trabajen en el espacio público, proyectos de sitio específico y que vinculen su trabajo a comunidades y públicos locales. También centra su atención en artistas con inquietudes por la labor editorial.



Producción en el Museo Universitario del Chopo / Fotografía: Carmen Casas



*Phobos*, de Hugo Leautaud / Fotografía: Carmen Casas

## Mosaideko

Tel: 0445539276297 0445518296223 E-mail: mosaideko@gmail.com Fb: Mosaideko Diseño



### TU NOMBRE ES UNA JOYA

El proyecto consistió en realizar una colección de joyas de vitrofusión con la participación de los asistentes al Tianguis de CACAO. Se hizo una convocatoria general para invitar a nuestros compradores, colegas artesanos, público del Museo Universitario del Chopo y a toda la gente que estuviera interesada en crear una pieza de joyería que llevaría su nombre y estaría a la venta durante el Tianguis.

### PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Mosaideko puso todos los materiales necesarios para la creación de la obra: gemas de vitrofusión, piedras naturales, cuentas, chaquiras, hilos, terminaciones y herramientas para el montaje. El objetivo fue que la gente pudiera crear una pieza artesanal única y de alta calidad técnica gracias a su imaginación, personalidad y gustos, y pusiera su nombre o seudónimo a la obra creada.



## Pitayas

Web: [hijasdelapitaya.blogspot.mx](http://hijasdelapitaya.blogspot.mx) E-mail: [hijasdelapitaya@gmail.com](mailto:hijasdelapitaya@gmail.com)



### ALIMENTOS Y MEDICINAS NATURALES

La propuesta de las Pitayas consiste en dotar a comunidades rurales de equipo y capacitaciones necesarios para la producción de alimentos nutritivos y medicinas naturales. Los productos pueden ser consumidos al interior y comercializados al exterior. Se logra una reactivación económica real que rompe vínculos opresores de dependencia y se dota de autonomía a las comunidades para que puedan gestar las soluciones integrales a sus necesidades cotidianas. En el Museo impartimos dos talleres: uno de tinturas para afecciones gastrointestinales, diabetes, triglicéridos, e hipertensión; y otro de germinados, con información sobre su alto valor nutritivo.

### PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Trabajamos por medio de talleres impartidos una vez por semana en cada comunidad. Los talleres fueron elegidos con base en las estadísticas más alarmantes que aquejan a nuestro país en cuanto a desnutrición, enfermedades más recurrentes, deforestación, problemas de agua y cambio climático. A través de una selección de talleres (diseñados por un biólogo y agrónomos expertos) damos una alternativa a dichos problemas desde una visión integral.



## Plataforma de Investigación Nerivela

Casa Nerivela Juan Escutia 85-b, col. Condesa, del. Cuauhtémoc, 06140, México D.F. E-mail: contacto.nerivela@gmail.com

Web: nerivela.org nerivela.net



### MUM:O (MODELO URBANO MOLECULAR: OFFLINE) DIBUJO EXPANDIDO + URBANISMO TÁCTICO + PROCESOS PARTICIPATIVOS

MUM:O busca verter las posibilidades de afectación gráfica simbólica en un juego de roles que fomente la discusión y la comprensión de ciertos temas urbanos. El propósito es incidir directamente en los jugadores y en el público. De esta manera lúdica, se entrelaza con una investigación específica y su cuestionamiento en un proceso de aprendizaje mutuo. Así, incide en barrios complejos o lugares clave de la ciudad. En este caso, el Museo del Chopo se abordó a través de una performatividad de nuevas cartografías.

### PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

El proyecto quiere mostrar la importancia de la presencia y el acercamiento entre las personas. Su núcleo es la afectación de los participantes y la generación colectiva de una recomendación final. Dicha acción representa un modelo de discusión alternativo a las vías burocráticas, mientras que la recomendación y el registro de la partida es una guía para instituciones gubernamentales u organizaciones civiles. El consumidor de MUM:O es jugador y representante activo por medio de una participación ciudadana distinta. Este juego, al ser un múltiple, propicia otros encuentros en sitios específicos.



Stand MUM:O / Fotografía: cortesía del productor.

## Próximo Desliz

Tel: 70344735 0445513653374 E-mail: aneugilardi@gmail.com Web: tacosdemugrepicante.tumblr.com



Es un proyecto que fomenta las artes y la creatividad como posibilidad de trabajo autosustentable para una comunidad específica. La propuesta se basa en la producción de objetos culturales con adolescentes privadas de su libertad dentro de la Comunidad para Mujeres (CM), en el DF. Está coordinada por artistas, diseñadores y gestores culturales.

### PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

La producción se realiza en tres talleres: laboratorio de imágenes, costura y serigrafía, los cuales están instalados en el reclusorio. En los talleres se busca producir piezas utilitarias con valor estético a partir de imágenes creadas por las adolescentes, con las que luego estampan telas en serigrafía y elaboran piezas textiles (o de indumentaria). El concepto del proyecto es la búsqueda de un diseño original de productos ideados y elaborados íntegramente en un contexto de encierro. Los productos resultantes tienen un bajo costo de producción ya que utiliza materiales que son desechados en otros sistemas de producción, mismos que se rescatan y reutilizan como materia prima.



Fotografía: Simone Pazzini



Fotografía: Simone Pazzini

## Vladimir Flores

Web: [silente.dyne.org](http://silente.dyne.org)



### MICROFÁBULAS SONORAS

Producción de compilaciones fonográficas elaboradas a partir de talleres de grabación de campo y lenguaje radiofónico. *Microfábulas sonoras* instaló en la sala del Museo una cabina de radio improvisada para transmitir paisajes y narrativas sonoras generadas en talleres realizados en Oaxaca y Ciudad Nezahualcóyotl, entre junio y noviembre de 2013. Un transmisor de frecuencia modulada de baja potencia reprodujo sonidos relacionados con la idiosincrasia sonora de los participantes y su entorno de vida.

### PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Las *Microfábulas* son narrativas sonoras que se distribuyen a través de internet, en discos o casetes, en conciertos o transmisiones radiofónicas. Los sonidos son generados por medio de talleres populares donde se capacita a grupos de personas en técnicas de registro fonográfico, narrativa multimedia, cartografía y *software* libre para la producción audiovisual. Las compilaciones, agrupadas en discos CD, se venden o intercambian por sonidos, y están publicadas en el sitio web: [silente.dyne.org/cacao](http://silente.dyne.org/cacao) para su libre descarga, reproducción y modificación.



Oaxaca / Fotografía: Wendy Juárez



Oaxaca / Fotografía: Wendy Juárez



SELECCIONADOS POR CONVOCATORIA / MENCIONES HONORÍFICAS

## Colectivo Radiador

Tel: 62801941 044 5513653374 E-mail:colectivo.radiador@gmail.com fer.lomeli.b@gmail.com Web: radiador.cc

Fb: /cradiador



### UBICUO

Es un proyecto que imbrica el trabajo de varios artistas y diferentes disciplinas. Su principal objetivo consiste en la construcción de redes de interacción a través de internet para realizar prácticas artísticas que nos permitan investigar y proponer diferentes usos de esta tecnología. El ejercicio fundamental para llevar esto a cabo consiste en diseñar de manera colaborativa estrategias de interacción sonora, expuestas en conciertos, que sugieran alternativas de configuración y uso del sistema Telemusica (extensión incorporada al *software* SuperCollider que permite la transmisión de datos a través de internet).

### PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Se producen: a) mercancías colectivas o bienes comunes (*software*, sonido e imagen digital colaborativos); b) comunidades-redes de artistas, desarrolladores e investigadores interesados en explorar y generar alternativas de sociabilidad y producción colaborativa; c) conocimiento sobre posibilidades y limitaciones de la interacción social en red y estrategias de participación colaborativa. Se distribuye a través de conciertos, *performances*, el sitio web del proyecto, talleres y laboratorios de discusión y producción.



## Julio Alejandro Hernández

Tel: 58634799 0445522529773 E-mail: espielurbana@gmail.com Fb: Es Piel Urbana



### PIEL URBANA ESTUDIO. DISEÑO CON RESPONSABILIDAD SOCIAL

La contaminación ambiental es un problema que interesa a todos. Tenemos que generar una alternativa de la reutilización. Piel Urbana Estudio investigó acerca de los procesos industriales y artesanales para concebir una segunda oportunidad a algunos residuos sólidos. De ahí surge el *suprarreciclaje*. Cuando los objetos cotidianos dejan de usarse, cuando se descomponen, podemos reutilizar algunos accesorios para disminuir conscientemente la contaminación. Al reutilizar los materiales de una manera adecuada se genera una economía sana y equitativa para todos los participantes.

### PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Los procesos de producción comienzan desde obtener los neumáticos en desuso, seleccionando aquellos que tengan posibilidad de ser transformados. Estos objetos se comercializan en bazares y exposiciones relacionadas con el cuidado del medio ambiente, y en ferias de diseño dentro de la periferia metropolitana de la Ciudad de México.



## Taller NU

Tel: 0445513536720 0445529098125 E-mail: somos@taller.nu Web: taller.nu Fb: /tallernu Tw: @taller\_nu



### TRIÁNGULO

Triángulo consiste en una producción limitada de zapatos que unen el diseño con la artesanía y el trabajo social. La propuesta es crear un producto opuesto a la moda rápida, que vaya más allá de una función y que haga del proceso una experiencia. La serie Triángulo será diseñada entre Taller NU e internas del Centro Preventivo y de Readaptación Social Texcoco Dr. Alfonso Quiroz y los zapatos serán armados a mano en el taller del maestro Alberto García.

### PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

TALLER NU es un estudio de diseño interesado en la mezcla y experimentación de diferentes disciplinas y materiales para lograr soluciones textiles y de moda aplicadas en la industria del diseño.

TALLER NU fue fundado en 2012 por Olga Olivares y Pilar Obeso egresadas de Centro de Diseño, Cine y Televisión en la carrera de Diseño Textil y Moda.



Fotografía: Cuauhtémoc García

## Verde Corazón Herbolaria

Tel: 57015584 0445539799639 E-mail: verde.corazon.herbolaria@gmail.com Fb: /VerdeCorazonHerbolaria



### HERBOLARIA Y CORAZÓN VERDE

Busca reconectar a las personas con el conocimiento ancestral de la naturaleza, encontrando en ella, no sólo una alternativa, sino una realidad natural para disfrutar de los beneficios y placeres que nos brindan las plantas. Hemos explorado, mezclado, encontrado, aprendido y experimentado con hierbas y pensamos seguir recorriendo este camino de la propagación herbolaria en todos sus sentidos, desde el conocimiento hasta el cuidado y reproducción de las plantas medicinales.

### PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Pedaleamos aproximadamente 7 km hasta el mercado de Sonora para conseguir hierbas provenientes de Amecameca. En el taller, cálido sitio lleno de plantas, vivas, frescas o secas, todas muy bien cuidadas, se continúa el proceso de seleccionar, secar, mezclar y empacar. Se producen infusiones y tinturas, que son almacenadas para su proceso de maceración y labores creativas. El producto busca finalizar su trayecto en diversos puntos de venta de producción local, mercados alternativos y en nuestro puesto itinerante, que consiste en el ensamble de dos bicicletas y un huacal.



## Xilo Moda

Tel: 7711750189 E-mail: xilo.moda@gmail.com emmanuel@xilofashion.com Web: xilofashion.com

Fb: /Xilofashion



Xilo es una casa de diseño de moda creada a partir de la visión de tres socios, amigos y familia, que integra el conocimiento de artistas visuales, comunicólogos, historiadores, antropólogos, diseñadores, abogados, administradores, contadores y otros, en una plataforma de trabajo y aprendizaje para el desarrollo de artesanos autóctonos del estado de Hidalgo con alta marginación económica y educativa.

### PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Por medio de prendas de diseño exclusivo, generamos un estilo que promueve el interés por el intercambio comercial y cultural entre mujeres de zonas urbanas y rurales, quienes, gracias a los acabados artesanales y sus significados, expresan la existencia de lo femenino en su cosmovisión, que data de las culturas mesoamericanas.



Bordadoras de Acaxochitlán, Hidalgo / Fotografía: Emmanuel García



Bordadoras de Acaxochitlán, Hidalgo / Fotografía: Eloísa Castro



**MICROEXPOSITORES**

## **Aether**

Unión 221, col. Escandón, del. Miguel Hidalgo, 11870, México, D.F. Polen Zacatecas 43, col. Roma Norte, del. Cuauhtémoc, 06700, México, D.F. E-mail: [aether.prisma@gmail.com](mailto:aether.prisma@gmail.com) Fb: [/aetherprismas](https://www.facebook.com/aetherprismas)



Aether son terrarios dentro de un prisma de vidrio encañuelado con alpaca, diseñados por Eduardo Ambrosi y Leonardo Flores a mediados de 2011. Aether, palabra latina que evolucionó en *éter*, es el elemento de la materia del cual, según Aristóteles, se componía el mundo supralunar, mientras que el mundo sublunar estaría formado por los cuatro elementos básicos: tierra, agua, aire y fuego. Existen dos versiones de los terrarios: la colgante y la de superficie, cada una con cinco modelos diferentes.



## **Alias Editorial**

Av. Oaxaca 46-205, col. Roma Norte, del. Cuauhtémoc, 06700, México, D.F. Tel: 55332849 E-mail: [aliaseditorial@gmail.com](mailto:aliaseditorial@gmail.com)  
com [informes@aliaseditorial.com](mailto:informes@aliaseditorial.com) [www.aliaseditorial.com](http://www.aliaseditorial.com) Fb: [/alias.editorial](https://www.facebook.com/alias.editorial) Tw: [@Aliaseditorial](https://twitter.com/aliaseditorial)



Alias es un proyecto editorial independiente, publica textos que considera referencias valiosas del arte contemporáneo, creaciones que no han sido traducidas, impresas y difundidas en habla hispana, o bien cuyas ediciones anteriores están descontinuadas o nunca han sido distribuidas en México. La editorial fue concebida por Damián Ortega como un programa para la publicación de una colección constituida por escritos que provienen del puño y letra de los artistas, o bien, que fueron consignados de entrevistas o conferencias. Actualmente, Alias también se acerca al arte contemporáneo mediante ediciones propias sobre artistas mexicanos en su colección Antítesis, además de una selección de catálogos, ensayos y textos de crítica de arte. Las publicaciones de Alias se distinguen por su aspecto y diseño coherentes con los objetivos que plantea, pues busca conservar una línea austera y económica. Alias no tiene fines de lucro económico. Su objetivo principal es enriquecer el medio del arte contemporáneo y editorial en español a través de la difusión de la obra de los artistas.



## **Anal Magazine**

Tel: 34343861 E-mail: [info@anal-magazine.com](mailto:info@anal-magazine.com) Web: [anal-magazine.com](http://anal-magazine.com) Fb: [/analmagazine](https://www.facebook.com/analmagazine) Tw: [@analmagazine](https://twitter.com/analmagazine)



Es una publicación impresa que celebra la obra de autores que experimentan la masculinidad en sus diversas formas. La revista está dirigida, más no restringida, a un público homosexual masculino interesado en consumir y conocer nuevas expresiones de arte, diseño, literatura, erotismo y otras manifestaciones creativas mexicanas e internacionales.



## **Arta Cerámica**

Manuel Caballero 20, col. Obrera, del. Cuauhtémoc, 06800 México, D.F. Tel: 56303142 Web: [artaceramica.com](http://artaceramica.com)



Arta cerámica es una empresa mexicana que diseña y produce objetos en el ámbito contemporáneo, apoyándose en sus firmes bases de la tradición alfarera mexicana.



Arta fue fundada en diciembre del 2005, y es dirigida hoy por Gloria Rubio y Marta Ruiz, diseñadoras industriales. Busca fomentar el diseño creativo en nuestro país, tiene su propia línea de productos, y abre sus puertas a propuestas de diseñadores independientes, proyectos especiales y artistas interesados en desarrollar conceptos e ideas en cerámica.

## Atelier Romo

E-mail: atelier.romo@gmail.com Web: atelier-romo.blogspot.mx

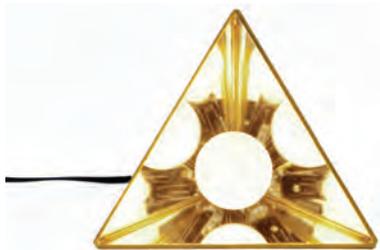


Proyecto educativo multidisciplinario que utiliza las estrategias del arte contemporáneo para propiciar la experiencia y la experimentación, con el fin de integrar una innovadora plataforma colaborativa de aprendizaje y creación artística. Está concebido para universitarios y egresados de alto rendimiento cuyo interés central esté relacionado con el acto de crear y mirar, por lo que ingresan no solamente artistas visuales, sino también estudiantes de diversas disciplinas afines al arte, como el cine, el guion, el diseño de modas, la ilustración, la arquitectura, la mercadotecnia, la escenografía, el diseño industrial, el mobiliario o la fotografía.



## Candela

E-mail: candelamx@gmail.com Web: candelaluz.net candelaluz.tumblr.com



Candela es la primera colección de lámparas de Sonia Lartigue, hechas en colaboración con el taller de la familia Piña en la Ciudad de México. Esta primera serie, trabajada con la técnica del vidrio encañuelado, explora la relación entre la técnica (como el conjunto de procedimientos y recursos del que se sirve una ciencia o arte) y el diseño de un objeto (forma y función), así como los efectos ópticos de la luz en geometrías particulares.



Cada lámpara es hecha a mano. Este proceso artesanal permite variaciones que alteran el producto final sin modificar el proceso de fabricación. Las variaciones se multiplican al variar los materiales y jugar con las formas.

## Casa Vecina

Primer Callejón de Mesones 7, col. Centro Histórico, del. Cuauhtémoc, 06000, México, D.F. Tel: 57091540 57092254 57091079 Web: casavecina.com Fb: /casavecinaFCH Tw: @Casa\_Vecina



Casa Vecina es una de las sedes culturales de la Fundación del Centro Histórico de la Ciudad de México A.C. El objetivo de Casa Vecina es estimular la participación de las diversas comunidades que viven y visitan el Centro Histórico con propuestas artísticas innovadoras, incluyentes y coparticipativas. Sus líneas de acción abarcan la producción artística emergente, la investigación sobre arte contemporáneo, el estudio de la vida urbana y la vinculación social con el arte, así como la colaboración interdisciplinaria y la promoción del coleccionismo de arte, con la finalidad de generar experiencias creativas de aprendizaje. Desde esta perspectiva, Casa Vecina ofrece una plataforma para la profesionalización de jóvenes agentes culturales a partir de modelos flexibles, experimentales y participativos.

## Casete

Tel: 52118002 Web: wp.casete.com.mx



Esta compañía de servicios musicales conecta a los músicos con su público, para lo cual distribuyen discos y videos, tanto física como digitalmente, además suben música y películas a internet. También vinculan a la música con diversos materiales audiovisuales; como proyectos de cine, televisión, publicidad y videojuegos, entre otros.

## Cata con Amor

E-mail: cataconamor@gmail.com Fb: Cata con Amor Tw: @cataconamor



Cata con Amor se dedica a la elaboración artesanal de productos orgánicos con calidad, como son mermeladas, miel, mantequilla y vainilla en vaina. [Texto del editor]



## Cusibani

Tel: 58036051 E-mail: info@cusibani.mx Web: cusibani.com.mx/



Somos una pequeña empresa que elabora alimentos orgánicos, aptos para consumidores intolerantes a los alimentos altamente industrializados. Buscamos ingredientes en el México profundo, en donde el campo no ha sido contaminado por la voraz agricultura intensiva.

Caminamos el sureste mexicano, para encontrar sabores, colores y texturas que lentamente son integrados a procesos artesanales que respetan tradiciones, medioambiente y propiedades nutritivas en todas las etapas de transformación.

¡Nuestros procesos sincronizados con las fases lunares nos imprimen sabores únicos! Lo mejor de nuestra tierra, aire y agua se funden para crear dulces y sazónadores Cusibani.



## Cha Cha Cha

Luis A. Orozco Fb: /muebleschachacha



Cha Cha Cha es una iniciativa de artista que consiste en recuperar objetos de diseño y artes aplicadas e integrarlos a nuevos contextos en la vida cotidiana de quienes nos rodean. Lámparas, sillas, objetos raros, y últimamente plantas elegidas especialmente para el proyecto, conforman nuestro catálogo.



## Del Bien

E-mail: info@del-bien.com Web: del-bien.com



Los productos Del Bien ofrecen comida orgánica, vegana, libre de gluten, transgénicos, azúcares, pesticidas, conservadores y glutamato monosódico. Esta marca fue creada por Marcia Uruchurtu y Héctor Iruegas con el fin de compartir la alimentación que más aman y colocarla a disposición de todos. Son una de las primeras empresas mexicanas de comida crúdivergana en México y la primera en llevarla a las tiendas.



## **Ediciones Hungría**

Chiapas 100, col. Roma Norte, del. Cuauhtémoc, 06700, México D.F. Tel: 0445591939591

E-mail: [info@edicioneshungria.com](mailto:info@edicioneshungria.com) Web: [edicioneshungria.com](http://edicioneshungria.com) Fb: [/edicioneshungria](https://www.facebook.com/edicioneshungria) Tw: [@edhungria](https://twitter.com/edhungria)



Ediciones Hungría es un estudio multidisciplinario donde editamos ya sea videos, libros o medios web. Ediciones Hungría se desarrolla entre variados formatos donde la pieza clave radica en la edición.

En nuestra faceta editorial, el propósito es explorar las publicaciones de artistas en México. A través de ricos detalles y con una producción casi artesanal, nos enfocamos en crear libros-objeto de bajo costo y tiraje limitado, que enfatizan la obra artística de cada uno de los autores que publicamos.



## **Endosando Ideas**

Web: [endosandoideas.tumblr.com](http://endosandoideas.tumblr.com) Fb: [/endosandoideas](https://www.facebook.com/endosandoideas)



Endosando Ideas es un proyecto realizado por Ana Carol Ortíz. Empezó por la encuadernación artesanal tradicional y evolucionó hacia ediciones limitadas personales, en colaboración con artistas y artesanos. Emplea gráfica expandida en objetos utilitarios y el libro en blanco, recurriendo a técnicas tradicionales como la xilografía, el huecograbado y la litografía.



## **Fanzinorama**

E-mail: [fanzinorama@gmail.com](mailto:fanzinorama@gmail.com) Web: [alexnoalejandro.tumblr.com](http://alexnoalejandro.tumblr.com) [carolina-sanchez-bailon.tumblr.com](https://www.facebook.com/carolina-sanchez-bailon)  
[intransferible.tumblr.com](https://www.facebook.com/intransferible.tumblr.com) [aloidecomix.tumblr.com](https://www.facebook.com/aloidecomix.tumblr.com) [iurhipena.tumblr.com](https://www.facebook.com/iurhipena.tumblr.com)



Fanzinorama es un encuentro nómada de fanzines, stickers, prints y publicaciones independientes que busca ser una plataforma incluyente, para validar la producción de arte desde la marginalidad.

Se trata de un encuentro horizontal, una plataforma abierta para compartir y distribuir ilustración de autor, cómic y cualquier tipo de publicación artesanal o independiente. Buscamos fomentar el trueque, el reconocimiento de proyectos locales afines y ser un punto de encuentro para quienes participan de la creación gráfica contemporánea. El evento siempre se realiza por convocatoria abierta y en diferentes puntos de la ciudad.

## **Ficticia Editorial**

Magnolia 11, col. San Ángel Inn, del. Álvaro Obregón, 01060, México, D.F. Tel: 55502116 E-mail: [marcial@ficticia.com](mailto:marcial@ficticia.com)

Web: [ficticia.com](http://ficticia.com)



Ficticia es una editorial especializada en cuentos contemporáneos escritos en español. Surgió en 1999 como una comunidad virtual de narradores con su página [www.ficticia.com](http://www.ficticia.com). En el 2000 publica su primer libro impreso y en el 2013 su primer libro digital. Conforme consolida su catálogo, explora otros géneros literarios. Un gran porcentaje de sus autores son mexicanos. Entre sus colecciones está la Biblioteca de Cuento Contemporáneo, la Biblioteca de Ensayo Contemporáneo, el Gabinete de Curiosidades de Meister Floh, Novela, Premios Nacionales, La Pequeña Ficticia y Café de Altura (ciencias sociales y humanidades).

## Horsehead

Covarrubias 19, col. San Rafael, del. Cuauhtémoc, 06740, México, D.F. Tel: 65881043 0445513100481

E-mail: horseheadmx@gmail.com Fb: /Horseheadmx /LibreLiebreBazar Tw: @Horseheadmx



Horsehead es un proyecto multiplataforma que se desenvuelve en diferentes ámbitos del arte y el diseño. Partiendo de la ilustración como medio principal, exploramos las posibilidades de encuentro entre lo mágico y lo cotidiano, utilizando representaciones de animales y elementos fantásticos con sentido del humor e ironía. Empleamos procesos análogos y digitales para potenciar nuestra creatividad y las posibilidades que nos brinda la tecnología, de esta manera le damos vida a nuestro trabajo. Tenemos una amplia gama de productos para hacer que nuestros dibujos se integren a la vida de quienes los llevan consigo.

## Hostería La Bota-Cultubar

San Jerónimo 40, col. Centro Histórico, del. Cuauhtémoc, 06000, México, D.F. Tel: 57099016

E-mail: culturalabota@gmail.com Fb: /labotacultubar Tw: @HosteriaLaBota



Espacio cultural-restaurant-bar que se ha convertido en uno de los lugares más visitados de la zona, por tratarse de un espacio de carácter familiar, abierto al entretenimiento y el gusto por el arte. Es un epicentro real para el reencuentro de los jóvenes con el nuevo Centro Histórico. Hostería La Bota-Cultubar ha formalizado su carácter de institución cultural mediante la creación de una asociación civil a la cual auspicia, la Fundación de Operaciones Comunitarias, Cultura y Arte (FOCCA). Mediante este dominio cultural y enarbolando el lema "Un lugar de respeto y paz en el nuevo Centro Histórico", su objetivo es continuar generando una producción artística constante y de calidad sin fines de lucro, a través de sus propios programas o con el apoyo de instituciones privadas o públicas.

## Hysteria Revista

E-mail: hysteriarevista@gmail.com Web: www.hysteria.mx Fb: Hysteria Revista Tw: @HysteriaRevista



Hysteria Revista es una publicación bimestral en plataforma web que tiene por objeto fomentar la discusión en torno a las sexualidades disidentes desde la óptica del arte por ser el espacio ideal para la producción de subjetividades disidentes.

Publicamos producciones culturales que se ubican en el cruce entre la pornografía, el feminismo y el arte, con un interés en la crítica a las políticas de producción y representación de los cuerpos y a los esquemas de construcción del género. Situada en el contexto mexicano donde violencia, feminicidios, crímenes de odio y violaciones son temas tristemente cotidianos, se plantea la lucha desde los afectos y el placer crítico como política radical.

## Inanimal

E-mail: info@luis-vega.com Web: luis-vega.com Fb: /inanimal Tw: @inanimal



Fundada en 2011, Inanimal es una firma de productos utilitarios cuya filosofía es promover la activación de sectores económicos locales a través de sus procesos productivos. Impacta positivamente en el tejido social y atiende necesidades regionales mediante el uso de recursos y manufacturas que se tienen al alcance. Los productos de Inanimal están hechos con materiales duraderos e inofensivos bajo los más estrictos estándares de calidad.

## Inés Estrada

E-mail: gatosaurio@gmail.com Web: inechi.com inechi.tumblr.com



Es una ilustradora y dibujante de la Ciudad de México. Escribe críticas y *posts* sobre cómics todos los viernes en "Tebeo Tropical", columna de la revista *Vice México*. También realiza con regularidad cómics para la revista *Believer*. Además dirige Gatosaurio, una tienda en línea centrada en revistas y pegatinas. A través de ésta distribuye sus cómics y otras cosas divertidas.

## In.Seek.To

Tel: 0445552179233 E-mail: claudinecastillo@gmail.com Web: www.inseektoo.com Fb: in.seek.too

Tw: @inseektoo



In.Seek.To es una marca de ropa que impulsa la coexistencia entre seres de distintos tamaños y fomenta el respeto por todas las formas de vida. A través de prendas de algodón orgánico, teñidas con tintes naturales e impresas con tintas a base de agua, busca incitar una reflexión acerca de nuestros hábitos de consumo en incesante estimulación y poner bajo la lupa la industria textil, que produce una gran cantidad de agua tóxica y que bajo un sistema de deshecho (moda) utiliza cada vez más recursos de los que el planeta puede sostener. Con diseños multifuncionales disminuye el consumo y concientiza al consumidor ante los procesos de producción, para que se responsabilicen de los productos que adquieren en todos los niveles.



## La Caja de Cerillos Ediciones

E-mail: prensa@lacadecerillosediciones.com Web: lacadecerillosediciones.com Fb: La Caja de Cerillos Ediciones

Tw: @cajadecerillos



Fundada y dirigida por Andrea Fuentes Silva y Alejandro Cruz Atienza, es una editorial independiente que concibe la edición como un proceso creativo. Explora los senderos de la palabra a través de propuestas alternativas e interdisciplinarias con obras literarias, de arte, ensayo, divulgación y otras piezas inclasificables, pero en particular libros ilustrados. Editamos obras que expresan el pensamiento y la creación universales, buscando la relación entre contenidos y valor estético y objetual de los libros. Abrimos nuevas lecturas, formas de aproximación a la creación y al conocimiento para transformar el panorama ideológico de nuestro tiempo. Creemos en los libros como una de las formas para cambiar nuestras aspiraciones del mundo y como uno de los dispositivos más relevantes en la construcción de las identidades humanas.

## La Imagen del Rinoceronte

Museo de Historia de Tlalpan Plaza de la Constitución 10, col. Tlalpan Centro, del. Tlalpan, 14000, México, D.F.

E-mail: atirodefuego@gmail.com Web: atirodefuego.com laimagedelrinoceronte.org



A partir de su fundación en el 2006, en el taller La Imagen del Rinoceronte nos dedicamos a impartir talleres gratuitos de gráfica dirigidos a población infantil, adolescente y adulta. Además, hacemos gestión de exposiciones colectivas y producción de gráfica popular.



## La Nave Cosas Ricas

Tehuantepec 72, col. Roma Sur, del. Cuauhtémoc, 06760, México, D.F. Tel: 55643057

E-mail: lanave.cosasricas@gmail.com Fb: /navecosasricas Tw: @navecosasricas



Punto de venta de productos de carácter artesanal, casero, orgánico o de baja producción, cuyo eje en común es que sean cosas ricas. Pretende ser el motor financiero de lanave.mx, sitio de poesía visual y videopoesía. En su primera fase, La Nave vendía a una red de compradores muy pequeña gracias al apoyo de productores como Los Gastronautas, La Huérfana, La Vizcacha y La Vía Láctea, quienes confiaron en una tienda que inició de forma virtual y ahora es real. Conforme los navegantes abarcaron territorio, nuevos proveedores empezaron a sumarse a "la carta de navegación", en la cual se siguen sumando nuevas delicias. Continúa siendo un puerto en construcción, un viaje, una exploración y un aprendizaje donde estamos bienvenidos a navegar.

## Lagos del Mundo

Bucareli 108, piso 2, col. Juárez, del. Cuauhtémoc, 06600, México, D.F. Tel: 55104578 55104845

E-mail: info@lagosdelmundo.com Web: lagosdelmundo.com



Lagos del Mundo es una marca de objetos básicos inspirada en lo primitivo, donde se combina lo funcional y lo decorativo. Nuestros productos hacen énfasis en las formas simples y las cualidades de los materiales, proponiendo un equilibrio entre lo primario y el contexto actual. Todos los productos de Lagos del Mundo están disponibles al público a través de lagosdelmundo.com/tienda o directamente en nuestro showroom.

## Little Yummy Jewelry

Tel: 0445513935101 0445527601825 E-mail: littleyummyjewelry@gmail.com Fb: Little Yummy Jewelry

Tw: @littleyummyjwlr



Somos joyería en forma de comida deliciosa en miniatura, ricos postres y tiernas cosas dulces, hechas de arcilla polimérica, 100% mexicanas. Creada por Ari y Jessy Sánchez, amantes de los postres, las miniaturas y la joyería, plasmamos el color, la belleza y el deseo por convertir la comida en una pequeña obra de arte, transformándola en coloridas, divertidas, coquetas, tiernas, curiosas y deliciosas miniaturas listas para hacerte lucir linda, original y divertida. También contamos con nuestros clásicos, prácticos y lindos alhajeros-azucareras de cerámica pintados y decorados a mano con diseños únicos y modelos diversos, una variedad de lindos stickers, cucharas con mangos decorados con geniales diseños hechas a mano, tarjetas y separadores con divertidos mensajes y originales diseños para toda ocasión y tiernos plush toys de donitas.

## Lørdag & Søndag

E-mail: ventas@lordagsondag.com Web: lordagsondag.com



La marca Lørdag & Søndag fue creada en 2011 en la Ciudad de México. L&S manufactura bolsos que no siguen tendencias específicas; busca crear productos funcionales con una estética limpia, todo esto utilizando materiales biodegradables como el fieltro orgánico, cuero y loneta de algodón. En 2013 se abrió la distribución en Europa a través de la firma especializada en bolsos Area X e.K., con quienes se participa en ferias de diseño en las ciudades de Hamburgo, Múnich y Fráncfort. Actualmente Lørdag & Søndag cuenta con stockists en la Ciudad de México, Puebla, San Miguel de Allende, Ciudad del Carmen y fuera del territorio nacional en las ciudades de Stuttgart, Berlín y Sevilla.

## Macadamia Props

Tel: 5530992706 E-mail: info@macadamiaprops.com



Nuestro objetivo primordial es capacitar personas para salir de la pobreza a través de asistencia técnica y acceso a mercados nacionales e internacionales, para así reintegrar productos hechos a mano de comunidades vulnerables en México.



## Manolarga

Danyra Amaro E-mail: manolarga2@gmail.com Fb: Manolarga Manolarga Red Tw: @ManolargaRed



Manolarga es una marca de diseño independiente que durante tres años se ha dedicado al diseño, producción y distribución de mallas y leggings.



## Marañas, el lado B de la cultura, y Sílice Ecolamp

Tel: 31823474 / 0445547714164 E-mail: contacto@maranas.mx carlosmtb78@gmail.com



Ambos proyectos son realizados por el artista Carlos Mier y Terán. Marañas, el lado B de la cultura, es un medio de divulgación impreso y digital de carácter cultural, un medio editorial que amplía el criterio a temas de educación, género, arte, tecnología y cultura en general, con una visión múltiple y heterogénea. Por otro lado, Sílice Ecolamp es una marca de diseño independiente y autosustentable de lámparas, macetas, ceniceros y vasos hechos a partir de botellas de vidrio recicladas por métodos totalmente ecológicos.



## Marca Reciclada

Tel: 85969733 E-mail: contacto@marcareciclada.com Web: marcareciclada.com Fb: /marca.reciclada

Tw: @marca\_reciclada



Somos un colectivo 100% mexicano cuyo concepto se basa, por un lado, en investigar y experimentar con materiales de reciclaje diversos, para darles una segunda vida útil a materiales que por sus características físicas de resistencia, aspecto y durabilidad son materia prima ideal para ser integradas a un nuevo ciclo productivo, teniendo como visión el fortalecimiento de la creciente cultura del reciclaje y sus enormes ventajas. Y por otro lado se encuentra el reciclaje ideológico, en que la principal intención es la descontextualización de imágenes o formas que cotidianamente vemos y entonces asociarlas de manera muy distinta a la plasmada, generando una mezcla de ideología gráfica interesante y diferente, con un estilo urbano pop. Todo ello aplicado a la producción de bolsos, mochilas y accesorios varios.



## María Rosa Manzini

E-mail: [contact@manzini.com.mx](mailto:contact@manzini.com.mx) Web: [manzini.com.mx](http://manzini.com.mx)



Manzini es una firma de moda que diseña y elabora prendas únicas personalizadas. Además confecciona series de edición limitada hechas en máquinas semiautomáticas y manuales.



El tejido de punto o *knitwear* es la especialización de Manzini, el cual ha heredado de la legendaria marca Conjuntos Manzini, que fundaron sus padres de origen italiano en los años 70. Dicha fábrica se distinguió por la alta calidad de su hechura, sus materiales innovadores y diseños acertados. Esta tradición, además de respaldar a Manzini, da a su producción un aire retro, casi vintage. Incluso, en algunas ocasiones, utiliza materiales de aquella época.

## Metro Huerto

Segunda Cerrada de Guadalajara 10, col. Roma Norte, del. Cuauhtémoc, 06700, México, D.F. Tel: 0445541858203

Mail: [contacto@metrohuerto.com](mailto:contacto@metrohuerto.com) Fb: [/metrohuerto](https://www.facebook.com/metrohuerto) Tw: [@MetroHuerto](https://twitter.com/MetroHuerto)



Metro Huerto es un sistema modular de cultivo urbano, que enseña de forma sencilla a cultivar en un metro cuadrado lo que comemos, ordenándolo según nuestros gustos y necesidades. Con diferentes esquemas de cultivo, con diseños temáticos que representan las tendencias locales del buen comer, Metro Huerto promueve cultivos en azoteas de edificios empresariales, comunidades de vecinos, patios de escuelas o restaurantes. Pero sobre todo, es un proyecto que busca desarrollar una comunidad en línea de nuevos agricultores urbanos que comparten conocimientos y compromisos, capaces de generar cadenas de valor local. Nuestro objetivo es generar masa crítica que desarrolle una agricultura urbana escalable y que promueva, en conjunto, una nueva capa de biodiversidad en la ciudad.



## Mi Verde Morada

Eligio Ancona 79, col. Santa María la Ribera, del. Cuauhtémoc, 06400, México, D.F. Fb: [/MiVerdeMorada](https://www.facebook.com/MiVerdeMorada)



Mi Verde Morada montó un huerto colectivo en CACAO, donde se exhibían diversas técnicas de agricultura urbana. Su sede es una casa en Santa María la Ribera, restaurada por sus dueños en colaboración con sus habitantes, vecinos de la colonia y algunos colectivos como Verd-D y Laboratekio, entre otros. Por medio del trueque, se dan asesorías y se imparten talleres para promover el uso de un transporte urbano ecológico, tienen programas como “Enchúrame la Bici”, en el que se brindan bicicletas personalizadas de bajo costo y “Arma tu Bici”, que ofrece talleres de reparación. A través de esta iniciativa desean demostrar que al trabajar por el bien común se puede reconstruir una casa en ruinas para convertirla en un punto de encuentro, y crear un ejemplo restaurador del tejido social replicable en otras zonas de la ciudad. [Texto del editor]

## Modopactua

Topacio 25, primer nivel, col. Centro Histórico, del. Cuauhtémoc, 06000, México, D.F. Tel: 55426098

E-mail: [modopactua@gmail.com](mailto:modopactua@gmail.com) Web: [modopactua.com](http://modopactua.com) Fb: [Modopactua](https://www.facebook.com/Modopactua) Tw: [@Modopactua](https://twitter.com/Modopactua)



Proyecto colectivo mexicano con una propuesta de diseño basado en principios sociales y ambientales. La relación intrínseca que existe entre el diseñador, el textil, la sociedad, la moda y el medio ambiente es objeto de análisis del colectivo, que busca generar propuestas de acuerdo al contexto de México. Trabajamos con materiales que transformamos para representar temas ambientales y sociales. A partir de la experimentación dentro del colectivo, surgen nuevas ideas para objetos, talleres educativos, investigaciones y colaboraciones. Actualmente, Modopactua se constituye por cuatro integrantes y diferentes colaboradores externos.



## **Péektoys**

Hacienda Santa María Tenango 2-A, Bosques de Echegaray, Naucalpan de Juárez, 53330, Estado de México

Tel: 59080666 E-mail: peek@peektoys.com Fb: /peektoys Tw: @peektoys



Creemos en la importancia de aprender de las culturas y que este aprendizaje se transmita de generación en generación. Buscamos ofrecer algo más que un producto: una experiencia en la que la forma de crear sea auténtica, en la que podamos compartir y expresar la identidad de cada uno de nosotros dejando salir a los artistas que llevamos dentro. Mexaheads, nuestra primera línea de diseño de juguetes, está inspirada en la riqueza cultural, en los mitos y en la sabiduría de cada pueblo prehispánico, haciéndolo de una manera diferente y divertida. Trabajamos de la mano de comunidades indígenas, desarrollando ediciones especiales en las que artesanos mexicanos reflejan su talento artístico en nuestras piezas.



## **Rituales Contemporáneos**

Calzada de Tlalpan 2521, col. Xotepingo, del. Coyoacán, 04610, México, D.F. Tel: 59084546 5516928758

E-mail: ritualescontemporaneos@gmail.com Fb: Rituales Contemporáneos Tw: @RitualesMx



Sintonía entre oficio y diseño, creamos un conjunto de muebles y accesorios para el hogar que, a través del diseño y la innovación, integran calidad, experiencia y soluciones para la vida cotidiana. En nuestras piezas, fomentamos que los oficios tradicionales participen en la producción de objetos que transforman la vida diaria de las personas, inspirándonos y retomando aspectos valiosos de la identidad cultural del país.

Pensamos que el diseño puede ser más que un tema superficial y deseamos convertirnos en un motor de desarrollo que integre mejores prácticas sociales, de consumo responsable e incluso ambientales.

## **Rodete**

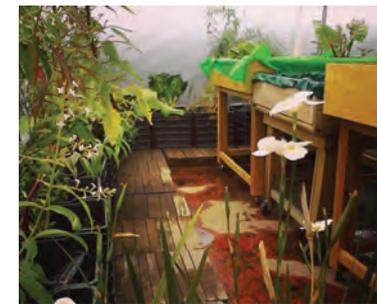
E-mail: rodetestudio@gmail.com Web: rodete.com Fb: /rodetediseno



Se trata de un proyecto multidisciplinario que busca vincular oficios y disciplinas de arte y diseño para reinterpretar y experimentar materiales considerados inservibles. Uno de sus objetivos principales es compartir el origen, la función emocional y la historia de sus piezas.

## **Siembra Merced**

Web: siembramerced.com Fb: /SiembraMerced



Los principios de soberanía y seguridad alimentaria son las bases de Siembra Merced, un laboratorio que experimenta con ecotecias aplicadas a la agricultura urbana, al manejo responsable de residuos y a la adaptación al cambio climático.

Dicho proyecto, ubicado en La Merced, busca favorecer la accesibilidad a productos orgánicos, involucrar a la comunidad de ese barrio en el cuidado de su medio ambiente y, como consecuencia, reverdecer la ciudad. Para ello realiza talleres y otras actividades acerca del manejo responsable de los residuos, la reducción de la huella de carbono, la transformación de las azoteas y traspatios en espacios verdes y la creación de huertos urbanos.

## Sophie Massun

Benjamin Hill 242-11, col. Hipódromo Condesa, del. Cuauhtémoc, 06140, México, D.F. E-mail: somassun@gmail.com

Web: sophiemassun.blogspot.mx



Sophie Massun es una diseñadora de modas que retoma elementos del constructivismo, además de la moda de los años 40 y 50 para crear sus propuestas. Realiza piezas únicas, vestidos a la medida, vestuario para el espectáculo y otras líneas que buscan ser originales, cómodas y atemporales. Nacida en Colombia, de padre francés y madre húngara, Sophie pasó la mayor parte de su infancia y adolescencia ente Europa y América Latina. Siempre ha optado por una moda fuera del sistema de consumo que se rige por temporadas y tendencias, a favor de una moda más personalizada, duradera y socialmente responsable. Actualmente trabaja en el reclusorio de Santa Martha Acatitla armando un taller en el que fabrica una línea de básicos inspirados en los uniformes y una línea de accesorios.

## Tigre Ediciones de México

Tel: 0445539141771 0445523229372 E-mail: vacafeliz@hotmail.com tigrededefuego@hotmail.com Web: tigredicionesde  
mexico.weebly.com emmanuelgarcia.weebly.com rodrigtellez-vh.weebly.com Tw: @TIGREDICIONESMX



Tigre Ediciones de México está interesada en difundir el lenguaje de la gráfica entre los creadores de cualquier índole (músicos, literatos, cineastas, arquitectos, escenógrafos, críticos, fotógrafos, videoastas, *performer*, etc.), sobre todo si se encuentran distantes o ajenos a los procesos manuales de reproducción gráfica.

Su objetivo es producir un conjunto de documentos que registren los procesos creativos de diversas disciplinas y campos de creación. La base de la que parten es la traducción de los lenguajes específicos de cada creador al terreno de la gráfica, lo que resulta, según sea el caso, en carpetas, facsímiles y libros de artista. Cada artista convocado realiza un documento conformado por ocho estampas, grabados o piezas, reunidos a su vez en ocho ejemplares. Sus integrantes son Emmanuel García y Rodrigo Téllez.



## Tititown

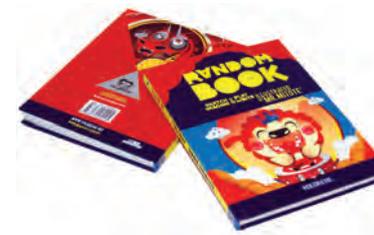
E-mail: tititown@hotmail.com hola@beastes.mx Fb: /Tititown /Beastes Tw: @tititown @beastes



Somos un proyecto de diseño mexicano que busca dar alternativas nuevas y modernas a niños y adultos con amor al diseño y lo divertido. Vivimos para ser felices por eso hacemos cosas que nos hacen felices también. Nuestras marcas son el mismo proyecto, pero dividido para mayor diversificación de los productos. Beastes es una marca de ropa y artículos didácticos para chavitos rudos, mientras que Tititown es el mundo de fantasía de los juguetes de diseñador para chicos y grandes. Los juguetes los hace Titi de manera artesanal 100% a mano, tratando de cuidar al máximo la calidad de nuestras telas y los acabados; las playeras las hace Marmot, desde el concepto gráfico hasta las ilustraciones. Se imprimen en el taller 75 Grados para garantizar al máximo la calidad de la impresión.

## Toloache©

Nogal 9-3, Jardines de Atizapán, Atizapán de Zaragoza, 52978, Estado de México Web: toloache.mx  
Fb: /tolochetoys Tw: @tolochetoys



Toloache© nace en 2005 derivado del capricho apasionado por el diseño y los juguetes de edición limitada. Todas sus piezas retratan experiencias, o bien son homenajes para la gente que quieren. Su compromiso es con el medio ambiente y las causas sociales. Prefieren no hacer estudios de mercado para complacer a sus clientes, las temporadas, y los consejos tampoco van con ellos. La única tradición que tienen es hacer, al menos, un lanzamiento anual en su aniversario con ediciones limitadas. Han colaborado con más de 20 artistas de al menos 5 nacionalidades distintas. Han exhibido su trabajo en galerías y ferias como Kong Store, Vértigo, Gurú Galería, MaSIN, COMIC-CON, Garash Galería, IVO, ZonaMACO, MUAC, Mumedi, etc. Además de México, también se distribuyen en Nueva York, París y Sidney.

## **Viumasters**

Nogal 9-3, Jardines de Atizapán, Atizapán de Zaragoza, 52978, Estado de México Tel: 55790111

E-mail: [aqui@viumasters.com](mailto:aqui@viumasters.com) Web: [home.viumasters.com](http://home.viumasters.com) Fb: [Los Viumasters](#) Tw: [@viumasters](#)



El trabajo que desarrollamos en CACAO está centrado en reutilizar material impreso en el estudio de animación de Viumasters. Dicho material fue utilizado para la realización de las animaciones del proyecto documental *La piedra ausente*. La técnica de animación utilizada fue *collage* en multiplano.

Usualmente, en esta técnica, las composiciones son capturadas en fotogramas y transformadas al ritmo de la animación. Al final, el material queda separado y se convierte en archivo inútil. Éste es el pretexto perfecto para realizar cajas de luz que interpreten el material y propongan nuevas composiciones, mismas que dejarán registro del proceso de animación.





### EXPERIMENTACIÓN GRÁFICA

ASAMBLEA COMUNITARIA MIRAVALLE SANTA MARÍA LA RIBERA

Este taller fue impartido por el Taller de Cooperativa Gráfica Miravalle (Tagrami) el 30 de noviembre de 2013 a partir de las 11 am en el patio de maniobras del Museo Universitario del Chopo. Asistió un grupo de 20 niños de entre 10 y 15 años, acompañados por sus padres. El cometido de este taller era sensibilizar a los participantes acerca de la importancia del reciclaje de plástico en la conservación del medio ambiente; para lograrlo, se le da una nueva utilidad en la gráfica a través del proceso de termoformado.

#### DEL PROCESO

Se recolecta y recicla el polietileno de alta densidad (HDPE) y se lava con agua y jabón. Se corta o se muele, según el proceso y la maquinaria; después se pasa por una plancha industrial que lo funde con calor. El plástico caliente se coloca sobre una placa de madera grabada previamente (xilografía); antes de que enfríe se presiona con una prensa de grabado y se obtiene el termoformado (gofrado) en el material reciclado. Por último se recorta y perfecciona el producto para conseguir una obra gráfica única, que puede convertirse un producto utilitario.



### TALLER DE MAPEOS SUBJETIVOS

PLATAFORMA DE INVESTIGACIÓN NERIVELA

El domingo 8 de diciembre, María José Freytes y Javier Toscano coordinaron un taller de mapeos subjetivos, con una práctica de campo inicial en la colonia Santa María la Ribera. En el taller se plantearon algunos elementos teóricos que señalan la necesidad de reinterpretar el entorno y de generar experiencias de articulación espacial. Además, se revisaron planteamientos experimentales generados desde otras latitudes. Por la tarde, el grupo se dirigió a la colonia para realizar ejercicios de observación directa y plantear proyectos alternativos de investigación de campo.



**PARCIAL O TOTAL**  
TANIEL MORALES

La acción "Parcial o total" es un acto de recolección compulsiva para la distribución de la información. La acción parte de un archivo fotográfico de más de 1500 títulos fotografiados a mano. Parcial o total consiste en la recolección de la mayor cantidad de libros de arte (o de libros de difícil acceso) y fotografiar cada una de sus páginas. El archivo fotográfico generado permanece almacenado en una computadora, y los usuarios de la exposición podrán llevarse una copia en DVD o por USB de los libros que les interesen.

Dentro del Tianguis de CACAO se realizaron cuatro jornadas de fotografiado de libros (sábados 16, 23 y 30 de noviembre y 7 de diciembre): se fotografiaron los textos del proyecto *Utopía y desencanto* que reflexionan en torno a la educación, la utopía y los movimientos sociales.



**TALLERES DE COEDICIÓN Y TIPOS MÓVILES**  
LAURA VALENCIA LOZADA UNIÓN DE COEDITORES GRÁFICOS

Los días 30 de noviembre y 1 de diciembre, dentro del espacio de la Unión, se realizó el taller de "Coedición gráfica", abierto al público en general para realizar de manera gratuita una coedición durante esos dos días. La Imprenta Móvil colaboró con su prensa y el artista José Porras, del taller Cuervo Negro, coordinó la producción de las placas y la impresión. En el mismo espacio donde se realizaba la venta, el público pudo observar el proceso de producción del grabado en hueco y los asistentes al taller pudieron intercambiar estos grabados con la Unión.

El 7 y 8 de diciembre se realizó el taller de tipos móviles, con la colaboración de Casa Móvil y los artistas y diseñadores Rogelio Vázquez y Abril Salas, quienes llevaron al espacio de la Unión una prensa de tipos móviles, diversos tipos y placas de madera realizadas especialmente para su participación en CACAO. Se realizaron impresos en formato de tarjetas y se intercambiaron con el público y los participantes del taller durante la venta.



### **CREA TU PROPIA LUNA IXCHEL, LA TOALLA FEMENINA**

ANDREA AMORALES GRRRLVIRUS

En el proyecto queremos reconciliarnos con nosotras y con la naturaleza a través de la confección de toallas de tela, lavables y reusables. Ya no debemos utilizar productos químicos que desnivelen el pH de nuestro cuerpo, que nos causen alergias y que contaminen el ambiente. Todas somos mujeres, todas menstruamos y juntas podemos eliminar el consumo de la toalla desechable.



### **TU NOMBRE ES UNA JOYA**

MOSAIDEKO

La experiencia fue muy enriquecedora, el taller tuvo mucha participación y la gente pudo explotar su creatividad. Dimos a conocer la técnica de la vitrofusión y le gustó mucho a los participantes. La dinámica en general de CACAO fue interesante, se vio el interés del público para la producción independiente y nos dio aliento para seguir trabajando e innovando.



## **MEDIA-LAB** COLECTIVO RADIADOR

Los talleres forman una parte esencial del proyecto Ubiuco. En ellos se pretende reflexionar sobre los impactos que generan las tecnologías digitales y de telecomunicación en nuestra sociedad contemporánea. Además se desarrollan herramientas de código abierto para la participación a distancia entre artistas multimedia, se comparte *software*, se enseña a operarlo, se buscan aplicaciones alternativas, experimentos y nuevas prácticas creativas.

Las actividades realizadas en el marco del Tianguis se vincularon con el simposio */\*vivo\**, organizado por el Centro Multimedia del Centro Nacional de las Artes, que en 2013 tuvo como tema la música por computadora producida por y a través de la red.

En síntesis, las actividades del Medialab consistieron en una exposición panorámica sobre qué es y qué busca ser este proyecto, en explicaciones de la estructura y el funcionamiento de las redes, en la presentación del *software* que utilizamos, en la realización de ejercicios de improvisación sonora en una red local y finalmente elaboramos un proyecto colectivo de intervención sonora que fue presentado el día de la clausura de CACAO. Básicamente, en este proyecto cada uno de los participantes manipuló electrónicamente una misma fuente sonora proveniente del puesto del colectivo y la distribuyó a través de todo el espacio que ocupaba el Tianguis.



## **SUPRARRECICLADOS** JULIO ALEJANDRO HERNÁNDEZ

Se generó un taller de suprarreciclado para generar conciencia en la reutilización de materiales. Para ello se realizaron cinturones y pulseras con llantas de bicicleta reutilizadas a través de procesos manuales. No se trata de sobreponer los materiales, sino de darles un reuso conciente y adecuado, para evitar contaminar y aminorar así el impacto ecológico.



## CONVERSATORIO: ECONOMÍAS SECUNDARIAS II

COORDINACIÓN: ALEJANDRO GÓMEZ-ARIAS

Los romanos denominaban en la antigüedad con el término *res* a lo que concernía al pueblo, a lo que obligaba intereses comunes. La palabra *república* tiene su origen etimológico en el mismo término y literalmente significa *cosa pública*.

Tratando de acercarme a esta idea, propuse círculos de discusión que se desarrollaron en el Chopo los días 28 de noviembre y 1 de diciembre de 2013. A través de mi pieza *Transacción 3 valores* busqué obtener distintos puntos de vista sobre la relación entre la plata y su valor en diferentes mercados.

Además de estar abierto al público en general, invité a un economista, a una pareja de joyeros y a un artista visual que trabaja con temas de economía. El primer círculo se desarrolló con poca afluencia, lo que dio pie a una discusión íntima y focalizada en los valores que tiene el metal derivados de la relación con sus distintos mercados. La discusión en este primer acercamiento se centró en por qué un metal es considerado un metal precioso, qué es lo que hace que suba o baje su valor y cómo es que éste, a su vez, determina relaciones de valor con otros metales, monedas, materias primas y productos.

El economista explicó que la relación en estos tiempos es bastante compleja, en comparación con unas décadas atrás, ya que anteriormente la relación se establecía en función de la riqueza que acumulaban los bancos centrales –mayoritariamente de los países más industrializados–, que respaldaban el valor de sus respectivas monedas con esas reservas de oro y plata. Actualmente esa relación, la de la moneda con su valor, se da dentro del contexto de los mercados accionarios, es decir por una serie de relaciones en que influyen factores complejos tanto matemáticos como sociales, pero sobre todo políticos, que no pueden ser ya predichos como una conexión simple de reservas de metales por divisas.

El segundo círculo de discusión, con mucha más asistencia y participación del público, fue nutrido por las opiniones tanto de los especialistas como de los asistentes al museo. Éstos externaron sus inquietudes y, en algunos casos, su gran consternación por la arbitrariedad del modelo capitalista para imponer valores a un producto por medio de su dinámica

en el mercado. A lo largo de la *res* se fueron desplegando una serie de intereses comunes para los asistentes, que conducían aparentemente hacia temas más políticos que económicos. Incluso hubo quien cuestionó la necesidad de discutir y entender el valor como lo definía una institución bancaria, y propuso que definiéramos el valor desde otras perspectivas menos materiales y utilitarias, desde otras más poéticas y fraternales.

El asombro se hizo presente cuando arrojé a la mesa el cuestionamiento sobre por qué si estamos sumergidos en un sistema en que incluso las necesidades más básicas deben cubrirse por medio de las transacciones monetarias, no existía en los planes educativos ninguna asignatura que nos explicara desde temprana edad cómo funciona y qué significa eso que llamamos dinero.

Coincidimos en que el círculo acabara cuando tuviéramos más preguntas que definiciones, aunque cada uno llevaba consigo una información que se valoraba y con la que antes no contábamos. Es decir, cumplió una función educativa, no formal. Este encuentro se aproxima más al término *res secundae*, que, como derivación de *res*, se refería a lo que concernía por suerte y favorablemente a lo humano.

## NUEVAS ECONOMÍAS EN EL ARTE

**INVITADOS:** DR. JORGE LINARES Y MTRA. MARISSA REYES  
FORO DE ECONOMÍA Y CULTURA (UACM, UNAM Y UAM)

**PARTICIPANTES:** MARTHA HELLION, JOSÉ LUIS PAREDES PACHO,  
JOSÉ MIGUEL GONZÁLEZ CASANOVA Y ARTISTAS GRABADORES  
DE TALLERES INVITADOS

**COORDINACIÓN Y PRESENTACIÓN DE LA UNIÓN  
DE COEDITORES:** LAURA VALENCIA LOZADA

El día 30 de diciembre de 2013 representantes de la Unión de Coeditores, CACAO y el Foro de Economía y Cultura, conversamos en torno a tres ejes principales.

Primer eje: Presentación de la Unión de Coeditores Gráficos. ¿Cuál es el mercado actual de la gráfica en México y a quién se dirige? El rescate de sus reivindicaciones sociales

Laura Valencia Lozada, coordinadora de la Unión de Coeditores Gráficos, inició presentando el objetivo central del proyecto como una iniciativa que busca crear un colectivo (con miras a constituirse como cooperativa) a partir de talleres de grabado dedicados a producir gráfica de manera profesional y que han utilizado el grabado como una moneda de cambio para realizar intercambios con otros artistas a través de coediciones o con productores, gestores, coleccionistas, impresores, etc. Todo con un especial interés en proponer una plataforma colectiva de distribución y venta de obra gráfica, dirigida a un sector más amplio de la población y con mejores condiciones para los productores y los compradores de gráfica.

Además señaló: "hemos observado una serie de contradicciones en el medio de la gráfica entre la producción, la distribución y el consumo. Los talleres de grabado tienen una convicción y un carácter colectivo, cuyo origen es intrínseco a los procesos de producción en serie de la estampa". Varios de los participantes del conversatorio mencionaron la importancia histórica de la gráfica en México, que ha funcionado como un productor de imagen social y de comunicación por su carácter múltiple como una cualidad política en sí misma desde el Taller Gráfica Popular (TGP), la gráfica del 68 y los grupos en los ochenta. Las posibilidades que otorga un múltiple –grabado, estencil, monotipia o fotocopia–, por

ser más barata y más rápida su producción, aumentan el alcance de su distribución y comunicación.

En torno a este tema, José Miguel González Casanova preguntó a los talleres de Oaxaca: "me llama mucho la atención la forma en que se disparó la gráfica a partir del movimiento de la Asamblea Popular de los Pueglos de Oaxaca (APPO). Llenaron las calles con plantillas y grafitis y eso disparó a los talleres. El grabado tuvo una presencia urbana importantísima, motivó mucho a los chavos a aprender a grabar y a dibujar. ¿Hacia dónde se desarrolló?". En torno a esto, se preguntó acerca del papel que ha desempeñado la Asamblea de Grupos Revolucionarios de Oaxaca (Asaro) y el Espacio Zapata como ícono actual de la gráfica política en ese estado, a raíz del propio movimiento en el 2006.

Laura Valencia Lozada agregó: "el caso de los talleres en Oaxaca, con relación a otros estados, es muy particular, ya que ha crecido exponencialmente durante los últimos años; se desarrollaron técnicamente y aumentaron sus producciones, su mercado creció y los precios de las estampas que se producen se elevaron mucho más con relación a otros talleres". Y agregó: "me pregunto quiénes establecen los precios de la gráfica actual en el mercado mexicano, y cómo podemos fortalecer el mercado de la gráfica que ya existe, al mismo tiempo que se respeten las propias dinámicas de los talleres (como las coediciones) y se establezca una relación más equitativa entre los productores y compradores. He observado que estas dinámicas, como el trueque –en las coediciones con los artistas, editores, proveedores de materia prima, gestores, etc.–, han tenido como consecuencia una sobreproducción de gráfica que no ha encontrado distribuidores para más de 200 talleres que producen actualmente en todo el país. Y más grave aún, no hay compradores debido a los altos precios. ¿Se podrán crear nuevos públicos y dirigirnos a un sector más amplio de la población como propuesta de la Unión?".

Se reflexionó sobre cómo activar la cadena productiva al revisar los materiales con los que se sigue produciendo el grabado. Se cuestionó el uso de papeles de algodón en el huecograbado, que beneficia a cuatro marcas en todo el mundo. Laura Valencia Lozada comentó: "La Ceiba Gráfica, en Xalapa, es un ejemplo de un taller de grabado que está trabajando en la sustentabilidad de sus producciones, investigando, diseñando y construyendo su propio equipo y usando materia prima local o de Veracruz. Por ejemplo, han experimentado con piedras de mármol de canteras de la región para utilizarlas como piedras litográficas; están produciendo su propio papel, tintas, *tusches* y lápices litográficos".

En relación con los contenidos de la gráfica, se cuestionó cómo enriquecer y dinamizar los contenidos y formatos del grabado. Martha Hellion planteó la urgencia de cuestionar los estigmas, los géneros y la contaminación visual que ha tocado al medio de la gráfica. Además, manifestó la necesidad de replantear los modelos de producción en los talleres, para trascender las carpetas de fin de año dirigidas a empresas e instituciones públicas y privadas. Finalmente, señaló la importancia de desarrollar la escena local para evitar que todos los talleres produzcan para los mismos artistas, sin importar el origen o la identidad del taller.

Segundo eje: Arte y cultura desde la mirada de la economía y las políticas culturales

Marissa Reyes, representante del Foro de Economía y Cultura, inició planteando un panorama general en donde describió la importancia de la producción del arte y la cultura en la economía en México, sector que sigue aportando cerca de 6.7% del PIB.<sup>1</sup> El Banco Mundial y organismos internacionales, desde hace ya varios años, reconocen el valor de este sector como una receta mágica o “trampolín de cruce en el desarrollo económico”, como lo llama Reyes, para generar empleos y reactivar el crecimiento de las economías en vías de desarrollo.

Se analizó críticamente si el viraje hacia este sector era sólo un pretexto del Estado para privatizarlo o si era resultado de la crisis del modelo económico neoliberal y del “adelgazamiento del Estado”<sup>2</sup> y sus instituciones. Además, Reyes identificó el comienzo del adelgazamiento del Estado mexicano con el inicio del modelo neoliberal impuesto por Miguel de la Madrid, que se va reflejando en políticas públicas como la “changarrista” de Vicente Fox o los microcréditos de “Pepe y Toño” de Felipe Calderón. El ciudadano se autoemplea “y todavía el gobierno le transfiere [...] una responsabilidad de la que él tendría que ser parte”. José Miguel González Casanova mencionó la importancia de revisar los parámetros con los que se mide un proyecto exitoso y propone cuestionar y discutir la idea

1. Cabe mencionar que Ernesto Piedras, durante el II Foro de Economía y Cultura en 2013, planteó 7.2% para el sector cultural, ocupando el cuarto lugar general, con tan sólo 1% por debajo del sector turístico y 2.8% del petróleo.
2. Disminución de las funciones del Estado como incentivos para el libre mercado en los circuitos culturales y artísticos, flexibilidad en los procesos laborales, aumento en los presupuesto para el sector, activación de bienes culturales y artísticos en el mercado de bienes y servicios, entre otros.

de arte y cultura que tiene el Estado. Mencionó el ejemplo de programas como el Sistema Nacional de Creadores o Jóvenes Creadores del Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (Fonca): “no se plantea crear canales de circulación con un impacto social para la producción de los artistas que apoyan, como si la producción en sí misma fuera suficiente y no necesitara de una circulación. Tienen una idea de que hay una producción sublime, pero que no necesita de un público y que no hay necesidad de construirlo”.

En relación con la forma en que se definen las políticas culturales en México y al adelgazamiento del Estado, Marissa Reyes planteó una noción clave en el análisis de las estrategias: “trabajar de manera impetuosa para utilizar lo que queda de la esfera pública”, y propone “dar la batalla para conservar las instituciones y las políticas públicas que todavía siguen favoreciendo a la población en general”.

Finalmente, Jorge Linares apuntaló: “desde el Foro se vislumbran propuestas con posibilidades de establecer estrategias y formas de organización que logren cubrir ciertas necesidades, sin perder de vista que el panorama actual se encuentra dominado por empresas oligopólicas y caracterizado por una marcada debilidad en el control y regulación del Estado. Las situaciones generalizadas de las iniciativas independientes de pequeña escala, de contenido crítico, viven una situación de precariedad, y esto marca el ejercicio de la gestión cultural y los emprendimientos condicionados por la inequitativa correlación de fuerzas entre los actores”.

Añadió: “el capital avanza y la desinstitucionalización de la vida pública que conocíamos está avanzando, y es desde los modelos de estos ensayos y errores que tratamos de pensar en la autosuficiencia alimentaria, al mismo tiempo que pensamos en la creación o las representaciones de la identidad, los procesos educativos o los procesos de la promoción de la salud. Por eso apostaba yo a una de las propuestas más importantes dentro del Foro y de estos conversatorios, que es la capacidad que podamos obtener al articularnos para establecer redes de distribución de bienes culturales y creativos, así como iniciativas ciudadanas que funcionen como un termómetro de las necesidades y la creación de un consejo consultivo y resolutorio. Crear desde las universidades e instituciones que todavía funcionan, como el Museo del Chopo o los Faros y la sociedad civil, observatorios o laboratorios de proyectos que tengan capacidades de negociación frente a las autoridades locales y federales”.

Tercer eje: Iniciativas ciudadanas, las "otras economías" y la memoria

Se habló de algunos ejemplos de proyectos de iniciativa ciudadana que han puesto en práctica otros modelos económicos de organización y producción en México y Latinoamérica. Se mencionaron los huertos urbanos desarrollados en Chicago, el Centro Cultural Calmecac en México y su cooperativa Asamblea Comunitaria Miravalle, que cuenta con un huerto urbano que le da de comer al barrio con alta calidad y con una estructura de reciclaje de plástico que les otorga autonomía y autofinanciamiento.

Uno de los ejemplos más sobresalientes que se planteó fue la Asociación Mexicana de Derecho a la Información (<http://www.amedi.org.mx>). La Amedi propone abrir redes de distribución de contenidos que no se transmiten en las grandes televisoras, para los productores y para poder generar públicos críticos. Jorge Linares señaló: "la Amedi ha sido capaz de articular una propuesta seria de reforma a la Ley Secundaria de Telecomunicaciones y ahí ha dado su batalla; pero necesita el respaldo social para que esta reforma pegue. En el caso del gremio cultural, hay diferentes iniciativas que necesitan fortalecerse para tener capacidad de cabildeo frente a los gobiernos locales y federal".

José Miguel González Casanova también mencionó el ejemplo histórico de las fábricas recuperadas en Argentina durante la crisis del llamado Corralito como una de las experiencias que lo motivaron a desarrollar el proyecto de CACAO: "los trabajadores tenían un año sin trabajar. Las fábricas estuvieron cerradas hasta que entraron, las tomaron y formaron cooperativas para reactivarlas. Existe la posibilidad de que hagamos modelos intermedios: lo vendes en un mercado, el dinero existe, el capitalismo existe, pero en el caso de Argentina encontraron una manera de generar un producto, una producción y un trabajo sin explotación, que podía circular en un sistema y a la vez ser producido de otra manera. Con gran entusiasmo entre los trabajadores, se recuperaron más de 300 fábricas".

José Luis Paredes Pachó habló sobre cómo surgió uno de los ejemplos históricos que proviene del sector cultural y artístico, que es el del Tianguis del Chopo, iniciativa emblemática para la historia de la contracultura en México. "Aquí se hizo un encuentro de melómanos en los ochenta, en un país autoritario donde no llegaban discos del extranjero porque había aranceles altos, y no se imprimían ediciones de grupos extranjeros por la censura que existía en esos años. Ese encuentro de melómanos de música no comercial surgió a través del trueque y del intercambio de valores simbólicos que empoderó la escena del rock en español. El *punketo*, el

*heavy metalero* o el que fuera, pudo conocer otros géneros, ya que el trueque se hacía sin la posibilidad de escuchar la música en el momento en que la intercambiabas. La iniciativa creció tanto, que vive después de 33 años, como tianguis".

Y finalmente, señaló la importancia de crear registros de estos proyectos independientes que han surgido desde los ochenta. "¿Ustedes llevan una memoria de su experiencia? Yo exhortaría a los productores culturales a llevar un diario o una bitácora para recuperar la memoria de sus iniciativas. Creo que es una gran debilidad la falta de registros. He ido a varios conversatorios, incluso en la Cámara de Diputados, y se repite lo mismo. Ernesto Piedras estudia la cultura desde la macroeconomía e identifica que existe este universo que llama 'economía sombra'. La economía sombra son estos modelos que no dejan testimonio, que no aparecen en las grandes reflexiones".

#### Conclusiones

- a) ¿Podrá seguir funcionando la gráfica como moneda de cambio en la producción y gestión en el contexto de la gráfica actual?
- b) ¿Quiénes establecen los precios de la gráfica actual en el mercado mexicano?
- c) ¿Cómo podemos fortalecer el mercado de la gráfica ya existente, al mismo tiempo que se respeten las propias dinámicas de los talleres – como las coediciones– y se establezca una relación más equilibrada entre los productores y compradores?
- d) Como artista, grabador o productor cultural, ¿para qué tipo de públicos estás produciendo? ¿Puedes crear tus propios públicos?
- e) ¿Cómo activar la cadena productiva al revisar los materiales con los que se sigue produciendo el grabado?
- f) ¿Cómo podemos cambiar los estigmas de la gráfica, romper los géneros y la contaminación visual?
- g) La multiplicidad de la gráfica como una cualidad política en sí misma que vale la pena reivindicar.
- h) Hacer memorias, para no caer en el eterno retorno. Sumar.

i) ¿Cómo definimos la cultura dentro de los esquemas económicos actuales?

j) Se planteó la necesidad del cabildeo en la construcción de políticas públicas por parte de los productores culturales y los artistas para obtener beneficios con los que no contamos.

k) ¿Se podrán construir redes de distribución entre lo sustentable, lo autónomo y las instituciones, manteniendo el enfoque en la esfera de lo público? Generar una perspectiva común en los procesos de producción, distribución y consumo de los bienes culturales y artísticos.

l) ¿Qué sentido tiene replantear las formas de hacer economía en un sistema capitalista que se está fracturando? Buscar equilibrios: si el modelo está en crisis, hay cosas que se están desatando que no son tan funcionales y que apelan a otras lógicas de colaboración.

m) Trabajar la economía en un modelo en crisis es doblemente problemático, y en el ámbito de la cultura tiene un doble cariz por su parte sociocultural.

n) Pensar más allá de la tasa de ganancia: en las repercusiones de impacto social y cultural.

ñ) ¿Cómo podemos llegar a un modelo intermedio entre los modelos económicos actuales y las nuevas economías solidarias y prácticas autónomas que se han planteado en los Foros de Economía y Cultura?

1. Prácticas artísticas y culturales como emprendimientos.
2. Prácticas artísticas y culturales, lo social y las cooperativas.
3. Prácticas artísticas y culturales y prácticas autónomas sustentables o lógica de reproductibilidad, economías sustentables, intercambios cotidianos, crear redes en tu entorno más próximo.

o) Rescatar la idea de pensar nuestras actividades cotidianas y profesionales a propósito de imaginar un nuevo ser social, un nuevo proyecto societal. Desde ahí sería empático con el Movimiento Zapatista (EZLN): en tanto implicaría rescatar un proyecto progresista.

## **MAPEO, RECONOCIMIENTOS Y APROPIACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO COMO ESPACIO DE PARTICIPACIÓN SOCIAL**

**PARTICIPANTES:** LAURA JANKA, COORDINADORA DEL PROGRAMA DE RECUPERACIÓN DE ESPACIOS PÚBLICOS DE LA SEDUVI (2007-2008); ALBERTO MARTÍNEZ, DIRECTOR DE ATENCIÓN A GRUPOS DE LA SEDUVI; JULIEN SALABELLE, COLABORADOR DE DESARROLLO, ARQUITECTURA, SUSTENTABILIDAD (DAS)

**MODERADORES:** CAROLINA ALBA Y ANA LACORTE, MIEMBROS DEL COLECTIVO NERIVELA

**COORDINACIÓN:** PLATAFORMA DE INVESTIGACIÓN NERIVELA

El sábado 30 de noviembre, moderado por Carolina Alba y Ana Luisa Lacorte, se llevó a cabo un conversatorio con Laura Janka y Alberto Martínez de la Seduvi, y Julien Salabelle del despacho arquitectónico DAS. En este espacio se vincularon propuestas y temas sobre participación e intervenciones urbanas en el D.F. Particularmente se hizo énfasis en las maneras de integrar y fomentar la participación ciudadana, así como en proyectos específicos en los que se han producido experiencias exitosas de sinergia colectiva.

## MAKERMEX, LAS IMPRESORAS 3D EN MÉXICO

PARTICIPANTES: LUIS PACHECO Y JOSUÉ SÁNCHEZ

COORDINACIÓN: TLC Y MAKERMEX

El 8 de diciembre en la cafetería del Museo del Chopo, Luis Pacheco y Josué Sánchez expusieron un panorama general de la impresión 3D. Ambos son integrantes de la empresa mexicana MakerMex, dedicada a desarrollar este tipo de tecnología. Hablaron de las aplicaciones de dicha impresión en la construcción, salud, moda y en el sector educativo. Explicaron que su uso abarata los costos de los prototipos, por lo que induce a una mayor experimentación en los procesos de diseño. Además, los materiales de impresión se diversifican continuamente: se usa desde plástico hasta componentes orgánicos.

Asimismo, enfatizaron la importancia del código abierto en el desarrollo de estas impresoras, ya que gracias al vencimiento de una patente, estos conocimientos se pudieron distribuir y modificar de manera libre. Pasó de estar restringida a unas cuantas manos a estar accesible en internet para que cualquier persona pueda realizar su propia impresora. ¿Y qué consecuencias tiene? En el mejor panorama, cada consumidor podría diseñar e imprimir sus objetos de consumo u obtener refacciones más baratas, y así restar áreas de intervención a las grandes industrias. En la ronda de preguntas y respuestas, el público se mostró muy interesado en la funcionalidad de la impresora, por lo que se hizo una demostración en la que se imprimió una escultura modelada en la pieza. *El objeto de la ausencia.*

## NOTAS DE MUSEOGRAFÍA

RODOLFO SAMPERIO

En congruencia con el espíritu de CACAO, el diseño museográfico fue un ejercicio al alimón hecho con el artista José Miguel González Casanova, quien tuvo la gentileza de invitarme a trabajar codo a codo en esta parte tan relevante de su proyecto. Si bien esta colaboración no se extendió personalmente a cada uno de los cien expositores, en cambio sus necesidades particulares sí fueron determinantes para el diseño final. José Miguel vislumbró una instalación monumental basada en una pirámide/montaña y una serpiente/río como símbolos para generar los distintos soportes y espacios de exhibición. Se aprovechó exhaustivamente cada rincón de las salas 1 y 2 del Museo del Chopo, un total de 823 m<sup>2</sup>. Al contrario de lo masivo que la instalación podría sugerir, hicimos un obligado y autoimpuesto ejercicio de austeridad en los componentes, de los cuales la mayoría ya habían tenido un uso previo.

Se decidió utilizar una paleta material cruda, acotada a materiales derivados de la madera. Se emplearon más de mil cajas de cartón de varios tamaños para crear una montaña/pirámide imaginaria, cuyas faldas intersectaran con fuerza a las dos masivas arquitecturas que conforman al Museo Universitario del Chopo (el casco original y la intervención de Nortén). La "montaña" se extendió casi 240 m<sup>2</sup> entre las salas 1 y 2, con una altura de hasta 7 m. Este gran volumen dividió el espacio en tres secciones que llamamos "el valle", "la mina" y "la serpiente". En el "valle" las faldas de la montaña se convirtieron en soportes para exhibición. La "mina" estaba formada por ocho cuartos al interior de la montaña, que a manera de túnel conectaba al "valle" con la "serpiente" de una forma deliberadamente teatral. Se llamó "serpiente" a los espacios generados en la sala 1. Tuvo como elemento protagónico una sinuosa mesa de 45 metros lineales que "brotó" de la montaña y estaba rematada con una cabeza de serpiente que José Miguel ensambló con cajas de distintos tamaños.

En suma, el diseño museográfico se enfocó en que la materialidad, las formas y los espacios reflejaran el espíritu colaborativo y cuestionador del proyecto. Caja sobre caja ayudándose para convertirse en soporte, divisor, espacio, volumen monumental, pixel análogo, metáfora y símbolo en diálogo.

## SEMBLANZAS

### ARTISTAS INVITADOS

#### **Alejandro Rincón Gutiérrez**

Licenciado en Artes Visuales por la ENAP-UNAM. Ha impartido talleres de dibujo y grabado, además de organizar exposiciones y realizar curadurías. Su producción personal, se enfoca en instalaciones e intervenciones sobre temas urbanos. Ha creado dos festivales de arte, género y ecología: Mujeres S. A. y Compañía, y el TACO (Tianguis de Arte Contemporáneo, fundado en el 2009). En algunos proyectos, como los presentados en Casa Vecina (*Espacios armables*) y en el MUAC (*Saque su acordeón*, 2010), ha trabajado con grupos específicos y colaboradores de diversas disciplinas, alentando el cooperativismo y las redes colaboracionales en contextos comunitarios. Ha expuesto en Bogotá, Miami, Los Ángeles y Copenhague. Es miembro del Colectivo Guadalupens. Actualmente coordina proyectos culturales y comunitarios en la Fábrica de Artes y Oficios, Faro Tláhuac, centro cultural que dirige.

#### **Antonio Vega Macotela**

(Ciudad de México, 1980). Artista multidisciplinario cuyo trabajo se desarrolla en torno al trabajo y el tiempo en comunidades específicas: presos, burócratas, soldados y mineros, entre otros. Artista Visual por la UNAM, continuó sus estudios en Rijksakademie van Beeldende Kunsten, Ámsterdam. Ha participado en exposiciones nacionales e internacionales como: Trienal de Puerto Rico (2012), *Informality: Art, Economics, Precarity* (Holanda, 2012) y *Presuntos culpables* (MAM, México, 2009).

#### **Daniel Godínez Nivón**

(Ciudad de México, 1985). Estudió Artes Visuales en la ENAP-UNAM. En 2011 fue coautor de *Medios Múltiples 3*. Su obra se ha presentado de forma individual en el Centro Cultural Tlatelolco de la UNAM y colectiva en la exposición Jardín de Aca-demus en el MUAC en 2011. Ha sido becario del Programa Jóvenes Creadores (2011-2012) del Fonca por el proyecto TequioRolas.

Mercados participantes: San Cosme, Beethoven, Belisario Domínguez, Juárez, San Joaquín, Martínez de la Torre, Tacuba, Tacubaya, Coyoacán, Pro Hogar.

#### **Fran Ilich**

Escritor y *media artist* radicado en Nueva York. Trabaja con temas de medios narrativos, *hacktivismo*, economía y finanzas experimentales. En 2005 inició el servidor corporativo Internet Possible Worlds y el banco de inversión SpaceBank del que eventualmente nació la Bolsa de Valores Socialista de Brooklyn y la moneda "Digital Material Sunflower", incluida en el convertidor de divisas de las computadoras "Apple". Ha participado en Documenta 2 y 13, y foros de *The Economist*, Banco

Mundial y el Ejército Zapatista de Liberación Nacional. También fue tesorero municipal de la ciudad de Tijuana.

#### **Jota Izquierdo**

*Capitalismo amarillo* es un proyecto artístico realizado por Jota Izquierdo, que desde 2009 investiga la manera en que el capitalismo opera en la economía informal, lo que da lugar a una zona de perturbación donde este tipo de economía explota la estructura del capitalismo pero transformando y creando nuevas relaciones entre economía, trabajador y estado.

Colaboradores: levantamiento y edición de imagen Andrés Villalobos.

Agradecimientos: Tianguis Cultural del Chopo, especialmente a Carlos Alvarado, Ramón García y Juan Heladio Ríos.

#### **Pinto mi Raya**

Fundado en 1989 es un proyecto de largo aliento que fundaron Víctor Lerma (Tijuana, 1949) y Mónica Mayer (Ciudad de México, 1954) con el objetivo de lubricar el sistema artístico. Además de su archivo hemerográfico de arte contemporáneo, ha realizado diversos *performances* en México y el extranjero, editado proyectos de gráfica digital, realizado un programa de radio, diversos talleres presenciales y a través de la televisión. Su labor como conferencistas y talleristas, al igual que su participación en la comunidad cultural son parte íntegra de su práctica artística.

Colaboradoras: Yuruen Lerma y Brenda Hernández.

#### **Tráfico Libre de Conocimientos (TLC)**

Colectivo mexicano que surge en 2011 con el objetivo de crear y fomentar formas colaborativas de producción, distribución y consumo de información. Con este enfoque ha participado en simposios, mesas redondas, exposiciones e intervenciones públicas, como Arena de juego (Domicilio Conocido del Centro Cultural Universitario Tlatelolco), Modelando la posibilidad (Semántico, I Congreso Internacional de Arte Generativo, Laboratorio Arte Alameda), *Collective Show* (Casa Maaquad) y zonalibre.saberes, (Faro Tláhuac), entre otros.

Integrantes: Erika Athié, David Camargo, Gerardo Cedillo, Xchel Gallegos, Amauta García, Daniel Godínez Nivón, Estrella Luna, Rubén Maldonado, Adrián Monroy.

Colaboradores: *software*: Jaime Lobato; impresora 3D: MakerMex; modelado: Victorina Vázquez López, Yaxkin Melchy, Andrés González, Sixto Sánchez, Paolo Camargo Leal, Josefina López Calderón, Gloria Pérez Athié, Pablo Hoyos, Diego Madero, Adriana Otero, Brenda Solano, Eréndira Lozano, Alfonso Valencia.

#### **Yutsil Cruz**

(Ciudad de México, 1982). Estudió la licenciatura Artes Visuales en la ENAP-UNAM y un máster en Historia del Arte Contemporáneo y Cultura Visual en MN-CARS, UCM y UAM, Madrid. Su práctica profesional abarca la producción artística

y gestión cultural. Ha desarrollado piezas para sitio específico, instalaciones y video que abordan temáticas sobre el espacio, lo escultórico y la conformación del sujeto social.

#### PRODUCTORES INVITADOS

##### **Colectivo 1050°**

Colectivo formado por artesanos, diseñadores y artistas. Producen y comercializan cerámica utilitaria de alta calidad con diseños exclusivos que surgen de procesos colaborativos, inspirados por la tradición y el cambio. 1050° es diseño consciente, sustentable y humano para un mundo sin petróleo. Sus productos están libres de plomo y de explotación.

Integrantes: Kythzia Barrera Suárez, Diego Mier y Terán G.C., Francisca Regino Porras, Rolando Regino Porras, Luis Adrián Fernández, Rafael Muciño.

Agradecimientos: Éric Fanghanel, Marisol Ríos, Diana Mejía.

##### **Ediciones Acapulco**

Editorial independiente que publica libros de tiraje limitado, con una cuidada selección de contenidos, edición, impresión y diseño; establecida en la ciudad de México en 2011, fue fundada por Selva Hernández, quien es bibliófila, librera, editora, tipógrafa, investigadora y curadora especializada en el libro. Desde 1993 se ha dedicado al diseño de libros de arte, catálogos para exposiciones y museos. Divide su espacio profesional entre la docencia, el diseño editorial, la investigación y la escritura. Además tiene un taller de impresión con Risograph y tipos móviles, y una librería anticuaría.

Integrantes: Dirección de arte y diseño: Selva Hernández; coordinación editorial: Vanessa López; relaciones públicas: Úrsula Treviño; formación: Luis Bermejillo

##### **Ediciones ¡Joc-Doc!**

Editorial que surgió ante el impulso generado por la patada en los huevos que el arte bruto, los cómics alternativos, el punk, el DIY, los fanzines y su estética gráfica propinaron a cada uno de sus miembros a muy temprana edad. Con publicaciones repulsivas, groseras, cinemáticas y cargadas de un humor lastimero, reflejo de la actualidad urbana del D.F. y de la aplastante realidad del México de ayer y hoy, Abraham Díaz, Chacho Grijalva, Apolo Cacho y Yecal Disaster se han ganado las más dolorosas y liberadoras contracciones rectales de dos tres banditas que se han clavado en la onda de la historieta raspa, la ilustración gacha y la reproducción deficiente de imágenes.

##### **Fábrica Social**

Surge en 2006. En 2011 ganó el premio a la sustentabilidad "Moda ética". La labor de esta empresa social inicia con las capacitaciones en su escuela rural de

diseño itinerante, donde imparte talleres de diseño, organización, administración y comercio justo para mujeres indígenas. En estos cursos recuperan técnicas regionales, las integran a nuevas herramientas y muestran tendencias de moda internacionales, para que los diseños de las artesanas encuentren mercado. En la actualidad trabaja con mujeres de distintas regiones de México que practican técnicas como bordado a mano o con máquina de pedal, empleado en Yucatán y en Hidalgo, y el telar de cintura practicado en algunas zonas de Guerrero, Chiapas y Oaxaca. Siempre utiliza fibras naturales y para las prendas más exclusivas emplea el algodón endémico Coyuchi o plumas chiapanecas. Tras las capacitaciones, Fábrica Social funge como intermediario entre las productoras y los clientes. Todas las ganancias son para las artesanas, ya que a ellas les pertenece la innovación y el valor agregado conseguidos. Busca fondos gubernamentales para el desarrollo comunitario e impulsa que las cooperativas sean consideradas microempresas, con independencia en la toma de decisiones. Sus productos pueden adquirirse en sus *showrooms* y en su tienda en línea.

Integrantes: Dulce Martínez, Paola de la Rosa, Daniela Gremion.

##### **La Asamblea Comunitaria Miravalle (ACM)**

En CACAO participaron dos colectivos de la ACM. a) Colectivo Mujeres en Agricultura Urbana: El objetivo de los huertos urbanos en el Centro de Capacitación y Educación Ambiental Miravalle (CECEAMI) es que los participantes obtengan un aprendizaje para cultivar sus propias plantas y alimentos en su hogar, ya sea en un huacal, cubeta de plástico, garrafón e, incluso, una llanta; b) Taller de Gráfica Miravalle (Tagrami): Taller de artes gráficas y visuales, Centro Cultural Calmécac motivado por la necesidad de un cambio en el entorno sociocultural de los jóvenes de Miravalle. Cuerpo orgánico que busca el encuentro de los jóvenes usando a las artes visuales para la deconstrucción sociocultural desde la periferia.

Integrantes de la ACM: Miguel Ángel Madrigal, Betzabé Palestina Núñez, Óscar Pérez Jiménez, Raquel Martínez, Rogelio Estrada Pardo, Daniel Nava Atrisco; a) Colectivo Mujeres en Huerto Urbano: Enriqueta Ayala López, Miriam Flores, Wicha, Betzabé Palestina Núñez; b) Tagrami: Nerea Pérez Chávez, Daniel Vera (Stash), Miguel Ángel Madrigal, Daniel Nava Atrisco.

##### **La Casa Tropical**

Iniciativa que opera desde 2011 a través de Héctor Galván y su equipo de diseño Omelette. Son productos de variada frutalidad e historia que abarcan granos nativos con ecosistemas diferenciados, nibs de cacao tostados en comal neolítico, coberturas de chocolate por cosechas y productos de diseño y arquitectura contemporáneos. Los chocolates de La Casa Tropical se distinguen por su alta calidad, variedad de granos mexicanos y su compromiso con el campo. Cada chocolate está etiquetado con información de su procedencia, ingredientes y tipo de cosecha.

### **La Ceiba Gráfica**

Centro de artes y residencias artísticas especializado en la enseñanza, producción e investigación de la gráfica tradicional y otras artes visuales. Son parte de la asociación civil sin fines de lucro Artistas Veracruzanos Bajo la Ceiba. Su proyecto ha adquirido renombre por el uso de técnicas y materiales sustentables. El centro se especializa en litografía tradicional, grabado en madera con la técnica japonés del moku hanga y huecograbado. También hay espacios dedicados a la elaboración de papel, escultura, cerámica y pintura de gran escala.

Integrantes: La Ceiba Gráfica: Per Anderson, Rafael Ruiz, Laura M. García, David Domínguez, Elizabeth Colorado, Melisa Valero, Mayra Dalia González; Taller Perro Bravo: Carlos Pez

### **Laura Valencia Lozada**

Laura Valencia Lozada es artista visual egresada de la ENAP y del Seminario de Medios Múltiples de la UNAM. Recibió en dos ocasiones la beca de Jóvenes Creadores del Fonca. Ha desarrollado proyectos de arte en espacio público, de arte social y activismo. Desde el 2003 es impresora, coordinadora y editora en talleres de grabado.

Integrantes de La Unión: Anomalia Print Studio, Blanco Ediciones, Casa Móvil, Cuervo Negro, El Chanate, Gabinete Gráfico, La Ceiba Gráfica, La Huella Gráfica, Linati Litografía, La Trampa Gráfica, TAGA (Taller Gráfica Actual Oaxaca), Taller Gráfica Bordes, Taller Zanate y Tigre Ediciones de México.

### **Martha Hellión**

Artista visual y curadora independiente. Estudió en México, Inglaterra y Países Bajos. En los 70 fue cofundadora de Beau Geste Press, Inglaterra. Se ha enfocado a la edición de libros de artista. Entre sus publicaciones destaca *Libros de artista y Ulises Carrión: mundos personales o estrategias culturales* (2003). Como curadora ha contribuido internacionalmente en numerosas exhibiciones. Actualmente es fundadora del Centro/Estudio, investigación y documentación sobre Publicaciones y Ediciones de Artista en la Ciudad de México. Imparte seminarios especializados y talleres teórico-prácticos en artes visuales de carácter multidisciplinario e innovativo.

### **N.A.A.F.I**

Promotora/noche y sello discográfico fundado en 2010. Es una comunidad musical que magnetiza a personas y proyectos de distintas geografías de la República Mexicana y amigos internacionales. Enfocada a la exploración de ritmos periféricos ofrecemos producción de eventos y situaciones que celebran la cultura club y de calle, servicios de booking y promoción de talento emergente.

Integrantes: ESPECTRAL/Ernesto Díaz (Ciudad de México, 1979), artista interdisciplinario, percusionista y compositor; MOCK THE ZUMA/Kevin Santana (Ciudad

Juárez, 1993), maniobrando su masa secuencial en una genuina salsa lo-fi secreta abre las puertas entre los lados más mareados del 2step y los géneros híbridos del UKG.

### **Primal**

Estudio transdisciplinar dedicado a planificar y estudiar la arquitectura, el diseño ambiental, el diseño gráfico y la arquitectura de marca. Fundado por Paola Sánchez, Héctor Juárez y Óscar Juárez. Su trabajo interdisciplinario se enfoca en la formación de equipos con artistas, arquitectos, biólogos, diseñadores, economistas, sociólogos y todas las disciplinas necesarias para abordar proyectos.

Agradecimientos: Adrián Monroy, Anayatzin Ortiz, Berenice Castellanos, Berenice Flores, Carlos Acosta, Emilio Cabrero, Dinora Tapia, Elías Toscano, Félix Luna, Francisco Flores, Jaime Encontra, Jonathan Ávila, José Miguel González Casanova, Juan Bautista, Juan Giribaldi, Gloria Martínez, Manuel Díaz Tufino, Miguel Ángel Sánchez, Óscar Frago, Regina Pozo, Rodrigo Alegre, Sara García-Salgado, Susana Bernal, Víctor Méndez, Wendy Castellanos.

SELECCIONADOS POR CONVOCATORIA/ BECARIOS

### **Alejandro Gómez-Arias**

(Ciudad de México, 1985), su trabajo aborda la relación entre imagen y economía. Ha expuesto colectivamente en México, Estados Unidos, Argentina y Alemania. Obtuvo el Premio Nacional de Arte Joven 2008 y en 2013 una mención honorífica; ha sido becario del Fonca (2013-2014). Participó en la publicación *Mitos oficiales* y coedita el libro del Seminario de Medios Múltiples 5. Ha sido docente de la UVA, de la cual forma parte del consejo asesor. Actualmente cursa la maestría en Artes Visuales por la UNAM.

Colaboradora: Carmen Tapia; asistencia: Magda Luz Bonilla

### **Colectivo Hilvana**

Pequeña empresa mexicana de diseño y trabajo textil, dedicada a la fabricación manual de objetos de decoración, moda y accesorios. Todos los productos Hilvana están trabajados con materiales textiles, 100% reciclados, de manera artesanal, como piezas únicas y originales. Para fomentar el reciclaje y el comercio justo respalda un intercambio más creativo: quienes donan textiles reciben un producto y pueden indicar cómo intervenir sus telas; luego regresan por su encargo de diseño a cambio de una segunda donación en especie.

Integrantes: Úrsula Schneider, Mariana Nuñez, Yanina Pelle, Yola Ibarra.

### **Colectivo Santiaguero**

Cooperativa de músicos soñadores, serigrafistas nocturnos y constructores de cultura organizados desde 2008 en el barrio de Santiago del Centro Histórico de

Mérida, Yucatán, México. Organizan espacios culturales colaborativos, intervienen espacios públicos para volver a llenarlos de personas creativas, participan en festivales culturales o en eventos con fines humanitarios, elaboran playeras, afiches y materiales fonográficos para un caminar humanamente honesto. Funcionan con base en economías solidarias, cadena de favores, trabajo cooperativo y mutualismo, apoyando recíprocamente a músicos y otros proyectos sociales y culturales en la concreción de sus sueños y metas dentro de una ética que nombran ¡Rizoma Comunitario! La Marchante Selecta y La Orquesta Multicolor es uno de los proyectos sonoros producidos por los músicos del Colectivo Santiaguero. Usan cuatro procesos: registro de trabajo de campo, registro en lenguaje midi, registro de sus instrumentos y registro de vinil de la colección de casa.

### **Cráter Invertido**

Cráter Invertido es una lectura del presente. Ante el panorama actual de crisis decidieron organizarse y sostener un espacio juntos, donde sus muchos propósitos fueron nutridos por cada uno de sus integrantes y colaboradores. Cooperativa que aglutina posturas diversas. Como editorial a pequeña escala encuentran su camino a través de la autopublicación. Organizan grupos de trabajo, grupos de investigación, sesiones colaborativas, canibalismo, fanzines, periódicos murales, entre otras acciones. Presentó seis nuevas publicaciones realizadas como parte del proyecto CACAO: *Zúngale, Gráfica caníbal y cómic; Cartucho, Booom, bang, pum. Las tres últimas balas* [www.revistacartucho.com](http://www.revistacartucho.com); *Islaguada, nos embarcamos a una isla. Encontramos una casa virada. Hay más tiempo que vida; Huelga contra el tiempo, Manifiesto desde Cansada de Tlalpan. No trabajes nunca; Hoy 1994, Todos los periódicos de ayer. Relato completo de la muerte de Carlos Salinas de Gortari; SiempreOtraVez, Una y otra y otra y otra vez. Qué bonito es casi todo.*

### **Daniel Ruvalcaba Aguilar**

(León, México, 1988). Forma parte del programa educativo de SOMA. Ha expuesto individualmente en espacios como el Centro Cultural Border en el D.F., TRAMA Centro y LARVA en Guadalajara. Actualmente es el CEO de Ruvalcaba y Asociados, una empresa patafísica de arte contemporáneo que compra ideas de personas, que no se consideran artistas, para hacer piezas. Ha sido becario de Jóvenes Creadores (2012-2013) en el área de Medios Alternativos; recibió en 2011 la beca del Patronato de Arte Contemporáneo (PAC) para realizar el proyecto editorial. Es codirector y fundador del espacio de arte contemporáneo Bikini Wax. Colabora con ficciones especulativas acerca del *art world* para las revistas *Letras Explícitas* y *Frente*.

Colaboradores: Daniel Ruvalcaba Aguilar, Paola de Anda, Miguel Hernández, Ramón Izaguirre, Regina Amador, Rodrigo García, Morena Morrison, Tío Puck, María Cerdá, Paola Cabrera, Heráclito López, César Jerónimo, Miky Fiuri, Tania Gutiérrez, Germán Frausto, Daniel Monroy, Ezequiel Gómez, Juliana del Pozo.

### **GrrrrVIRUS**

Colectivo donde las mujeres participan en la escena cultural y artística creciendo, enseñando y aprendiendo unas de otras. Empoderan a las mujeres a través de la producción de sus ideas y de la satisfacción de sus necesidades. Está inspirado en el movimiento punk de los 90, Riot grrrrl y es apoyado por Clementine Cannibal (ícono de la escena queer y del Riot grrrrl). Las toallas femeninas de tela adoptan el nombre de la diosa lunar maya Ixchel, patrona del parto y el tejido, por la fuerte relación entre éstos. Ixchel busca crear públicos femeninos creativos que son a la vez productores, consumidores e intermediarios para que participen en la implementación de una nueva cultura. Por lo tanto, la solidaridad entre mujeres es clave para que la toalla Ixchel detone una economía local y dinamice la creatividad en este sector marginado.

Integrantes: Andrea Morales Moreno (Andrea Tumbas); colaboradoras: Adriana Ivette Molina Ramírez, María Magali Arellano Rivera, Stefanny Daniela Mora Nieto.

### **Laboratorio Móvil de Investigación Gráfica**

Dispositivo móvil equipado para la creación gráfica en el espacio público que funciona como una plataforma de exhibición. En su origen tuvo dos objetivos principales: realizar una investigación etnográfica inserta en contextos específicos, y conformar un proyecto público de enseñanza y capacitación artística. Ha publicado el libro de Carmen Casas, *Precaución*, que contiene nueve cartas construidas por cut-ups a textos de fuentes diferentes; *Phobos*, libro ensamblado a partir de palabras asociadas al miedo, recopiladas con el público del museo durante las primeras tres semanas y tipografiadas con máquina de escribir sobre papel parafinado, y *Fanzine comunitario*, elaborado en cuatro barrios de Tlalpan, hecho con imágenes recopiladas y generadas por la gente que se encontraba en el espacio público. Integrantes: Lugo Leautaud y Carmen Casas.

### **Mosaideko**

Diseñan y trabajan todos sus modelos de joyería con la técnica de vitrofusión. Proponen diseños originales inspirados en los ornamentos de culturas antiguas, trayéndolos a una visión contemporánea. Diseñan objetos elegantes y otros más casuales, tanto abstractos como figurativos. También trabajan el vitromosaico en una gran variedad de soportes: paredes, objetos y muebles. Su joyería se caracteriza por ser muy colorida y de excelente calidad técnica. Está trabajada toda a mano, tiene un toque artesanal pero con muy buena calidad, además de un estilo propio ya que sus cortes de vidrio son previamente pensados y diseñados.

Integrantes: Elena Ospital, Daniel González Gil.

### **Pitayas**

Colectivo interdisciplinario de mujeres impulsoras del desarrollo rural y la conservación ambiental. Su trabajo comunitario está relacionado con la nutrición, la sa-

lud pública y la generación de empleo a partir de los recursos locales, mediante técnicas de alimentación altamente nutritiva, herbolaria y apropiación de recursos para su reproducción y aseguramiento. Los principales talleres que imparten son de medicinas con plantas silvestres, de alimentos altamente nutritivos, de productos comerciables, de ecotecias, embrioparcels comunitarias y lechos de raíces (filtros de aguas residuales para presas y manantiales).

### **Plataforma de Investigación Nerivela**

Organización creativa y polimórfica, conforman una estructura que impulsa programas artístico-culturales, la producción de bienes en los que se implica la imaginación y el desarrollo de distintos proyectos socioculturales, a través de los cuales el colectivo propone y dispone diálogos, intercambios, acciones de ciudadanía y gestos para afectar el tejido común que nos circunda. Se basa en un seminario público de investigación y la edición de una publicación que difunde las principales actividades del colectivo. El proyecto congrega tres componentes: investigación teórica y de campo, generación de archivo y desarrollo de una plataforma digital. En su integración, se generan instrumentos de análisis a partir de experiencias exitosas de los programas de presupuesto participativo en la ciudad. La investigación de campo deriva en indicadores que, además de hablar de una situación objetiva, generan también interpretaciones abiertas e imaginativas. Los indicadores miden esquemas de participación comunitaria, el capital social disponible, percepciones subjetivas del entorno y condiciones de marginalidad. Se trata de gestar los temas de interés mediante una iconografía original para llegar a una apreciación de los factores sociales y psíquicos.

Integrantes: Carolina Alba, Eusebio Bañuelos, María José Freytes, Imelda Montiel, Ana Luisa Ramírez, Javier Toscano.

### **Próximo Desliz**

Este proyecto inició en noviembre de 2011 con el apoyo del Programa de Fomento a Proyectos y Coinversiones Culturales del Fonca. Cuenta con una línea de objetos culturales realizados a través de oficios que integran procesos artísticos. La forma de producción es interdisciplinaria, porque intervienen profesionales de varias áreas relacionadas con el desarrollo de los talleres; colectiva, porque fomenta la participación y el trabajo grupal; y colaborativa debido a que la intervención de todos los participantes es considerada fundamental y de igual importancia. Los tres talleres se encuentran instalados en la Comunidad para Mujeres del Distrito Federal y están en óptimas condiciones. Toda la producción es diseñada y elaborada en un contexto de encierro, bajo la asesoría de quienes coordinan el proyecto y con el apoyo tanto de trabajadores como de guías de la Comunidad. A través de esta metodología horizontal, las adolescentes escogen en cuál de los talleres o etapas del trabajo se incorporarán para ser parte de un producto cultural grupal. La distribución de la primera producción ha sido diversa, se ha promocionado

en espacios institucionales y en canales alternativos. Próximo Desliz participó en Bazar Fusión y en un bazar independiente en Cítrico Gráfico; presentó la memoria del proceso y sus resultados en una mesa redonda de la Universidad Autónoma de México y en el Primer Encuentro de Prácticas Colaborativas que tuvo lugar en CASA, San Agustín Etna, Oaxaca.

Integrantes: Ana Gilardi, Javier González, Belén Moro, Vanesa Moskeyra, Analía Pandolfi, Simone Pazzini y Eliana Zaghis y las adolescentes de la Comunidad para Mujeres del Distrito Federal.

### **Vladimir Flores**

Es artesano multimedia, radialista y educador en Tecnologías de la Información. Desde el año 2004 es corresponsal en Oaxaca de la emisora Radio Bilingüe de Fresno California. Su trabajo cultural se caracteriza por el cruce de los medios de comunicación y las tecnologías apropiadas, específicamente las tecnologías de producción audiovisual. Su principal elemento de trabajo cultural es el sonido. Actualmente realiza investigaciones multimedia sobre historia e identidad cultural, propiedad intelectual y narrativa sonora. Colabora con la fundación Dyne.org en la difusión de *software* libre y formas de cultura digital basadas en la política *copyleft* y las tecnologías de código abierto. Silente Sonoro inició en el año 2008.

SELECCIONADOS POR CONVOCATORIA / MENCIONES HONORÍFICAS

### **Colectivo Radiador**

Fundado en 2008, desarrolla su labor artística entre la improvisación sonora, la experimentación con artes multimedia, el performance y la impartición de talleres. Ha participado en eventos como el Simposio Internacional de Live Coding "VIVO" (2012), el Festival de Artes Electrónicas y Video "Transitio\_MX" (2011), el Festival Internacional Cervantino (2010) y el Festival "Primavera en la Habana", Cuba (2010). Integrantes: Colectivo Radiador: Alberto Cerro, Iván Esquinca, Jaime Lobato Cardoso, Mauro Herrera Machuca, Fernando Lomelí Bravo.

Colaboradores: Participantes del medialab y concierto: María de Monserrat Pineda Choperena, Gabriela Anaid Castrejón Rosales, Francisco M. Rodríguez Chávez, Juan Carlos Paniagua, Jorge David García, Óscar Jesús Trejo Rosales, Diego Alejandro Contreras Gutiérrez (Mono Fingal).

### **Julio Alejandro Hernández**

Diseñador industrial por la UAM. Ha trabajado como encargado del taller de producción en Facero12 S.A. de C.V. y ha participado en proyectos culturales como el nacimiento monumental con materiales reciclados para la Secretaría de Cultura del Distrito Federal en el 2010, en el Cuarto Desfile de Alebrijes Monumentales del Museo de Arte Popular y en el cortometraje de Nuestra Señora el

Concreto, del director Francisco Vargas. También ha diseñado mobiliario urbano para el proyecto Toma Asiento y Lee de la Cámara de la Industria Editorial, así como mobiliario interior sustentable de madera reciclada en el Collect Art Mujam en 2009. Es creador del proyecto Piel Urbana Estudio, diseño con responsabilidad social.

### **Verde Corazón Herbolaria**

Verde Corazón es una alternativa terapéutica natural para todas aquellas personas que creen en el poder de las plantas medicinales, retomando la cultura y el uso tradicional de las mismas, con la intención de tener una vida más sana, física, mental y espiritual, aprovechando los recursos de nuestra Madre Tierra.

Integrantes: Marlene Suárez Marín, Leonardo Aguilar Ortiz.

Colaboradores: Cruz Lee, medios comunes; XamanEk, Comunidad Terapéutica Madre Selva; Zayra Alcántara, fotografía; Andrea Tumbas, Grrrl Virus; México Internacional Sobracionista; Focaculta; Autogestival.

### **Xilo Moda**

Integrantes: Eloísa Castro, Érick Rivera, Emmanuel García.

Colaboradores: ilustraciones de Quim3r4.

## CONFERENCIA MAGISTRAL

### **Eduardo Cruz Vázquez**

Es egresado de la carrera de Comunicación de la UAM-Xochimilco, con especialidad en Políticas Culturales y Gestión Cultural por la UAM-Iztapalapa. Ejerce el periodismo desde 1980 y también la gestión cultural. Ha desplegado una amplia labor de análisis de la diplomacia cultural, las políticas culturales, la economía cultural, las empresas culturales y la formación de emprendedores culturales. En su trayectoria destaca su desempeño como agregado cultural en las embajadas de México en Chile y Colombia, cuyo gobierno lo condecoró con la Medalla al Mérito Cultural. Cuenta con dos obras que reúnen parte de su quehacer como analista, reportero y cronista: *Desde la frontera norte* (UAM-Iztapalapa, 1991) y *Del mismo cuero salen las correas* (UAM-Xochimilco, 2002). La editorial colombiana Común Presencia publicó el volumen de prosas poéticas *Saldo a favor* (2005); Coordinó las obras *Diplomacia y cooperación cultural de México: una aproximación*, (UNICACH/UANL, 2007); *Los silencios de la democracia* (Editorial Planeta, 2008), serial de entrevistas que abordan la situación de los medios de comunicación en el país; *Economía cultural para emprendedores. Perspectivas* (UAM/UANL, 2010); *Cultura y transición*, coordinada con Carlos A. Lara (ICM/UANL, 2012). Desde 2008 es asesor de la Rectoría de la UAM-Xochimilco, donde en 2009 creó el Grupo de Reflexión sobre Economía y Cultura (GRECU) y el Programa de Economía Cultural.

### **Eduardo Nivón**

Estudió la licenciatura en Antropología en la ENAH, la maestría en Antropología Social y el doctorado en Antropología por la FFyL de la UNAM. Tiene notables publicaciones como: "Políticas culturales Estatales. Nuevas formas de gestión Cultural" (*Los retos culturales de México*, Lourdes Arizpe [coord.], CRIM/UNAM/Porrúa, 2004); "Malestar en la Cultura. Conflictos en la política cultural mexicana reciente", (*Pensar Iberoamérica*, núm. 7, 2004); "Iztapalapa como colección" (*Casa de la Primera Imprenta de América*, UAM, 2004); "Cultura, medio ambiente y ciudadanía", (*Comunicación educativa ambiental en la cuenca de México. Hacia la construcción de una Política*, Comisión Ambiental Metropolitana, 2004); "La ciudad de México en la globalización", (Patricio Navia y Marca Zimmerman [coords], *Las ciudades latinoamericanas en el nuevo [des]orden social*, Siglo XXI, 2004); entre otras.

### **Ernesto Piedras**

Es licenciado en Economía por el ITAM y por el London School of Economics, Director general de The Competitive Inteligente Unit, S.C. consultoría de análisis económico especializada en telecomunicaciones e industrias culturales. Ha desempeñado diversos cargos en la industria de las telecomunicaciones, así como en la administración pública, en la SHCP, CFE, Secretaría de Programación y Presupuesto y Presidencia de la República. Desarrolló la base de datos especializada en telecomunicaciones más completa en México, Telecom-Data, que contiene más de 800 variables y que cubre más de 200 países.

### **José Luis Paredes Pacho**

Es actualmente director del Museo Universitario del Chopo. Tiene maestría en Historia del Arte por la FFyL. Fue baterista de Maldita Vecindad y los Hijos del Quinto Patio por 18 años. Es miembro de Especialistas de Las Lunas del Auditorio Nacional. Fue programador del Festival de México, sección Radical Mestizo; director de la Casa del Lago Juan José Arreola, de la UNAM y fundador del Festival Internacional de Poesía en Voz Alta. Ha sido miembro del Consejo de Fomento y Desarrollo Cultural del D.F., de la Secretaría de Cultura de la Ciudad de México durante tres periodos y fue parte del Consejo de Planeación y Evaluación para el Encuentro Internacional de Artes Electrónicas y Video Transito.mx, Conaculta, así como miembro de la Dirección Artística de México: Puerta de las Américas, del Fonca. Ha hecho notables reflexiones sobre gestión cultural y políticas culturales sobre todo en relación con los movimientos alternativos de los 80 a la fecha. Ha publicado en *Nexos*, *Revista de la UNAM*, *El País*, entre muchos otros medios. De 1997 a 2004 publicó semanalmente la columna "Ruidos de la calle" en el periódico *Reforma*. Tiene notables publicaciones como: *Rock Mexicano: sonidos de la calle* (Editorial Aguirre Beltrán, 1992); "El heroísmo de la vida moderna" (*De Ruinas y Horizontes: la modernidad y sus paradojas*, Francisco Carballo y Jorge

Brenna Becerril [eds.], *Anthropos/UAM-Xochimilco*, 2014); "Los nuevos bárbaros, oralidad y nuevas tecnologías" (Juan Villoro y Néstor García Canclini [eds.], *La creatividad redistribuida*, Siglo XXI, 2013); "Rock Mexicano, breve recuento del siglo XX" (co-autoría con Enrique Blanc, Aurelio Tello [coord.], *La Música en México. Panorama del siglo XX*, FCE/Conaculta, 2010); "Un País Invisible. Escenarios independientes: autogestión, colectivos, cooperativas, microempresas y cultura alternativa", (José Woldenberg y Enrique Florescano [eds.] *Cultura Mexicana, revisión y prospectiva*, Editorial Taurus, 2006); "Industrias culturales, culturas emergentes y subculturas", (Mara Robles y Alfredo Rodríguez Banda [comps.], *Políticas culturales en México, hacia un plan estratégico de desarrollo cultural*, Universidad de Guadalajara/Centro de Estudios Estratégicos para el Desarrollo, 2006); "¿El disco ha muerto?" (*Disqueras Independientes: Memoria del Primer y Segundo Encuentro y Feria de Disqueras Independientes, 2004*, UNAM, 2005); "Fayucas sónicas", (Javier Perucho [comp.] *Estética de los confines, expresiones culturales en la frontera norte*, Coordinación General para la Atención al Migrante Michoacano/Verdehalago, 2003); "El Zócalo y el siglo" (*Alzado vectorial*, del artista multimedia Rafael Lozano-Hemmer, Conaculta, 2000); "¡Qué curado!" (prólogo del libro *Oye cómo va: recuento del rock tijuanense*, José Manuel Valenzuela [ed.], 1999).

### **José Miguel González Casanova**

(Ciudad de México, 1964). Es maestro en Artes Visuales por la ENAP-UNAM, lugar en el que ha impartido clases de dibujo desde 1988, y en el que fue coordinador académico de la licenciatura de 1992 a 1994. Durante 1991 residió en Madrid, España, becado por la UNAM para asistir al Taller de Arte Actual, del Círculo de Bellas Artes. En 2012 obtiene grado de maestría con Mención Honorífica en Artes Visuales, orientación Arte Urbano, en la ENAP, por su tesis *Arte y educación*. Desde 2002 es director-fundador del Seminario Medios Múltiples, ([mediosmultiples.mx](http://mediosmultiples.mx)) en el que se desarrollan tesis interdisciplinarias de alumnos de la ENAP, quienes han publicado en los libros *Medios Múltiples 1, 2, 3 y 4* bajo su coordinación. En 2009 publica el manual *Gramática del dibujo en 100 lecciones* y el libro retrospectivo sobre su obra *Agenda oculta*, bajo el sello editorial Aldus. De abril a julio de 2010 presenta su proyecto de curaduría en el MUAC de la UNAM titulado *El jardín de Academus*, con 31 proyectos de arte y educación con públicos específicos en la sala 8 del museo ([jardindeacademus.org.mx](http://jardindeacademus.org.mx)).

En 2013 publica su novela gráfica *Visionario* en una coedición de la Universidad Politécnica de Valencia y la UNAM. En diciembre de 2013 realiza su proyecto de arte y economía *Tianguis de CACAO (Cooperativa Autónoma de Comercio Artístico de Obras)* en el Museo Universitario del Chopo, con la participación de aproximadamente 100 artistas y productores culturales independientes. Ha participado en más de 100 exposiciones individuales y colectivas en México, Brasil, Chile, Cuba, Colombia, Nicaragua, Estados Unidos, Canadá, Perú, España,

Francia, Holanda y Dinamarca. En 2013 realiza su exposición individual *VISIONARIO. Dibujo*, en la Sala Josep Renau, de la Universidad Politécnica de Valencia, muestra que en 2014 ha itinerado en México en la sala GAALS de Culiacán, Sinaloa, el espacio FrontGround en Mérida, Yucatán y el MUCA de la UNAM. Ha sido distinguido con numerosos reconocimientos, entre los más recientes destacan: Proyectos de Inversión de Pintura Nacional (Conaculta, INBA, 2012); mención honorífica en el Segundo Premio Iberoamericano de Arte y Educación de Ibermuseos al proyecto "Jardín de Academus" (MUAC, 2010); Convocatoria Abierta Permanente de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo para el Seminario de Medios Múltiples (España, 2009). Como dibujante ha pertenecido al Sistema Nacional de Creadores (2002-2004). Obtuvo el Premio de Adquisición de la Bienal Nacional de Dibujo, en el salón Nacional de Artes Plásticas (INBA, 1986).

Su obra es parte de las colecciones del Museo Universitario de Arte Contemporáneo, y del Museo Universitario del Chopo, de la UNAM, del Salón Nacional de Artes Plásticas, del Museo Carrillo Gil, del INBA. Museo da Gravura, Curitiba, Brasil y de la Universidad Politécnica de Valencia, España.

### MUSEOGRAFÍA

#### **Rodolfo Samperio**

Diseñador industrial que busca promover al diseño como una poderosa herramienta de cambio socioeconómico. Su trabajo ha abordado las más diversas encarnaciones del diseño como editorial, museográfico, informático, académico y arquitectónico, con énfasis en procesos razonados y resultados sustentables.

### COMISIÓN CONSULTIVA DE CACAO

#### **Alejandro Magallanes**

(Ciudad de México, 1971). Diseñador gráfico, se dedica a jugar y a trabajar con letras e imágenes, a veces encargados por alguien y otras tan sólo por puro gusto. A la fecha ha escrito seis libros para niños, uno de poesía y dibujado, pintado, armado y diseñado muchos otros libros, carteles, animaciones, collages, fotos, letras e imágenes. No piensa que una imagen valga más que mil palabras, ya que mil palabras combinadas entre sí crean aproximadamente seis millones de imágenes (por decir una cifra). Cree que si alguna imagen se vuelve imborrable en tu memoria no podrás definir con palabras la emoción que te provoca.

Ha expuesto su trabajo en Polonia, Japón, Hungría, Argentina, China, Holanda, República Checa, España, Canadá, Bélgica, Francia, Estados Unidos, Venezuela, Eslovenia, Rusia, Irán, Italia, Croacia y México, entre otros.

### **Ibis Hernández Abascal**

(La Habana, 1959) Licenciada en Historia del Arte por la Facultad de Artes y Letras de la Universidad de La Habana, 1982. Ha cursado diversos postgrados, relacionados fundamentalmente con el arte cubano contemporáneo, problemáticas de la estética contemporánea y sobre curaduría. Fue parte del equipo de fundadores del Centro de Arte Contemporáneo Wilfredo Lam, institución donde trabaja desde 1985. A partir de esa fecha y hasta 1991 dirigió el Departamento de Información, Documentación y Biblioteca. En 1992 obtuvo una beca de la Biblioteca Justino Fernández del Instituto de Investigaciones Estéticas de la UNAM.

Integró durante las Segunda, Tercera y Cuarta Bienales de La Habana, la comisión de control y recepción de obras, y ha sido co-curadora de las ediciones Quinta, Sexta, Séptima, Octava y Novena de este evento, como especialista del Departamento de Investigación y Curaduría del mismo centro. Ha curado otras exposiciones de arte cubano presentadas en Cuba y el exterior, así como exposiciones de diversos artistas latinoamericanos. Trabajó como asistente de curaduría en la Segunda y la Tercera Bienales del Mercosur (Porto Alegre, Brasil, 1999 y 2001 respectivamente). Fue curadora adjunta general de la Primera Bienal del Fin del Mundo, Ushuaia, Argentina, 2007.

Ha impartido conferencias sobre arte cubano, arte latinoamericano y las Bienales de La Habana en instituciones culturales y en universidades de varios países. Ha participado además en cursos y encuentros teóricos sobre arte contemporáneo organizados por el Centro Wilfredo Lam, en calidad de ponente y/o coordinadora, e impartido conferencias como profesora invitada en los cursos de Problemáticas del Arte Latinoamericano dirigido a los estudiantes de Historia del Arte en la Universidad de La Habana.

### **Lily Foster**

La transformación del concreto en suelo, alimento e ingresos genera dinamismo ecológico, oportunidad económica y capacidad cultural. Por los últimos siete años Lily Foster ha trabajado como diseñadora, instructora y asesora para la construcción y optimización de sistemas alimentarios urbanos y periurbanos en México, los Estados Unidos y Sudamérica. Su trabajo se enfoca en la re-evaluación de lo que se considera "desecho" y "espacio" en el contexto urbano, explorando el simbiosis entre la producción de alimentos, el manejo de desechos, generación cultural y el desarrollo de cadenas de valor para economías locales. Formada por la Universidad de California como economista política con especialidad en *systems theories* y *global food systems* y posteriormente como agroecologista por el Center for Agroecology and Sustainable Food Systems, Lily llegó a México en octubre del 2006 con la intención de descubrir si un futuro urbano comestible era una realidad factible para una de las más grandes y complejas urbes del presente.

El resultado ha sido el establecimiento del primer Centro para Agricultura Urbana en D.F., La Romita, la cofundación de Sembradores Urbanos A.C., el lanzamiento de la marca Huertos Concretos, la producción de cuatro manuales técnicos-prácticos y siete años de construcción, cultivo y manejo de cientos de huertos urbanos en climas y contextos tan distintos como el DF, Sinaloa, Ciudad Juárez, Oaxaca, Tulum, Los Ángeles, San Francisco, Nueva York, Río de Janeiro, Honolulu, Santa Cruz y el Estado de México.

### **Oscar Adad**

(Ciudad de México, 1977) Egresado de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la FCPyS de la UNAM, se dedica al periodismo musical desde hace poco más de diez años. Creador de los programas radiofónicos *Voodoo Jazz*, dedicado al jazz y músicas actuales (Ibero 90.9, 2002-2008); *Agharta*, dedicado a las disqueras independientes dentro de la música experimental (Radio UNAM, 2009); *Jazz Tectnicolor*, el jazz en la música actual mexicana (RMI IMER, 2011); y *Sonidero Scat*, dedicado al jazz contemporáneo y música actual (Horizonte 107.9 FM, 2011-2012). Sus textos han aparecido en publicaciones como *La Tempestad*, *Music Life*, *El Universal*, además de ser colaborador editorial de *FMX* y *Festival Aural*.

Se ha desempeñado como Jefe de información en Radar UNAM, festival de exploración sonora (2011); además de coordinar medios y generar contenidos digitales para el ciclo internacional Alterna Jazz, Música sin Categorías, y Tónica: Primer Encuentro Internacional de Jazz en Jalisco (2012-2013). Actualmente forma parte del equipo de comunicación de Transitio, festival de artes electrónicas y video. Cuenta con cursos de Filosofía, Sociología y Economía de la Música e Introducción a la Neuromusicología.

### **Oscar Hagerman**

(La Coruña, España, 1936). Doctor Honoris Causa en educación para el desarrollo por la UIA. Estudió Arquitectura en la UNAM. Ha diseñado casas, escuelas y mobiliario en México, especialmente para comunidades indígenas y campesinas. Ha sido maestro en las facultades de Diseño y Arquitectura de la UNAM, Universidad Iberoamericana, campus Santa Fe y Puebla, Centro de Estudios para el Desarrollo Rural CESDER, la UASLP, facultad del Hábitat y la Universidad Marista de Yucatán. Obtuvo el premio Quorum por su trayectoria como diseñador, el premio Prince Claus de Holanda, el premio Gallo de la Universidad Iberoamericana. Ofrece conferencias en México y el extranjero.

### **Sophie Massun**

Estudió Diseño de Modas en Barcelona y trabajó ahí unos años hasta que decidió establecerse en México. Trabajó para la industria diseñando trajes de baño y ropa de niños, para la firma Catimini. Eso le dio unas bases muy sólidas y el sentido de

la producción pero esa experiencia también la incitó a buscar trabajos con menos restricciones y más creativos. Empezó entonces a dedicarse al vestuario de danza y de teatro, y con varias socias, montó una bodega de vestuario de época, juntando prendas desde el 1800 hasta los 30, 40 y 50. Pero el deseo de hacer prêt-à-porter siguió latente y paralelamente al vestuario, emprendió una tienda colectiva en la cual se juntan varios diseñadores del escenario de la moda mexicana. La tienda, Cooperativa 244, tuvo mucho éxito y de ahí en adelante Sophie Massun es invitada a participar en el Fadshion Week y en varias plataformas llevadas a cabo en los últimos años. Ha presentado sus propuestas de manera colectiva e individual, inspirándose en temas como el constructivismo, los 40 y Madeleine Vionet. Actualmente está armando una colección de vestidos de novias ofreciendo una alternativa a quienes no encuentran en el mercado opciones originales, sencillas y cómodas sin dejar de ser elegantes.

### **Tania Aedo**

Artista Visual por la Escuela Nacional de Artes Plásticas de la UNAM, institución que le otorgó el reconocimiento a la creación artística. Ha participado en exposiciones tanto en México como en el extranjero. Desde hace más de diez años ha trabajado en diversos proyectos utilizando tecnología digital. Ha recibido reconocimientos, como la beca de la Fundación Rockefeller/Ford/Mc Arthur, dentro del programa de Cine, Video y Multimedia el Premio de Adquisición, Encuentro Nacional de Arte Joven.

Ha sido becaria del Fonca en el área de Jóvenes Creadores, así como en el programa de Apoyo a Proyectos y Coinversiones Culturales; en 1998 realizó una residencia en el Banff Centre for The Arts en Canadá; dirigió el Centro Multimedia del Centro Nacional de las Artes y actualmente es Directora del Laboratorio Arte Alameda y miembro del comité editorial de Curare. Ha participado en publicaciones como *Tekhné. Arte, pensamiento y tecnología*, así como *Interdisciplina, escuela y arte*, editados por Conaculta. Participó en el segundo Coloquio de Estética y Filosofía en la Habana, Cuba; así como en el segundo Foro Internacional de Arte contemporáneo en la Universidad del Estado de México y el Simposio Artech Media en Madrid y Arte & Media en Barcelona. Durante los últimos años ha participado en exhibiciones como el Salón Bancomer, Museo de Arte Moderno, México; el Montreal International Festival of New Cinema and New Media, Canadá; la muestra Digital & Analog, Mexart fest, Kyoto Art Center y el encuentro Reflections on performance culture and technology y en la Universidad de California en Los Ángeles.

## **CRÉDITOS**

José Miguel González Casanova

**Director fundador**

Katia Lozano Perrusquía

**Coordinadora de producción**

Gerardo Cedillo Bolaños

**Coordinador de medios**

José Miguel González Casanova

Rodolfo Samperio

**Diseño de instalación museográfica**

Rodolfo Samperio

**Coordinación museográfica**

Sebastián Romo y Sandra Cuevas

**Asistentes de museografía**

Mario Oliver Carreón Álvarez

**Iluminación museográfica**

Sarahid Getzabet Cortés

**Asistente de producción**

## **DIRECTORIO**

### UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

José Narro Robles  
**Rector**

Eduardo Bárzana García  
**Secretario General**

Leopoldo Silva Gutiérrez  
**Secretario Administrativo**

Francisco José Trigo Tavera  
**Secretario de Desarrollo Institucional**

Enrique Balp Díaz  
**Secretario de Servicios a la Comunidad**

César Iván Astudio Reyes  
**Abogado General**

María Teresa Uriarte Castañeda  
**Coordinadora de Difusión Cultural**

### MUSEO UNIVERSITARIO DEL CHOPO

José Luis Paredes Pacho  
**Dirección**

Claudia Manzanilla Briseño  
**Subdirección**

Pablo Hernández Casabal  
**Unidad Administrativa**

## **TIANGUIS DE CACAO**

(COOPERATIVA AUTÓNOMA DE COMERCIO ARTÍSTICO DE OBRAS) se terminó de imprimir en septiembre de 2015 en los talleres de Offset Rebosán ubicados en Acueducto 115, col. Huipulco, del. Tlalpan, México, D.F.

El tiraje fue de 1000 ejemplares.