

FLASH FORWARD – PROGRAMA DE CALLES CREATIVAS



AGENDA 2030 - ODS



CULTURA 21 ACCIONES - COMPROMISOS

5. CULTURA Y ECONOMÍA
6. CULTURA, EQUIDAD E INCLUSIÓN SOCIAL
7. CULTURA, PLANIFICACIÓN URBANA Y ESPACIO PÚBLICO

DESARROLLO, SOSTENIBLE, ECONÓMICO, SOCIAL, EMPODERAMIENTO, RESILIENCIA, ESPACIO PÚBLICO, PATRIMONIO, EMPLEO

1. Melbourne y la cultura

Metro-Melbourne tiene una población de unos 5 millones de habitantes. Reconocida sistemáticamente como una de las ciudades más habitables del mundo, el punto fuerte de Melbourne es su diversidad, ya que el treinta y cuatro por ciento de sus habitantes han nacido fuera de Australia. Este crisol de experiencias y perspectivas da lugar a una vibrante producción creativa. Sus industrias creativas también han sido tradicionalmente centros neurálgicos de empleo, lo que a su vez ha favorecido el dinamismo de la ciudad.

Desde finales de la década de 1990, Melbourne cuenta con una tradición de actividad creativa en sus callejones, impulsada por la mezcla de escenarios culturales diversos. Este proyecto, "Flash Forward", se construye a partir de esta historia, conectando a diversos artistas y ampliando la tradición artística en los callejones. Su génesis estuvo guiada por la [Estrategia Creativa 2018-28](#) y el [Marco de Arte Público 2021-31](#).

FLASH FORWARD SE CENTRA EN MEJORAR Y ESTIMULAR LA AMENIDAD SOCIAL, LA PRESENTACIÓN VISUAL Y LAS POSIBILIDADES ECONÓMICAS DE LOS MUNDIALMENTE CONOCIDOS CALLEJONES DE MELBOURNE.

2. Objetivo e implementación del proyecto

2.1. Objetivo principal y metas específicas

Durante el proceso de revitalización posterior a la Covid-19, la ciudad de Melbourne consideró que las industrias creativas desempeñan un papel clave en la activación social y la recuperación económica. Con "Flash Forward", la ciudad contribuyó a una recuperación impulsada por la creatividad, en la que una gran variedad de profesionales creativos aprovechó la energía y la popularidad de los callejones de Melbourne para volver a atraer a residentes, trabajadores y visitantes a la ciudad y a sus empresas. Con ello, se espera que Melbourne pueda reafirmar su posición como lugar más habitable del mundo y construir un nuevo capítulo en la historia de esta capital cultural australiana. Los objetivos del programa fueron:

Emplear al menos a 165 profesionales creativos; potenciar los atractivos sociales, económicos y culturales de 40 de los callejones de Melbourne para atraer a las personas de vuelta a la ciudad; mejorar la seguridad pública, los servicios y aumentar la participación de las empresas; y mejorar la conectividad peatonal.

2.2. Desarrollo del proyecto

"Flash Forward" se centró en mejorar y estimular la amenidad social, la presentación visual y las posibilidades económicas de los callejones mundialmente conocidos de Melbourne.

El programa obtuvo los siguientes resultados creativos:

- 40 grandes obras de arte encargadas a lo largo de 18 meses, que permanecerán en el emplazamiento durante un mínimo de 2 a 5 años. Estas obras responden a los emplazamientos físicos en escala y tipo, pero también al concepto de mirar hacia el futuro en un Melbourne postpandémico.
- De las principales obras de arte, 15 tienen iluminación integrada o se tratan de instalaciones de iluminación independientes. Éstas añaden un elemento dinámico al programa y favorecen el atractivo nocturno.



- También se han producido 40 nuevos álbumes musicales como parte de este programa. Estos nuevos trabajos dan a conocer a músicos que, de otro modo, por lo general no buscarían o no podrían optar a muchas de las oportunidades de financiación disponibles, elevando así significativamente el perfil y las oportunidades futuras para muchas personas.

Además, el programa proporcionó una tienda pop-up para vender merchandising y álbumes de los y las artistas. Asimismo, el centro de visitantes del Ayuntamiento ha repartido más de 1000 mapas hasta el momento, ampliando así el compromiso con el público.

Para los y las habitantes de Melbourne, el programa ofrece una nueva red de proyectos creativos accesibles -experiencias gratuitas, al aire libre, diurnas y nocturnas- que nos conectan a todos y nos vinculan a la ciudad que amamos. Para los creativos de la ciudad, ofrecía la oportunidad de desarrollar un proyecto creativo totalmente respaldado. Para el personal, ofrecía un mínimo de seis meses de empleo a tiempo completo y la oportunidad de desarrollar sus capacidades, aprendiendo sobre arte público y metodologías de la administración local.

El programa destacó la diversidad de métodos y enfoques creativos, con artistas que trabajan fuera o a través de instituciones establecidas, y que eran representativos de la amplia gama de diversidad étnica, cultural, de género/ sexo de Melbourne.

“FLASH FORWARD” SE CENTRA EN APOYAR EL RESURGIMIENTO CREATIVO DE MELBOURNE - RECONECTANDO A LA GENTE Y REVITALIZANDO LA CIUDAD.

3. Impactos

3.1. Impactos directos

Al dar prioridad a "Flash Forward", la ciudad de Melbourne ha:

- Contratado a 168 profesionales de la industria creativa;
- Apoyado a artistas cuyos elementos identitarios personales incluían la discapacidad, el colectivo LGBTQI, los pueblos indígenas y la diversidad cultural y lingüística;
- Hecho encargos en 40 callejones;
- Encargado 40 nuevos álbumes de música;
- Instalado 15 encargos en materia de iluminación para potenciar la economía nocturna y mejorar la seguridad y la amenidad;
- Reducido el comportamiento antisocial en estos lugares en un 85%;
- Abierto una tienda dedicada a "Flash Forward" para vender merchandising de los y las artistas directamente al público, con el 100% de las ventas revirtiendo directamente en los y las artistas; y,
- Captado la atención de medios nacionales e internacionales como The Guardian, NME y Rolling Stone.

Una encuesta entre los y las participantes en el programa reveló que todos/as experimentaron una mejora significativa del bienestar económico, mental y físico como resultado de su participación en el programa.

La acción más significativa que se está llevando a cabo actualmente es aumentar el reconocimiento y la representación de la cultura y los pueblos indígenas en la determinación y la visión de la ciudad.

AUMENTAR EL BIENESTAR ECONÓMICO, APOYAR LA ECONOMÍA LOCAL Y LA ACTIVACIÓN DE LOS ESPACIOS PÚBLICOS SON LOS PRINCIPALES RESULTADOS DEL PROGRAMA.

3.2. Evaluación

El programa "Flash Forward" evaluó los siguientes tres resultados clave:

- Mayor bienestar económico.
- Apoyo a la economía local.
- Activación de los espacios públicos.

Se emplearon encuestas a artistas y empleados, además de encuestas sobre el terreno a peatones y propietarios de negocios, y datos de observación que documentaban los entornos de los callejones antes y después del proyecto.

3.3. Factores clave

El presupuesto permitió disponer de más recursos y compartir la carga que habitualmente recae sobre los creativos. Esto también permitió aumentar la capacidad de satisfacer mejor los deseos de creativos/as y productores/as, especialmente en un plazo corto, y producir trabajos de talla mundial. Además, la cultura y la ética han permitido que el proyecto haga realidad su visión y proporcione obras de categoría mundial.



La cultura dentro de la dirección del proyecto es inspiradora y se basa en la metodología de Creative Urban Places para propiciar resultados excepcionales por parte de los creativos. Trata de dar forma a una mejor manera de ser y de trabajar, mucho más colaborativa y basada en el diálogo permanente, y que genera un ambiente muy esperanzador entre el equipo.

3.4. Continuidad

"Flash Forward" ha sido un éxito internacional, cuyos resultados han justificado una mayor financiación para continuar desarrollando este programa. Con financiación adicional, una segunda fase del programa implicará más encargos de callejones y música en todo el municipio utilizando el mismo modelo de encargo, aplicando las lecciones aprendidas y aprovechando las relaciones ya establecidas con las partes interesadas.

En la segunda fase se pondrá énfasis en llegar a las comunidades de los alrededores del centro de la ciudad, vinculando y conectando sus historias con este primer corpus de trabajo. Se espera que esto requiera más tiempo y que tenga una mayor implicación de las comunidades locales.

Además, la dirección está explorando la posibilidad de asociarse con festivales para utilizar los callejones para exponer obras de arte y eventos temporales, y buscando financiación para asociarse con cineastas y tener la oportunidad de mostrar el programa a través de IMAX.

4. Más información

Melbourne fue candidata a la quinta edición del "Premio Internacional CGLU – Ciudad de México – Cultura 21" (Febrero 2022 – Junio 2022). El Jurado del Premio elaboró su informe final en septiembre de 2022 y solicitó que la Comisión de Cultura de CGLU promoviera este proyecto como una de las buenas prácticas de implementación de la Agenda 21 de la Cultura.

Este artículo fue escrito por Justine Hyde, Directora Ciudad Creativa, Melbourne, Victoria, Australia.

Contacto: [Justine.hyde\(at\)melbourne.vic.gov.au](mailto:Justine.hyde(at)melbourne.vic.gov.au)

Sitio web: www.melbourne.vic.gov.au