



Alex Sarián

*“Reconocer la responsabilidad cívica
de un centro cultural no es necesario
solamente porque es lo correcto,
sino porque es una estrategia de sobrevivencia”*

Ignacia Saona

Ayudante de Investigación en el Centro de Estudios Avanzados
sobre Justicia Educacional (CJE)
Chile

misaona@uc.cl

Artículo recibido: 06/10/2021. Revisado: 27/10/2021. Aceptado: 29/10/2021

El reconocido experto canadiense en gestión cultural, Alex Sarián, inició su trayectoria en artes escénicas en Argentina, se formó como gestor cultural en la New York University y en la Stanford University, y desde sus primeros cargos directivos impulsó iniciativas educativas, entendiendo la educación de niños y jóvenes como una responsabilidad cívica. Después de dirigir por siete años distintas áreas del Lincoln Center for the Performing Arts en Nueva York, en 2020 fue nombrado presidente y CEO de Arts Commons (Canadá), donde ha desarrollado estrategias para enfrentar los desafíos de las artes escénicas derivados de la pandemia covid-19. En esta entrevista recorremos los principales postulados que ha desarrollado Alex Sarián en la intersección de las artes, la cultura y la educación, y abordamos los desafíos actuales de los centros culturales y la programación artística. La entrevista se desarrolló por videollamada a fines de 2021 utilizando tanto idioma español como inglés. Luego fue transcrita, traducida y revisada y complementada por ambos participantes. Se incluyeron al-

gunos términos utilizados originalmente en inglés cuando se estimó pertinente, y se incluyó una traducción entre paréntesis, dado que los conceptos referidos no siempre cuentan con las mismas implicancias en inglés y en español.

Esta entrevista fue realizada en el marco de los proyectos #EstoTbn y #EstoTbn Araucanía, financiados por el Fondo Nacional de Fomento del Libro y la Lectura (folio 621275) y el Fondo Nacional de Desarrollo Cultural y las Artes (ámbito regional, folio 638009), Convocatoria 2022, del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, Gobierno de Chile.



El primer tema que quisiera abordar es el de la responsabilidad cívica de las instituciones culturales, algo que has instalado en la discusión en torno a gestión cultural, tanto a través de tu trabajo como en tu discurso. ¿Qué implica eso, a qué te refieres con responsabilidad cívica? Y también, ¿qué impacto se espera que el ejercicio de esta responsabilidad tenga en los públicos, en las comunidades, en los territorios... hasta dónde llega esta responsabilidad cívica?

Para mí esas dos preguntas son una sola, digamos, porque la responsabilidad cívica es una responsabilidad local. Que un centro cultural en Santiago sea o se haga responsable cívicamente va a tener un gusto, una textura, completamente distinta a la de un centro cultural que se haga responsable de sus actividades locales en Buenos Aires, Nueva York o Toronto... Si uno estudia los orígenes griegos, las artes eran plataformas políticas, plataformas cívicas, esto no es nada nuevo.

Lo que sí ha pasado es que en los últimos cien años las instituciones artísticas se han vuelto un poco más exclusivas, un poco más elitistas. Hay varias razones por las cuales esto ha ocurrido, y

creo que aquí el péndulo empieza a irse para el otro lado. Las artes han dejado de ser accesibles, dejan de medir el impacto cívico, dejan de usar la relevancia como señal de éxito y empiezan a ser lo que yo llamo en inglés *luxury good*, un producto de lujo que se consume, se sobreconsume por unas pocas personas. En Nueva York, por ejemplo, existe el rumor de que el público de la ópera y el público del ballet van a dejar de existir dentro de treinta años. Entonces, los centros culturales que trabajan con artes clásicas tienen que combatir en el campo de la relevancia, cómo hacen para mantenerse relevantes. Reconocer la responsabilidad cívica de un centro cultural no es necesario solamente porque es lo correcto, sino que también porque es una estrategia de sobrevivencia. Si un centro cultural no sabe redefinir su relevancia, no sabe medir el impacto de su producto y no sabe aumentar el acceso a las artes, dentro de treinta años, te diría yo, va a dejar de existir. En Estados Unidos, por ejemplo, que es un caso único porque el sector cultural depende demasiado del sector privado, si una compañía de teatro no vende entradas dentro de dos años se queda sin espacio. En el mercado estadounidense tienes que medir el éxito en base a cómo y cuánto la gente consume tu producto. En cambio en Europa, y eso está cam-

biendo ahora, hace varios años conocí a un director artístico de Berlín que me dijo “yo puedo montar una temporada entera de obras para las que nadie paga una entrada, y el gobierno a mí me sigue financiando”. Entonces tienes dos ejemplos opuestos. Para mí, en el medio está la pregunta de qué rol cumplimos. Por un lado, no quiero vivir en un sistema capitalista donde voy a producir lo que la gente quiere, pero por otro lado, no quiero invertir en un producto artístico que no va a tener relevancia para la gente. Uno siempre se pregunta cuál es el impacto que tienen las artes sobre la sociedad, pero nunca se pregunta qué impacto tiene la sociedad sobre las artes. Tenemos que ser capaces de responder, de apoyar estos procesos, y para eso tenemos que estar en contacto con las necesidades de las personas. Cómo hacemos para tener relaciones comunitarias, vínculos con la gente, y esto te lo digo en inglés a ver si me ayudas a traducirlo: *art organizations need to stop being arbiters of excellence...*

Las instituciones culturales tienen que dejar de ser árbitros de la excelencia

Sí, y tienen que empezar... *and they after measure vibrancy*

Y tienen que medir la vitalidad, la vibra...

Claro, porque el Lincoln Center tiene la reputación de que, si hace algo, entonces debe ser bueno. *We were the arbiters of excellence, we were the test makers (nosotros éramos los árbitros de la excelencia, éramos los generadores de tendencias).* Y la gente iba porque el Lincoln Center de alguna manera decía *you have to go (tienes que ir)*, y eso para mí no está muy bien. Cuando alguien me habla de excelencia artística, me pregunto ¿excelencia según quién? Distintas comunidades definen excelencia y definen cultura de maneras completamente distintas. Ahora, siendo presidente de un centro cultural, para mí la excelencia artística es secundaria a que haya vitalidad en la sala y ocurra una transferencia de energía entre el escenario y el público. Entendiendo que es el producto artístico el que va a generar ese diálogo, a mí no me importa si es teatro, música, baile, danza o video... para eso existen artistas, o sea, mi rol no es definir. El rol de un centro cultural es crear el espacio donde los artistas que están redefiniendo los géneros puedan estar presentes, se relacionen con el público. Bueno, disculpa, me alejo un poco de la pregunta, pero para mí el tema de la responsabilidad cívica tiene mucho que ver con la sobrevivencia del sector cultural. Lo último que te digo

es que la única razón por la cual en el mundo existen las bibliotecas todavía en el año 2021 es porque en los últimos cincuenta años las bibliotecas se tuvieron que redefinir en torno a su rol cívico, dejaron de ser un lugar en que uno va y busca libros, pasaron a ser un lugar en donde la gente se junta, en donde comparten ideas, donde se genera comunidad, y yo siempre me fijo en la evolución de las bibliotecas para ver cómo hacemos nosotros para avanzar en la misma dirección.

¿Cómo todo esto se ha modificado con la pandemia? ¿Qué desafíos, ventajas y desventajas ha acarreado la pandemia en la gestión cultural, y cómo se ha ejercido la responsabilidad cívica en este contexto?

Siempre me preguntan cómo logré responder a la pandemia y mi respuesta es siempre la misma: si yo viese mi trabajo como un trabajo artístico únicamente lo hubiese pasado mucho peor. Como yo siempre he enfocado mi trabajo desde un punto de vista cívico, en realidad, no hay momento de mayor claridad que una pandemia para ejercer una responsabilidad cívica, o sea, el mundo te lo está pidiendo. No puede ser más claro el llamado a la acción: la gente está sufriendo, no se pueden juntar, no hay sentido de comunidad. Yo creo firmemente que, dentro de dos, tres, cuatro, cinco años cuando reflexionemos sobre la pandemia, los centros culturales que habrán tenido éxito serán los que se identifiquen como una institución con responsabilidad hacia las comunidades que los rodean. Para responder a tu pregunta: si piensas tu rol como un rol cívico -esto te lo digo no solo en las artes, puedes ser ingeniero o abogado-, si tienes una inclinación cívica, cuando el mundo se cae a pedazos el líder cívico en ti va a saltar y va a querer ayudar. Por un lado la pandemia te ayuda un poco a enfocarte en las necesidades que existen en el mundo y en las comunidades que te rodean, pero por otro lado existe el desafío de que los métodos de consumo cambiaron porque la gente no se pudo continuar reuniendo en espacios físicos. Entonces, son dos oportunidades que se nos presentaron y que aprovechamos. ¿Cómo hacemos para que las experiencias culturales no dependan de un espacio cultural? Por ejemplo, ¿cómo hacemos para que los artistas puedan presentarse al aire libre? Nosotros, la pregunta que nos hicimos como centro cultural fue *who are we without our building?*, ¿quiénes somos sin nuestro edificio?

Es una pregunta que a nosotros nos liberó bastante. Dijimos, bueno, tenemos responsabilidades hacia dos grupos de personas. Nuestra primera responsabilidad es hacia los artistas y la segunda responsabilidad es hacia el público. Y tratamos de escuchar, ya que para mí es fundamental escuchar constantemente, porque uno no puede tener todas las respuestas, pero sí puede escuchar, y si se rodea de gente que quiere charlar y compartir ideas, ahí se generan soluciones. Al escuchar a artistas y al público escuchamos dos cosas muy interesantes. La comunidad artística nos decía... aquí en inglés se dice *the gig economy* (referida a trabajos ocasionales e independientes), o sea, las oportunidades desaparecieron, no puedo tocar en un bar, etc. Entonces nosotros decidimos generar instancias para que los artistas puedan ser artistas, pagarles y que se puedan vincular con el público. Y por otro lado teníamos un público que decía "me estoy hartando del consumo digital de las artes, no es lo mismo ver un concierto en mi computadora que tener la experiencia en vivo", entonces dijimos *lets go over space* (*atravesemos el espacio*), físicamente, y agarramos un mapa de la ciudad para ver de qué comunidades son las personas que compran entradas a nuestras obras, y la gente que no viene dónde está y por qué no viene. Creamos una especie de mapa de calor, indicando las comunidades con las cuales tenemos vínculos y con las que no tenemos vínculos, y con eso decidimos. El verano de 2020 decidimos crear un ciclo de conciertos al aire libre pero estratégicamente en comunidades en las cuales la gente no nos conocía. Ese ciclo lo repetimos el año 2021 y tuvimos 80 conciertos, contratamos más de 300 artistas, y utilizamos 40 locaciones distintas. Al término de esos dos meses hicimos un concierto gigante al aire libre en una plaza que nos queda directamente en frente de nuestro centro cultural. La estrategia se funda en establecer relaciones con comunidades en sus términos y en su zona, para después poder decirles "ok, ahora les queremos devolver el favor, les queremos devolver la generosidad, y de la misma manera en la que ustedes nos invitaron a sus espacios, nosotros queremos invitarlos al nuestro", y ahí se empieza a generar el diálogo cívico. El rol cívico tiene mucho que ver con el diálogo cívico, y con escuchar, con *try to design vibrancy over excellence* (*intentar generar las condiciones para la vitalidad más que para la excelencia*). El diálogo cívico no es unidireccional, invita a que te digan en qué estás mal y te den la oportunidad para que respondas. Obviamente para los conciertos al aire libre

tuvimos que invertir muchísimo, pero también invertimos en tecnología. Generamos un convenio con Canon, tenemos en nuestro centro cultural un millón de dólares en tecnología para filmar y hacer *streaming*. En nuestra sala más grande, que tiene una capacidad de 1800 butacas, tenemos diez cámaras cinematográficas con un *software* de edición en vivo para poder tener una presentación en la sala pero al mismo tiempo tener una presentación de alta calidad digital que no compita con la experiencia en vivo, sino que podemos apelar a dos públicos distintos. Antes de la pandemia yo siempre hablaba de *the three barriers for culture participation*, las tres barreras de consumo cultural...

Sí, también te iba a pedir que te refirieras a esas barreras, porque entiendo que las categorizas como económicas, geográficas y simbólicas.

Exactamente, y es algo que no tiene nada que ver con la pandemia, pero la pandemia lo resaltó. Quizás lo estoy simplificando demasiado, pero existen centros culturales que están contentos con el público que tienen, y después existen centros culturales que siempre se preguntan por qué no vas, y esos son los lugares que a mí me parecen más interesantes. Esa pregunta me genera energía, al preguntar por qué no vas me estoy abriendo a una crítica que me ayuda a modificar mis prácticas.

Entonces, el uso de la tecnología durante la pandemia empezó a resolver la barrera geográfica que, históricamente, es la barrera más difícil. Porque la barrera económica es difícil pero a la vez fácil de solucionar, se pueden entregar entradas gratis o hacer un descuento. La más complicada para mí es la simbólica, pero es la que más me motiva. Cuando alguien siente que el arte no le pertenece, hay que ir luchando de a poco con programación educativa, con programación comunitaria, con programación para jóvenes, para familias, con programación relevante, hasta que a esa persona le den ganas de ir. Históricamente la barrera geográfica es la que tenía como principal obstáculo. El uso de tecnología durante los últimos dos años abrió una pregunta muy importante que todavía no resolvemos respecto a cuál es el rol de la tecnología para sobrelevar la barrera geográfica sin competir con experiencias locales. ¿Qué pasa si alguien de Santiago me dijera "no quiero ir al GAM porque voy a ver Lincoln Center Live en mi computadora"? El uso de las tecnologías nos está presentando nuevos desafíos ante los cuales no tengo la

respuesta, pero me alegra que hayamos llegado a ese punto de la conversación.

Tiene que ver entonces, quizás, con el establecimiento de vínculos, de lazos con las comunidades o públicos específicos...

Y también con que los centros culturales se hagan responsables cuando dejan de ser relevantes. Que no se conformen cuando el público no llega, no, el público no quiere venir porque nosotros hicimos algo mal.

Tenía otra pregunta, pero creo que ya la abordamos, sobre lo que has dicho en otras oportunidades respecto a la lucha de la gestión cultural por ser relevante, accesible e impactar, y cómo estos esfuerzos no tienen relación con la calidad de las obras culturales... ¿Aquí entra en juego la vibra que mencionaste, no? Pero ¿cómo se logra, o cómo se identifica?

Te voy a responder con un ejemplo. En Estados Unidos hay una cantidad horrible de conferencias y convenciones en donde la gente paga demasiado dinero para conocer a personas que generan contenido en YouTube, que hacen videos, pero yo no considero que tengan excelencia artística, aunque probablemente alguien no esté de acuerdo conmigo. Mi cuñado es uno de los fundadores de un evento de un Centro de Convenciones en Orlando, donde convocabía a estos creadores de contenido de YouTube que tenían más de un millón de seguidores, personas que no eran artistas profesionales, de los que se sentaban en su habitación y contaban cuentos o decían barbaridades. Les pagaba para que estuvieran quince minutos sobre el escenario haciendo lo que hubieran hecho en frente de la cámara, y la gente pagaba entradas carísimas, viajaba de todo el país para verlos. Fui varias veces porque para mí era un fenómeno cultural que no entendía y me daba mucha curiosidad. En el Lincoln Center nos preguntábamos cómo atraer a las personas de 15 a 20 años, y mi cuñado me decía “ven, te muestro porque están todos acá”. Después de dos días de esta conferencia que me dejó boquiabierto, me dijo “hagamos esta conferencia en el Lincoln Center el año que viene, vas a conseguir a todo el público que quieras” y le dije que no. Eso no lo puedo hacer porque no vibra.

Para mí, los esfuerzos tienen que dirigirse a apelar a una audiencia más amplia, pero al mismo tiempo



desafiarlos. Para mí las artes tienen esa responsabilidad. Cuando tuvimos las últimas elecciones a nivel municipal acá en el centro cultural organizamos un debate para que la gente viniera a conocer a los candidatos. Yo no tomé postura política, pero les dije “este es un espacio para compartir ideas y para que las ideas también compitan”. La relevancia es importante pero también tienes que desafiar un poco el *status quo*, o sea, nadie va a tener la razón todo el tiempo.

Te iba a preguntar también por cómo identificar la calidad en las obras, pero con esto estaríamos desviándonos del problema, porque, con lo que dices, no tiene que ver tanto con la calidad sino con lo que se quiere generar...

Exactamente, esa es una pregunta que hago siempre y que articula otros temas. *¿Qué es más importante: la intención del artista o la percepción de la audiencia?* Y esta no es la verdadera pregunta porque en verdad ambas importan. Yo planteo el tema siempre porque la gente que dice que la intención del artista es lo más importante. Si tuviese que elegir una, para mí es la percepción del público.

¿Y cómo se aplica este criterio cuando tienes que tomar decisiones de progra-

mación? Para llevarlo a un terreno súper concreto, ¿cómo seleccionar, cómo medir, cómo pronosticar?

Yo empiezo siempre preguntando por quiénes son los que no están viiniendo al centro cultural y por qué. Lo primero que hago es un estudio del público que tenemos. Si, por ejemplo, sabemos que el público que tenemos es principalmente gente mayor de 60 años, blancos, de cierta zona... voy a empezar construir vínculos con líderes cívicos en zonas de nuestra ciudad que no veo representadas en nuestro público. Me siento y converso con ellos, converso con la comunidad y les digo que nuestro rol no es presentarles algo, es más bien que se vean reflejados, y les pregunto cómo hacer para entrar en diálogo con esta comunidad, para que este centro cultural sea para todos, para que refleje las prioridades y el sistema de valores de esas comunidades. No quiero necesariamente que alguien me entregue una propuesta, una lista con artistas que le gustan. Me interesa entender lo que le importa a esa comunidad, y hacerme cargo de esa información, porque el rol del programador sigue siendo importante, no es que programe cualquiera. El programador necesita cierto criterio, plantearse ciertos desafíos. Para mí el desafío es generar una programación donde ciertas comunidades se sientan identificadas y que sientan que pertenecen a un centro cultural que por décadas no fue muy inclusivo. Por mucho tiempo fuimos un lujo y dependíamos del consumidor.

En Nueva York dicté un curso de negocios a alumnos que eran primera generación de universitarios, o sea, eran jóvenes que venían de familias de pocos recursos y ellos me decían “que no quiera pagar 60 dólares para ir a la ópera no significa que sea pobre, porque cuando viene Beyoncé yo voy a gastar 300 dólares para ir a un concierto o voy a gastar 250 dólares en un par de zapatillas, que no quiera gastar dinero en la ópera no es un reflejo de qué tan pobre soy, sino que es un reflejo de cómo la ópera no se alinea con mis prioridades, así que no asuman que si cierto público no asiste a la ópera es porque no tenemos poder adquisitivo”.

¿Y qué pasa con la programación para público infantil? ¿Hay criterios o aspectos diferenciados que suelas considerar?

Bueno, y me alegro que finalmente lleguemos a esto. Uno no puede hablar de la programación infantil sin considerar el sistema más general, así uno se da cuenta de que la experiencia cultu-

ral es para todos. Te doy un ejemplo. Acá en Arts Commons, como centro cultural tenemos capacidad para programar dos mil eventos por año. Olvídate del contenido, olvídate del género, hay que pensar el inventario de oportunidades como algo puramente lógico. Si tengo dos mil eventos, para qué van a estar compitiendo entre ellos por una misma audiencia de cinco mil personas. Si pienso la programación en su conjunto, programar estos dos mil eventos como siempre se ha hecho y que vengan las mismas personas mayores de 60 años, no tiene sentido. Hay que empezar a diversificar un poco la programación, diversificar por edad, por comunidad, por género. Pensándolo de manera estratégica, puedes programar enfocándote en un público objetivo de amplio espectro etario, desde recién nacidos hasta adultos mayores, una programación para que la gente pueda continuar con actividades culturales toda su vida. En términos generales, las dos edades más complicadas son los menores de 6 años y los adultos jóvenes de 20 a 35. A los 6 años se escolarizan y el colegio los lleva a actividades culturales. Luego, y estoy generalizando para dar un ejemplo, de los 20 a los 35 años hay muchos adultos jóvenes profesionales iniciando sus propias familias, entonces tienes jóvenes adultos con hijos pequeños, y puedes crear una programación para familias. Porque los niños de 0 a 6 años generalmente van a las actividades culturales con los padres, que son las personas que al tener hijos abandonan su tendencia a consumir artes, porque cuando tienen hijos no pueden consumir cultura de la misma manera que antes. Este género familiar de programación no solo apunta a la primera infancia, que es fundamental para el desarrollo de públicos, también apunta a las personas de 20 a 35 años que de golpe entraba en un vacío. Existe entonces la programación de 0 a 6 años, la programación para edad escolar, etc., diferenciando por etapas. El arte es importante para todos, pero cuando uno observa las ofertas culturales que existen, no encuentra programación para todas las edades en todas partes. En lugares como Australia, Escocia e Israel, el género de teatro para públicos jóvenes es bastante popular, es más, te diría que en Argentina y Chile también tienen, pero en Estados Unidos y Canadá no existe.

Claro, la Usina de las Artes en Buenos Aires podría ser un buen ejemplo de centro cultural dirigido a este público familiar.

Sí, totalmente. Y el sistema educativo también tiene un rol que jugar en todo esto, en aumentar la demanda, pero

la institucionalidad cultural es la que tiene la responsabilidad de responder con la oferta.

Volviendo al tema anterior, en cuanto a acercarse a las comunidades y conocer sus sistemas de valores, ¿cómo trabajas con el público infantil, hay algún proceso de retroalimentación, de programación participativa, de consultas con niños o escuelas?

Lo primero que hago es tomar cierta distancia y luego definir la comunidad a la que queremos llegar, y como yo no soy un experto en educación, me acerco a personas que sí lo son. Si mi objetivo es generar programación para niños de quinto grado, entonces me voy a rodear de docentes de quinto grado y con alumnos del quinto grado, voy a tratar de conocerlos. La programación educativa históricamente se ha gestionado de manera unidireccional, el artista de un centro cultural va a un aula y ofrece una experiencia artística, lo que está bien, pero no es suficiente. El artista también tiene que escuchar, para volver al centro cultural y comunicar los intereses de los estudiantes. En el Lincoln Center hace varios años decidimos montar una obra para niños con trastornos del espectro autista. Nosotros éramos artistas y productores sin experiencia en esa área, y gestionamos un convenio con una institución especializada para estar dos años realizando investigación y desarrollando la obra, para entender las relaciones entre el mundo artístico y cómo los niños interpretaban la vida, o el mundo, y ahí se generó algo interesante. Y ese mismo proceso es el que hacemos con centros comunitarios, con centros educativos, con hospitales. No es difícil, ni caro, tampoco es complicado, pero hay que querer hacerlo. Yo siento que existe la urgencia de hacerlo, porque dependemos de la relevancia de nuestros centros culturales. Me angustia un poco, porque no es difícil y es urgente, y no entiendo por qué la gente no lo hace.

También has defendido la educación y el trabajo comunitario como eje fundamental de la gestión cultural, para no entenderlo como algo complementario o un anexo. Y te quería preguntar, más bien para provocar la discusión, ¿entonces la programación de un centro cultural debe orientarse por currículos educativos? ¿Cómo se aborda esa dimensión educativa desde los centros culturales?

Me encanta la pregunta. La gente que compra un boleto y va al teatro son personas que ya creen en las artes, y si le interesa va a ir, van a consumir. Esa no es la gente a la que tienes que convencer, es a la gente que no va. Como centro cultural tienes que estar permanentemente haciendo ajustes, cada trimestre tienes que ir a salas de clases distintas, a comunidades distintas. El trabajo comunitario es muy importante porque tienes que buscar oportunidades para atraer y transformar, fuera del centro cultural. Pero al mismo tiempo tiene que ver con educarte en torno a lo que los públicos están pensando, es un proceso institucional a través del cual escuchar. Lo que he forjado a través de los años es un modelo basado en la esperanza de que el trabajo del educador y el trabajo comunitario se eleven un poco, dentro del rol de la gestión, y no en la periferia. Yo partí queriendo ser educador, y cuando fui director de educación de una compañía de teatro, me di cuenta que la educación no era considerada algo fundamental. La labor educativa se hacía como algo complementario, entendiéndolo como algo maravilloso, muy tierno. Cuando había que recaudar fondos siempre mostraban las actividades educativas con niños en primer plano, pero después, en el trabajo cotidiano, lo desplazaban de vuelta. Y no era maldad, más bien era una falta de comprensión respecto a la importancia de los aspectos educativos y comunitarios. Entonces sentía que, entre mis colegas, los educadores artísticos, había siempre una frustración, porque nuestro rol no era comprendido. Así fue como sentí la necesidad de pasarme al otro lado de la mesa y crear un espacio donde el trabajo educativo y comunitario no sea “lindo” ni “bueno”, sino fundamental. Algo que estamos tratando de cambiar es la percepción general respecto a las artes. A veces el problema más grande de los centros culturales somos nosotros mismos. Nuestra responsabilidad es cambiar la narrativa, esa de la que nos quejamos tanto y de la que a la vez somos responsables. Quiero que el sector cultural se dé cuenta que la narrativa existe porque nosotros la impusimos, nosotros mismos le dimos vida. Y como decía antes, la pandemia nos dio una oportunidad increíble para empezar ese cambio y acelerar el diálogo.